

As Transformações No Jornalismo Esportivo do Século XXI: Estudo de caso da Assessoria De Imprensa ¹

Andre Luis Moreira da SILVA²
Douglas Baltazar GONÇALVES³

Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), Volta Redonda, RJ

Resumo:

Este presente artigo científico tem como objeto de pesquisa a assessoria de imprensa esportiva, e como este novo “setor” do universo esportivo ajudou a transformar o jornalismo especializado. Que nos últimos anos, precisamente os últimos quinze deste presente século, sofreu diversas mudanças como: convergência das mídias, o crescimento do webjornalismo, a modificação do profissional de comunicação, a maior preocupação com questões mercadológicas e financeiras. Vale ressaltar que este artigo científico é fruto de uma monografia em andamento, e que parte da pesquisa ainda será realizada, assim como os trabalhos de campo.

Palavras-chave: jornalismo esportivo; assessoria de imprensa; transformações.

Introdução:

O jornalismo esportivo, assim como o esporte de um modo geral, é uma paixão para o brasileiro. E nos últimos anos, nota-se uma mudança na forma de ser desta editoria tão apreciada pela população local. Diversos motivos são colocados como fatores destas modificações, mas até então não é possível precisar quais são os principais “causadores” de tais transformações.

A monografia em curso que é a base para este artigo científico terá como tema a as assessorias de imprensa esportivas. E como elas ajudaram a modificar jeito de se fazer jornalismo esportivo nos últimos quinze anos, ou seja, no século XXI. Porém, é importante ressaltar que serão expostos e estudados os pontos mais importantes deste período e não a totalidade das transformações e acontecimentos de todo o século.

A escolha deste recorte para o papel da assessoria na editoria de esportes deve-se ao fato do Brasil ser um país que consome muito este setor da imprensa, sendo uma das

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda, e-mail: andreluismoreira94@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Orientador e professor do Curso de Jornalismo do UniFOA, e-mail: douglasbgoncalves@gmail.com

editorias com os maiores índices de audiências na televisão e rádio e com um dos os maiores índices de leitores nos meios de comunicação impressos e online.

As assessorias de imprensa, apesar de já estarem inseridas no mercado esportivo há alguns anos com profissionais qualificados nos grandes clubes de futebol, por exemplo, têm tido um papel fundamental nas modificações causadas na imprensa brasileira. As assessorias têm ditado grande parte do que é produzido pela mídia esportiva, já que são elas que realizam uma seleção dos assuntos que serão tratados, escolhem os entrevistados, definem a condução das perguntas e blindam o seu cliente. Além disso, tem que tratar de outros assuntos de interesse de seus assessorados, como questões ligadas à publicidade e marketing. Fazendo assim com que informações fiquem de lado e o foco seja destorcido.

Muito dessas modificações deve-se a assessoria, porém a monografia que molda este artigo científico tem como objetivo buscar trazer a discussão se só a assessoria de imprensa causou essas mudanças, já que a qualidade das equipes de reportagem e transformação no perfil do profissional de comunicação também são fatores que precisam ser discutidos. Muitas perguntas e questionamentos feitos pelos repórteres em entrevistas coletivas e exclusivas, por exemplo, são desvalorizadas pela população e pelos próprios atletas, já que são perguntas vazias e sem nexos.

Por isso, esta monografia em curso que ajuda a pontuar este artigo, pretende responder se apenas as assessorias de imprensa que causaram tais transformações no jornalismo esportivo ou outros fatores, como a qualidade dos meios de comunicação, questões financeiras e mercadológicas e até outros aspectos podem ter sido fundamentais para que a imprensa esportiva brasileira, que até hoje é uma referência mundial, tivesse uma queda no rendimento e qualidade nos últimos anos. O jornalista Mauro Beting (2005) escreve o primeiro capítulo do livro de Sérgio Vilas Boas (2005), sobre uma das atitudes errôneas tomadas por alguns profissionais da imprensa esportiva, que cedem a questões financeiras.

(...) mas amo o que eu faço: sou pago para ver jogos de futebol. Sei de amigos que venderiam a mãe para fazer o que eu faço- pena que alguns coleguinhas vendam a alma ou se vendem para continuar no meio. (...). (BETING, 2005, p.14)

Este estudo tem como o objetivo responder esses questionamentos, além disso, realizar um levantamento bibliográfico e histórico destas mudanças, para que haja uma compreensão do tema. Descobrir como funcionam as assessorias de imprensa no esporte e realizar pesquisas e entrevistas com profissionais da área e a população sobre o tema serão artifícios para um melhor entendimento do assunto.

A assessoria de imprensa e o jornalismo esportivo são fundamentais para a população nacional, já que o Brasil, que é considerado por muitos a nação do futebol, o esporte de maior apelo no mundo, e este esporte é muito noticiado e consumido. Milhões de reais são movimentados no esporte no Brasil, além disso, o país irá sediar os Jogos Olímpicos de 2016, a maior competição esportiva do mundo. O que fará com que esta editoria da imprensa cresça em espaço e precise de mais qualidade.

Por isso, é necessário que haja uma compreensão das mudanças no jornalismo esportivo, causadas pela assessoria de imprensa, exclusivamente ou não, para que esta editoria possa melhorar e ser ainda mais atrativa para o consumidor. Portanto, a escolha deste tema para a pesquisa deve-se a importância da imprensa esportiva para o meio jornalístico e para a população brasileira. Já que, grande parte da população se interessa por esportes, principalmente o futebol. Além disso, a discussão sobre o papel do assessor de imprensa tanto no jornalismo de um modo geral, quanto no esportivo, é de suma importância. Prova disto, é que acadêmicos e estudantes discutem sobre este tema em palestras, cursos e na graduação.

Metodologia da monografia em andamento:

A monografia que é a base para este artigo científico visa discutir e pesquisar sobre as influências da assessoria de imprensa no jornalismo esportivo nos últimos quinze anos, ou seja, o século XXI, portanto, primeiramente se realizará um levantamento bibliográfico de grandes nomes e pensadores da área da comunicação, para que haja a melhor compreensão do assunto. O levantamento deste material é de suma importância para a pesquisa. E será o assunto no primeiro capítulo (Já realizado e em parte presente neste artigo). Nesta primeira parte haverá o contexto histórico que envolve a imprensa e a assessoria. No âmbito geral e no recorte, o jornalismo esportivo. Explicando e citando as transformações históricas que a imprensa sofreu, especialmente na editoria de esportes.

Além disso, será feita a pesquisa em cada meio de comunicação e nas novas tecnologias para se estudar como a assessoria de imprensa modificou cada um deles e em que quantidade. Este será o segundo capítulo da monografia. Para esta pesquisa, além disso, haverá o levantamento de artigos científicos sobre o tema, para analisar o que já foi discutido sobre o tema, para que haja a reflexão sobre as mudanças na comunicação esportiva nacional.

No terceiro capítulo, haverá entrevistas com formulários conforme o apêndice com profissionais dos dois lados (imprensa e assessoria), a expectativa é que se consiga entrevistas com profissionais de grandes veículos de comunicação. Além disso, jornalistas, assessores, professores de comunicação e a população serão ouvidos sobre o assunto. No caso da assessoria de imprensa, os prováveis entrevistados serão os integrantes da assessoria Fair Play, empresa de Volta Redonda, que possui clientes espalhados por todo o Brasil. Ainda no terceiro capítulo, haverá pesquisas com os profissionais de comunicação e com a população para tentar ajudar a responder os questionamentos da pesquisa. Pesquisas qualitativas e quantitativas. Um levantamento de artigos e materiais publicados pela imprensa também serão levantados, para que possa ser feita uma análise de como tudo aconteceu e os motivos das modificações que aparentemente foram causadas pela assessoria de imprensa. E juntamente com isso, no quarto e último capítulo, haverá a conclusão da monografia.

Delimitação do tema:

A assessoria de imprensa é uma das áreas do jornalismo que mais cresce nas últimas décadas. Apesar de ter ganho notoriedade há pouco tempo, segundo os relatos históricos, as primeiras assessorias de imprensa surgiram nos Estados Unidos no começo do século XX. E claro, a função de “assessorar”, auxiliar uma empresa, governo e pessoas já existe há mais tempo, porém, sem ser exercida por um jornalista. Nos primórdios, a função era também desempenhada por profissionais da área da publicidade, marketing, relações públicas e até mesmo pessoas próximas ao assessorado, mas atualmente tornou-se necessária e indispensável a inserção de jornalistas neste ramo, por conta do trato direto com a mídia, por exemplo.

Os jornalistas como assessores de imprensa ainda causam certa imagem negativa por uma parte dos acadêmicos e profissionais da área de comunicação. Já que, por conhecerem como funciona a imprensa, o jornalismo em geral, os assessores podem ocultar notícias, selecionar as matérias que irão para a mídia, dificultar relatos e assim prejudicando o leitor. Os assessores acabam funcionando como um tipo de censura em alguns casos.

Mesmo com a questão ética que envolve a assessoria de imprensa, a função é de suma importância para o jornalismo. Pois, trata-se da ponte do jornalista com o assessorado. Assessorado este que pode ser uma empresa, um clube de futebol, uma personalidade pública ou uma organização.

O assessor organiza as coletivas de imprensa, redige os *releases*, faz o contato com os meios de comunicação, marca as exclusivas e é o porta voz do seu cliente, do assessorado. Na maioria das vezes, é com o assessor que o jornalista, o repórter, trata suas dúvidas sobre uma determinada matéria e manda as perguntas para uma entrevista. E com o assessor que os detalhes, ganchos e a forma de condução de uma reportagem são definidas.

Além disso, o assessor ainda abastece os meios de comunicação de seu cliente. Caso a empresa tenha um site, um jornal interno ou algum tipo de informativo. O assessor é quem realiza matérias, e atualiza as notícias internas. Essas notícias podem ser passadas para a imprensa ou ficar apenas no ambiente interno. Como explica Ferraretto e Ferraretto (2009), destacando e pontuando algumas das várias funções do assessor de imprensa.

Relacionamento com os veículos de comunicação, abastecendo-os com informações relativas ao assessorado por meio de relises, *press kits*, sugestões de pauta e outros elementos, intermediando as relações entre os veículos e o assessorado e atendendo às solicitações dos jornalistas de quaisquer órgão de imprensa; Realização de clipagem ou taxação, controlando e arquivando informações sobre a assessoria divulgadas nos meios de comunicação, bem como avaliando dados provenientes do exterior da organização que passam interessar aos seus dirigentes; Organização e constante atualização de um *mailing list* (relação de veículos de comunicação, com nomes de diretores, editores, pauteiros, repórteres, colunistas, produtores, apresentadores, bem como as formas de contato com eles- endereço, telefones, fax, e-mail e site); Edição de *houses organs*, periódicos destinados aos públicos externo e interno (boletins, revistas ou jornais), sejam eles impressos ou eletrônicos; Elaboração de outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou televisão e material para divulgação no site da organização; Produção de impressos variados, tais como fôlderes, folhetos, manuais ou relatórios anuais, sempre que sua redação em linguagem jornalística puder facilitar a comunicação com determinados públicos; Participação no estabelecimento de estratégias de comunicação. (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009, p.14)

Se no jornalismo a assessoria de imprensa é relativamente nova, no esporte o fenômeno é ainda mais recente. Com o advento das mídias sociais e a internet, a função cresceu muito e dificilmente um atleta, clube de futebol ou qualquer agremiação esportiva não possuem um assessor de imprensa atuante. Em determinados momentos, atletas chegam a ter dois assessores de imprensa: o pessoal e o do clube. O assessor de imprensa organiza as coletivas de imprensa no clube, supervisiona as entrevistas pré e pós jogos ou eventos esportivos, realiza o *mídia training* com os atletas e abastece o site e outros veículos de informação de seu assessorado.

Em um grande clube de futebol, atualmente, são feitas entrevistas apenas em coletivas. O que dificulta o repórter de conseguir um material diferenciado e exclusivo. Geralmente, em todos os meios de comunicação a notícia é tratada da mesma forma, mudando apenas o formato. É tudo mais do mesmo no jornalismo esportivo na última

década. Além disso, por conta do *mídia training*, o jogador passou a realizar entrevistas padrões. Dificilmente atletas dão declarações amplas. Na maioria das vezes, são padronizadas, o que atrapalha o jornalista e o leitor.

O assessor de imprensa esportivo não é o único responsável pela visível queda na qualidade e quantidade de notícias veiculadas. Muitos repórteres podem ser despreparados ou há uma produção ineficaz que não fornece as informações apropriadas para que ele faça uma boa matéria. Assim, eles realizam perguntas vazias nas coletivas e até em exclusivas (que são difíceis de conseguir). Além do que, em determinados momentos, há uma acomodação por parte da imprensa com o modo operante do clube, atleta ou agremiação. A rotina de *release*, coletiva e treinos, faz com que alguns jornalistas sigam fazendo mais do mesmo e não busque o diferencial que o público e o leito tanto querem.

Em seu livro, “Manual do jornalismo esportivo”, Heródoto Babeiro e Cristina Rangel (2013), falam algumas das funções e deveres de um assessor de imprensa no esporte. Além disso, citam a relação que pode ser conflituosa com parte da imprensa.

Ele precisa conhecer muito bem o dia a dia do time que o contratou e manter o contato diário com o diretor do clube para que nenhum fato passe despercebido. Tudo que for de interesse público, do torcedor, será de interesse também da imprensa (BARBEIRO; RANGEL, 2013; p. 90)

A obra ainda cita como o assessor de imprensa em um clube de futebol possui poder. Muitas vezes, este profissional tem o papel de um dirigente e atua em mais de uma função. E isso pode ser prejudicial à sua carreira.

Atualmente em alguns clubes os assessores de imprensa têm tanto ou mais poder que alguns membros da diretoria. Mas infelizmente alguns profissionais não sabem como lidar com esse poder e acabam fazendo imensas lambanças. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p. 90)

Além disso, os autores explicam alguns dos deveres dos assessores e questionam o porquê que dos assessores tratem os profissionais da imprensa (seus colegas de trabalho) de uma maneira tão ríspida. É claro, que não um fenômeno generalizado, mais relatos dos profissionais de comunicação confirmam que esta prática acontece.

Dignidade, educação e competência são palavras fundamentais para esse profissional de comunicação. Por que alguns assessores de grandes clubes adotam posturas tão agressivas e pouco profissionais em relação aos colegas de imprensa? Esses profissionais esquecem que são tão jornalistas quanto àqueles de outros veículos que estão ali no cotidiano do clube. E, ao invés de facilitar o trabalho dos colegas, atrapalham. Alguns maus assessores ‘protegem’ tanto seu clube da imprensa que acabam até amontoando os repórteres em uma área agastada do campo em que o time treina. Os repórteres que lá estão precisam trabalhar. Além disso, hoje em dia, há assessores que limitam o trabalho dos repórteres. Listam uma série de ações que não podem ser tomadas, como falar com funcionários do clube, entrevistar jogadores fora de uma área estipulada, etc. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p. 91)

Para finalizar, o autor cita uma frase que sintetiza este conflito entre os dois tipos de jornalistas que se envolvem no esporte. “Sem dúvida é delicada a relação do repórter com o assessor de imprensa”. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p.90).

A editoria de esportes no jornalismo é uma das mais lidas. No Brasil, há uma preocupação muito grande com o futebol, principal modalidade nacional e em muitos meios de comunicação outras modalidades esportivas não possuem muito espaço. O jornalismo esportivo é tão forte e influente no país, que há cadernos extensos apenas para tratar do esporte, jornais específicos, diversos sites e blogs especializados, além de um grande número de canais televisivos e programas esportivos. Não se esquecendo é claro, do rádio, o meio de comunicação que ajudou a propagar o esporte por todo o país por décadas. O jornalismo esportivo é tão importante, que suas mudanças afetam leitores, telespectadores e ouvintes diretamente. E esse cliente do produto notícia sabe das transformações que o jornalismo esportivo tem sofrido ao longo dos anos.

Mudanças essas causadas por questões econômicas, já que o esporte, principalmente o futebol gera muito dinheiro no Brasil; e por questões técnicas, já que a assessoria de imprensa, novas mídias, e novo modelo de profissional de comunicação estão sendo inseridos no mercado. Esta situação é citada por Barbeiro e Rangel (2013).

(...) Dito isso, ressaltamos que trabalhar com jornalismo esportivo tem suas especificidades. Ele se confunde, frequentemente, com entretenimento. Isto, por seu lado, propicia o aparecimento de alguns poucos “coroados” e o envolvimento com outras atividades incompatíveis com a prática do jornalismo, como o agenciamento de publicidade, marketing e política privada dos clubes, federações, confederações e empresas. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p.13)

Hoje em dia, com o advento das mídias sociais e o crescimento da internet, ainda há páginas especializadas, *fanpages*, *twitters*, canais no *YouTube* e contas no *Instagram* que noticiam sobre esporte. Assim como citam Barbeiro e Rangel (2013).

A velocidade da rede coloca a internet na mesma igualdade de condições da tv e do rádio para levar a informação ao público. No entanto, falta ainda maior profundidade jornalística na apuração dos fatos esportivos, das tendências e do investimento em reportagem fazendo uso da ferramenta internet. Apesar de toda a revolução que causou, a internet é o grande desafio do jornalismo, seja ele especializado em esportes ou em qualquer outro setor. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p.99)

Por isso, delimita-se o tema deste projeto ao jornalismo esportivo, focando-se no período dos últimos quinze anos. Para que haja uma compreensão maior do assunto que é discutido nas escolas de comunicação e até mesmo pela população. Já que, a qualidade do produto notícia diminuiu com o tempo, e a discussão em torna das assessorias de imprensa cresceu muito.

Breve histórico do jornalismo esportivo nacional e algumas das transformações na imprensa esportiva:

Neste entretítulo referente à primeira parte desta monografia em curso, e que é a base para este artigo científico, cujo o tema retrata a relação entre as assessorias de imprensa e o jornalismo esportivo, o assunto a ser abordado será a história da imprensa esportiva no Brasil. É de suma importância este levantamento histórico e bibliográfico, para que haja a compreensão das transformações que ocorreram na imprensa esportiva desde sua criação até os dias de hoje, com o advento de novas tecnologias e o fortalecimento da assessoria de imprensa.

Ainda recente, a imprensa brasileira teve uma de suas editorias mais importantes e populares, criada há menos de cem anos, o chamado jornalismo esportivo. Segundo Fonseca (1997), no mundo, a primeira publicação desta área da imprensa é datada de 1854, pelo *Le Sport*. Ainda de acordo com Fonseca (1997), a grande imprensa só começou a dar mais espaço aos esportes em suas publicações em 1895.

O autor ainda destaca que nos primórdios, por ser tudo muito novo, a imprensa esportiva obteve mais êxito em jornais mais populares, e com isso, aproximou-se da população. Já de acordo com Bahia (1990), no Brasil, o surgimento aconteceu dois anos depois do que na Europa, com a publicação do “*O Atleta*”. Como destaca Sousa (2005) em sua obra que cita ambos autores.

É em um contexto de transformação editorial experimentado pelo jornalismo brasileiro na segunda metade do anos de 1800, quando os jornais passam a incorporar as novas propostas de valorização dos fatos em detrimento das opiniões, que surge a publicação que Bahia (1990) identifica como marco do aparecimento da imprensa esportiva no Brasil: em 1856 é publicado no Rio de Janeiro o jornal *O Atleta*, cujo objetivo era difundir ensinamentos para o aprimoramento físico dos habitantes da então capital do país. O noticiário da época era restrito às práticas de educação física e lazer. (SOUSA, 2005, p.2)

O jornalista Paulo Vinicius Coelho (2003) explica em seu livro “*Jornalismo Esportivo*”, porém, que o primeiro jornal esportivo do país nasceu em São Paulo em 1910, com o paulista “*Fanfulha*”, que tinha como principal objetivo informar a grande colônia de italianos presentes em São Paulo sobre o esporte. Coelho (2003) ainda destaca que ao mesmo tempo, no Rio de Janeiro, o “*Jornal do Brasil*” também possuía um espaço destinado ao esporte. Mas geralmente era visto somente em clássicos e grandes eventos.

Coelho (2003) também ressalta que o futebol chegou no Brasil através de Charles Miller, que em 1894, retornou de uma viagem à Inglaterra com duas bolas para São Paulo.

Vale lembrar também que a fatídica final de 1950 onde o Brasil foi derrotado pelo Uruguai, também acendeu a chama do esporte que já era conhecido por aqui, mas os estudiosos da área da comunicação afirmam que anos depois que a imprensa realmente deu valor a esta editoria.

Tal desvalorização da imprensa e do cronista de esportes perdurou até o início da década de 1940. O desenvolvimento da imprensa esportiva no Brasil deve muito a um esporte que, se não fosse pela importância que adquiriu no país, talvez as informações esportivas até hoje ainda estivessem relegadas a um segundo plano no jornalismo brasileiro e quiçá teria se tornado uma editoria independente e, apesar dos preconceitos ainda praticados em pleno século 21, depositária de prestígio social e econômico, por gerar algumas das maiores receitas publicitárias no país e manter o interesse pela leitura de jornais em grande parte da população (SOUSA, 2005, p.2)

Coelho (2003) salienta que as pessoas que viveram o início do jornalismo esportivo não acreditavam que o futebol poderia estampar as manchetes de grandes jornais, e levavam fé em outras modalidades, como o remo o hipismo, muito populares na época.

Nos primeiros anos de cobertura esportiva era assim. Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes. A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo, o esporte mais popular do país na época, jamais estamparia as primeiras páginas de jornal. Assunto menor. Como poderia uma vitória nas raias – ou nos campos, nos ginásios, nas quadras – valer mais do que uma importante decisão política do país? [...]. (COELHO, 2003 p.10)

Muito da popularização do futebol tem a ver com o crescimento do jornalismo esportivo. O esporte que se profissionalizou em 1930, era conhecido por ser praticado pela alta sociedade e negros, por exemplo, eram proibidos de jogar ou entrar nos clubes. Mas clubes tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo ganharam um viés mais popular por brigarem por membros de classes mais humildes e isso ajudou a popularizar o esporte e com isso, a imprensa acabou se preocupando mais e noticiando gradativamente em uma escala maior.

O auge dessa apropriação e popularização só aconteceria nos anos 30, com a profissionalização do esporte e com a efetiva incorporação do futebol à pauta dos jornais. Mas antes disso, a fundação de clubes de e para operários já anunciava que o elitismo no futebol brasileiro não duraria muito tempo. Um exemplo contundente disso foi à fundação do Sport Clube Corinthians Paulista, em 1910. Apenas operários participaram dessa fundação e o clube logo se tornou muito quatro populares entre a gente simples da capital de São Paulo e até hoje mantém sua identificação com as massas. (SOUSA, 2005. p.3)

Sousa ainda cita outro exemplo de anos antes, na década 1920, para explicar o porquê da popularização do futebol entre os Brasileiros. Neste trecho, a autora usa a referência de Sousa, Rito e Leitão (1998).

“A queda da Bastilha do futebol brasileiro ocorreu em 1923, quando comerciantes portugueses, preocupados em promover o Vasco da Gama ao estrelato, sustentaram,

na primeira divisão do Rio de Janeiro, um time formado por negros e brancos pobres. (...). As marcas registradas daqueles pés-rapados eram a habilidade e o improviso. Para asco e surpresa dos rivais, foram campeões. Assim, o jogo aristocrático transformou-se, aos poucos, em fenômeno, percorrendo o caminho que conduz da casa grande à senzala. Os excluídos reconheceram os craques vascaínos como ídolos. Perceberam que as regras eram fáceis e que qualquer lugar e qualquer bola serviam. Viram naquele esporte um lazer barato e um meio de driblar a apartheid social. ” (SOUSA; RITO; LEITÃO, 1998, p.46 *apud* SOUSA, 2005. p.4)

Vale ressaltar que também na década de 1930, as transmissões esportivas começaram a ser feitas pelo rádio segundo Vilas-Boas (2005). O autor destaca que no dia 19 de julho de 1931, foi transmitida uma partida entre paulistas e paranaenses. O Rádio foi de suma importância para a popularização e expansão do jornalismo esportivo e do esporte como um todo.

Antes da primeira Copa do Mundo disputada também na década 1930 - no Uruguai - , aqui no Brasil surge um dos ícones do jornalismo esportivo, tanto que hoje, seu nome é o do estádio símbolo do futebol nacional – Estádio Jornalista Mário Filho (Maracanã). Na época, Mário Filho iniciou sua carreira no jornal de seu pai, o “A Manhã” como repórter esportivo e mais tarde, iria trabalhar nos jornais “A Crítica” e fundar em 1931 o “Mundo Esportivo”. Ainda no mesmo ano, Mário Filho iria trabalhar no jornal O Globo e em 1936, compraria o “Jornal dos Sport”, que mais tarde se tornaria o maior jornal esportivo do país. Mário Filho ainda foi importante na criação e desenvolvimento de torneios de futebol no país.

“A Mário Filho deve-se a criação e a valorização do jornalismo esportivo enquanto gênero no Brasil, no início dos anos 30. Depois de organizar um caderno totalmente dedicado aos esportes nos jornais A Manhã e Crítica, ambos de propriedade de seu pai, ele fundou o Mundo Esportivo e, posteriormente, o Jornal dos Sports⁴, primeiros jornais totalmente dedicados aos esportes no Brasil”. (ANTUNES, 1999, p.186 *apud* SOUSA, 2005, p.5)

Juntamente com o nome de Mário Filho, seu irmão mais novo, Nelson Rodrigues, também iniciava a carreira como repórter no jornal de seu pai. Nelson Rodrigues trouxe para o jornalismo esportivo um traço muito importante do jornalismo da época, que era marcado por muito lirismo e até de certa forma poesia. Ainda assim, mesmo com tamanha história de nomes como o de Mário Filho e Nelson Rodrigues, segundo estudiosos da área da comunicação, como Amaral (1978), os jornalistas esportivos eram vistos com menos prestígio que outras áreas. Esta situação permaneceu a mesma até a década de 1940, mas graças ao futebol e a popularização do esporte no Brasil, o quadro mudou.

Quando o esporte enquanto competição começou a ganhar as páginas dos jornais impressos, era uma editoria que ocupava pouco espaço e dispunha de pouco prestígio. Só em 1922 é que os grandes jornais passaram a dedicar fotos de lances de futebol na primeira página. O pouco prestígio do qual dispunham os primeiros

jornalistas esportivos também era outra característica dessa época (AMARAL, 1998, p. 98 *apud* SOUZA, 2005, p.2)

A Copa do Mundo no Brasil de 1950, por exemplo, ajudou a difundir o esporte que já era um dos mais populares na época e o “*Maracanazo*”, como ficou conhecida a fatídica derrota para o Uruguai mexeu com o sentimento dos brasileiros com relação ao nacionalismo. No jornal O Globo, por exemplo, como cita Lucas Motta (2014), a morte de um torcedor brasileiro no dia da derrota para o Uruguai foi noticiada.

Em 1950, o jornal O Globo, por exemplo, informou sobre a morte de torcedores que não teriam suportado a perda da Copa do Mundo. A foto do sargento reformado da Marinha, João Soares da Silva, vinha abaixo da notícia “Morreu de emoção”. O periódico explicou que “a derrota da seleção foi um verdadeiro choque para os torcedores (MOTTA, 2014, p.15 *apud* COSTA, 2010, p.7)

Uma prova disso, de que realmente a imprensa esportiva ganhara força a partir do ocorrido em 1950, é que os jornais passaram a incluir cadernos esportivos regulares em suas edições a partir da década de 1960, muito graças ao futebol, que em 1958, conquistou sua primeira taça com a seleção brasileira. Como cita Stycer (2007).

As mudanças ocorridas na imprensa na segunda metade do século XX levarão, por consequência, a uma reconfiguração das posições no subcampo do jornalismo esportivo. No caso dos jornais de prestígio, que se tornaram mais sóbrios, o espaço dedicado à cobertura esportiva aumentou, a partir dos anos 60, chegando a conquistar, em alguns jornais uma certa autonomia, em forma de cadernos próprios. (STYCER, 2007, p.6)

Na década de 1970, quando o Brasil entrou para a disputa da Copa do Mundo no México como grande favorito, o futebol já era o esporte da nação. Tanto é que um número recorde de emissoras de rádio foi deslocado para a América do Norte cobrir o evento e Coelho (2003) explica que neste período, já havia uma disputa para quem dominasse a audiência.

As rádios davam show todo domingo nas principais capitais do país. Em São Paulo, por exemplo, o que não faltava era opção. Sem contar as tradicionais Globo, Jovem Pan, Tupi, Record e Bandeirantes, havia ainda emissoras como a Difusora e Capital. A Excelsior, afiliada da Globo, transmitia todos os domingos o segundo jogo mais importante. (COELHO, 2003, p.28)

A partir disso, com a chegada e melhoria nas tecnologias existentes nos meios de comunicações da época como rádio e a televisão, segundo Sousa (2005), que o jornalismo esportivo impresso precisou se reformular. A autora destaca que as publicações da época passaram a ser muito mais aprofundadas e técnicas.

A preocupação com a descrição exata dos lances do jogo continuou nas décadas seguintes, mas nos anos 60 e 70, época de grandes craques, de dois títulos mundiais para o Brasil, e da concorrência com a televisão, as reportagens passaram a valorizar também os esquemas táticos, as inovações na forma de montar e fazer as

equipes jogarem. Em meados dos anos 60, os termos em inglês também começaram a desaparecer do noticiário. (SOUSA, 2005, p.7)

Além da televisão, rádio e jornais, em 1970 surge a principal revista especializada em esporte do Brasil, que sobrevive até hoje. A revista “Placar” surgiu alguns meses antes a Copa do Mundo no México e segundo Vilas-Boas (2005), ela revolucionou o mercado do jornalismo esportivo nacional.

Foi uma pequena revolução na linguagem, com a devida licença histórica, e marcou a passagem do jornalismo esportivo “mecanizado” para o “humanizado”. Nas palavras de um genuíno representante dessa transformação, o jornalista Sérgio Baklanos, o esporte nos anos 1970 “saiu da cozinha para a sala de estar”. A trilha da humanização foi criada e seguida por diários como o Jornal da Tarde, em São Paulo, o Jornal do Brasil, no Rio, e, por algum tempo pelo Zero Hora, de Porto Alegre, além da já citada Revista Placar. (VILAS-BOAS, 2005, p.63-64)

Já a partir da década de 1980, Sousa (2005) explica que com o sucesso da televisão, os noticiários em geral tinham um espaço reservado para o esporte. E com isso, o resultado das partidas e o jogo em si deixou de ser a única coisa a ser noticiada e a vida pessoal dos atletas também virou pauta.

Já entre o tempo decorrido entre a perda da copa de 1982 e a década de 1990, o eixo de cobertura passou a ser o preparo físico dos atletas e a eficiência das jogadas ensaiadas que influenciavam a grande notícia esportiva: os resultados. No fim do século XX, a influência da televisão aumentou e a receita de sucesso dos seus programas passou a ser incorporada pelos jornais: ao lado do noticiário básico de resultados convivem histórias sobre as estrelas dos espetáculos esportivos. A vida pessoal dos jogadores – e não mais apenas dos jogadores de futebol – passou a fazer parte das histórias noticiáveis pelas páginas esportivas, com direito a chamada em primeira página. (SOUSA, 2005, p.7)

Na década de 1990, a imprensa esportiva no Brasil sofre mais transformações importantes. A primeira delas, segundo Coelho (2003) é sofrida graças a influência da internet, que atualmente é a principal fonte de comunicação e informações no cenário esportivo.

Na segunda metade dos anos 90, a febre da internet tomou conta do Brasil. Já havia alguns anos, o fenômeno tomara conta dos Estados Unidos. “E da Europa” [...] O advento movimentou o mercado jornalístico no país. Em 1994, os grupos Abril e Folha se uniram para criar o site UOL. Se dois grupos tão importantes estavam interessados no boom da internet, algo muito sério estava por vir. (COELHO, 2003, p.59)

Em 1996, o empresário Walter de Mattos Júnior, deixou o jornal carioca “O Dia” para fundar o jornal “Lance!”. Atualmente, o “Lance!” é o jornal esportivo mais lido no país e também possui um site bastante acessado. Segundo Stycer (2009), Walter teve a ideia de fundar o lance depois de viajar pela Europa e lá conhecer grandes diários esportivos.

Além dos periódicos europeus, também influenciou Walter a criar o “Lance!”, o jornal argentino Olé.

Outra mudança vista ainda nos anos 1990 é a criação de canais que tratam exclusivamente de esporte, como o Sportv, criado em 1991 com o nome de Top Sports e em 1995 teve seu nome trocado para Sportv. E franquias nacionais da grande rede de canais Espn, a Espn Brasil também fundada em 1995.

A partir dos anos 2000, o jornalismo esportivo passa a sofrer mais mudanças. O entretenimento ganha força no esporte e a questão jornalística e informativa de certa maneira perde o foco em alguns programas e meios de comunicação. Outro fato importante é o objeto de estudo desta monografia, a influência das assessorias de imprensa, que a partir do século XXI passou a ser importantes peças no jornalismo esportivo. Sobre este assunto Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel explicam que o assessor realmente possui muito poder hoje em dia

Atualmente em alguns clubes os assessores de imprensa têm tanto ou mais poder que alguns membros da diretoria. Mas infelizmente alguns profissionais não sabem como lidar com esse poder e acabam fazendo imensas lambanças. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p.90)

Os autores ainda falam um pouco da relação atual entre o assessor de imprensa e o jornalista esportivo. Tal relação tem causado conflito segundo os autores, já que para defender a imagem do clube ou profissional para quem trabalham, os assessores de imprensa acabam esquecendo de alguns princípios do próprio jornalismo.

Dignidade, educação e competência são palavras fundamentais para esse profissional de comunicação. Por que alguns assessores de grandes clubes adotam posturas tão agressivas e pouco profissionais em relação aos colegas de imprensa? Esses profissionais esquecem que são tão jornalistas quanto àqueles de outros veículos que estão ali no cotidiano do clube. E, ao invés de facilitar o trabalho dos colegas, atrapalham. Alguns maus assessores ‘protegem’ tanto seu clube da imprensa que acabam até amontoando os repórteres em uma área agastada do campo em que o time treina. Os repórteres que lá estão precisam trabalhar. Além disso, hoje em dia, há assessores que limitam o trabalho dos repórteres. Listam uma série de ações que não podem ser tomadas, como falar com funcionários do clube, entrevistar jogadores fora de uma área estipulada, etc. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p.91)

Atualmente, a internet através das redes sociais tem sido a principal fonte de informação do jornalismo esportivo e há páginas do *Facebook*, por exemplo, como “Desimpedidos” que possui milhões de seguidores. Sites como *Globoesporte.com*, *Espn.com.br*, além de blogs e canais do *YouTube* também são muito fortes e possuem grandes públicos. Sobre a questão do jornalismo esportivo na internet, Heródoto Barbeiro e

Patrícia Rangel destacam em seu livro “Manual do Jornalismo Esportivo” que apesar dessa revolução, o jornalismo esportivo ainda é um desafio.

A velocidade da rede coloca a internet na mesma igualdade de condições da tv e do rádio para levar a informação ao público. No entanto, falta ainda maior profundidade jornalística na apuração dos fatos esportivos, das tendências e do investimento em reportagem fazendo uso da ferramenta internet. Apesar de toda a revolução que causou, a internet é o grande desafio do jornalismo, seja ele especializado em esportes ou em qualquer outro setor. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p 99)

A internet, porém, aumentou o imediatismo já presente desde os primórdios do jornalismo. E agora, a assessoria de imprensa busca beneficiar-se disso, entregando aos repórteres, pautas, reportagens e *releases* com o que seus clientes desejam. E por conta da rapidez dos meios de comunicação e novas tecnologias, o “jornalismo” acaba cedendo e publicando o que as assessorias desejam. Muito também por conta de uma falta de profundidade e apuração dos meios de comunicação, que preferem publicar rápido e apurar depois.

Conclusão:

Portanto, com base nas primeiras análises dessa pesquisa, pode-se concluir que a assessoria de imprensa esportiva tem ajudado a transformar a mídia especializada. Porém, não se pode considerar este setor da comunicação como “a vilã” da queda da qualidade do jornalismo esportivo. A espetacularização desta editoria com o advento das redes sociais e o crescimento do entretenimento no jornalismo esportivo, novas tecnologias e outras transformações são tão importantes como a assessoria de imprensa quando o assunto são as mudanças no jornalismo esportivo. Ou seja, a assessoria de imprensa ajudou sim a transformar o jornalismo, porém, outros aspectos devem ser estudados para uma melhor compreensão do assunto.

Referências:

AMARAL, Luís. **Técnica de Jornal e Periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ANTUNES, Fátima Martin Rodrigues Ferreira. **Nelson Rodrigues e a emancipação do homem brasileiro: de vira-latas a moleque genial**. In: COSTA, Márcia Regina da (org.). **Futebol: espetáculo do século**. São Paulo: Musa, 1999.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: As técnicas do jornalismo**. São Paulo: Ática, 1990.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

BETING, Mauro; Pago para ver. In: **VILAS-BOAS, Sérgio (org)**. Formação e Informação Esportiva: **Jornalismo para Iniciados e Leigos; São Paulo; Summus Editorial, 2005**.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERRARETTO, Elisa; FERRARETTO, Luiz; **Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática**. Summus Editorial, São Paulo, 2009.

FONSECA; Ouhydes. **O. Esporte e Crônica Esportiva**. In :TAMBUCCI, P.L. & OLIVEIRA, J.G.M.de & COELHO SOBRINHO, J. (org.) **Esporte & Jornalismo**, São Paulo, CEPEUSP, 1997.

NOBLAT, Ricardo; Pago para ver. In: **VILAS-BOAS, Sérgio (org)**. Formação e Informação Esportiva: **Jornalismo para Iniciados e Leigos; São Paulo; Summus Editorial, 2005**.

SOUSA, Jair de, RITO, Lúcia, LEITÃO, Sérgio Sá. **Futebol-Arte**. São Paulo: Empresa das Artes, 1998.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Noticiário esportivo no Brasil: uma resenha histórica**. Recife: Tese de Mestrado em Comunicação Social – Universidade Federal de Pernambuco, 2005.

STYCER, Mauricio José. **Jornalismo Esportivo: 110 Anos Sob Pressão**. Santos: XXX Congresso Brasileiro da Intercom, 2007.

VILAS-BOAS, Sérgio; **Formação e Informação Esportiva: Jornalismo para Iniciados e Leigos**. (Org) São Paulo; Summus Editorial, 2005.