

PE – FACOM – UFJF

O JOGO DA NOTÍCIA

TARCISIO VALENTE LIMA

Tarcísio Valente Lima

O JOGO DA NOTÍCIA

Juiz de Fora
FACOM – UFJF
2006

Tarcísio Valente Lima

O JOGO DA NOTÍCIA

Monografia apresentada ao
Departamento de Jornalismo da
Universidade Federal de Juiz de
Fora como requisito para a
obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social -
Habilitação em Jornalismo
Prof. Orientador: Márcio de
Oliveira Guerra

Juiz de Fora
FACOM - UFJF
2006

Monografia defendida e aprovada, em 23 de março
de 2006, pela banca examinadora constituída pelos
professores:

Prof. Márcio de Oliveira Guerra - Orientador

Prof. Marise Pimentel Mendes

Prof. Ricardo Bedendo

SUMÁRIO

RESUMO

1 INTRODUÇÃO

2 A NOTÍCIA E O ESPORTE

2.1 O VALOR DA NOTÍCIA

2.2 A IMPRENSA ESPORTIVA

3 O JOGO DA MÍDIA

3.1 FUTEBOL POR TODOS OS CANTOS

3.2 PEQUENOS FORA DE FOCO

3.3 LEITORES SEM NOTÍCIA

4 O JOGO COMO ELE É

4.1 NO EMBALO DO TAPETÃO

4.2 A COPA DAS ZEBRAS

4.3 TODOS CONTRA O TRICOLOR

5 CONCLUSÃO

6 REFERÊNCIAS

RESUMO

O jornalismo esportivo se aprimorou durante anos, passando de simples relatos a notícias mais elaboradas e cada dia com maior destaque. Os clubes considerados "menores", no entanto, continuam à margem dessas mudanças, mantendo-se fora das páginas dos jornais diários, mesmo quando se destacam em grandes competições. A análise do processo de produção da notícia e da realidade atual do futebol brasileiro são aspectos analisados neste projeto. Ao final, a apresentação da cobertura, pelo jornal *O Globo*, de três campeonatos em que clubes de menor expressão se destacaram demonstram o tratamento dado aos mesmos pela imprensa esportiva brasileira. A conclusão é que, movida principalmente por interesses comerciais, a imprensa mantém o seu foco nos clubes "maiores", mesmo que as situações lhes sejam adversas.

1 - INTRODUÇÃO

O futebol continua a ser a grande vedete do jornalismo esportivo. Apesar das grandes conquistas brasileiras em diversas modalidades e do conseqüente crescimento do número de atletas e torcedores em cada uma delas, o futebol não perdeu a magia que mexe com a emoção da grande maioria dos brasileiros.

Quando se aproxima de uma Copa do Mundo, os jornais parecem se esquecer temporariamente dos problemas econômicos e políticos. Talvez por isso os nossos representantes gostem tanto da competição.

E o envolvimento dos políticos com o futebol não é de hoje. De JK a Lula, vários presidentes já se utilizaram do futebol para algum fim político. Durante a ditadura militar, por exemplo, a conquista do tri era sempre comparada aos avanços do país como forma de justificar o regime.

Além disso, futebol também é sinônimo de dinheiro. Como pode um esporte movimentar quantias tão altas? São quotas publicitárias, direitos de imagem, passes de jogadores, parcerias, patrocínios, movimentações financeiras sem fim.

E essas relações do futebol com a política e o dinheiro fazem com que o jornalismo esportivo perca um

pouco de sua liberdade se colocando diante de um jogo de ideologias.

Então, resta ao jornalista escolher o que divulgar. Selecionar a notícia sem se desfocar de seu compromisso com a verdade, mas também de olhos bem atentos aos interesses da organização para a qual trabalha.

E selecionar notícias sobre futebol no Brasil não é tarefa das mais fáceis. São inúmeros os clubes, campeonatos, jogadores. Espalhados por todo o Brasil, mesmo nos cantões mais distantes, sempre há uma bola rolando e muitas vezes uma surpresa aparecendo.

Clubes que nunca se destacaram, mesmo em competições regionais, de repente despontam no cenário nacional. Despreparada para essas situações, ainda que o despreparo tenha origem no próprio desinteresse dos meios de comunicação por tais clubes, a imprensa esportiva se mostra falha nas coberturas, apresentado na maioria das vezes somente a visão do clube mais importante, mais poderoso, de maior influência no cenário nacional.

Analisar a forma como se dá a cobertura do futebol no Brasil se torna extremamente importante para que se realize, o mais rápido possível, uma reformulação nas redações. Novos clubes estão ganhando espaço e ampliando suas torcidas. Isso significa que a cada dia novos torcedores ficarão sem notícias caso não se repense o jornalismo esportivo.

Tratar de forma igual dois clubes em um jogo parece um sonho impossível. E talvez realmente seja, visto que sempre há um favorito, um time de maior torcida, aquele mais famoso, com uma história pra contar. No entanto, simplesmente ignorar o adversário e considerá-lo vencido antes mesmo da partida é um erro irrecuperável.

Campeonatos como os estaduais e a Copa do Brasil têm demonstrado bem essa situação. Deixar de cobrir a evolução de um time devido a sua representatividade no início do campeonato pode significar perder a chance de noticiar um futuro campeão.

A cada dia mais "zebras" tomam conta do nosso futebol. Os grandes já se misturam aos pequenos em iguais condições, apesar de muitos clubes ainda viverem e continuarem a vencer usando quase que somente o peso de uma camisa e de um nome.

É essa a situação que pretendemos mostrar. A forma como são tratados os clubes "pequenos" é apenas um dos sintomas de um mal que se apresenta em quase todas as editorias de esportes: a grande parcialidade dos veículos na seleção da notícia esportiva.

Os remédios para se curar esse mal provavelmente não sairão deste ou de qualquer outro estudo teórico. A saída provavelmente está nas mãos e principalmente nas mentes dos profissionais que atuam diariamente em nossos jornais.

2 A NOTÍCIA E O ESPORTE

A notícia esportiva iniciou seu longo trajeto até os dias de hoje como algo sem importância. Por muitos anos, não se pensava na possibilidade de uma partida de futebol, por exemplo, ganhar a página principal de um jornal diário.

Mas o jornalismo esportivo foi ganhando espaço e atualmente já possui influência dentro das redações, disputando espaço com informações de política, economia e tantas outras.

Qual atual situação das editorias esportivas? E como a notícia é trabalhada dentro delas? Porque nem toda informação se transforma em notícia? Vamos analisar a notícia e o jornalismo esportivo atual e as influências que ocorrem na produção dos textos jornalísticos.

2.1 O VALOR DA NOTÍCIA

E o que é notícia? Esta pergunta que parece fácil de se responder pode deixar até mesmo um jornalista cheio de dúvidas. Mas trabalharemos aqui com um conceito de notícia que define a mesma como sendo o resultado de todo um complexo processo de produção, que vai muito além do simples fato apresentado.

Começamos então por apresentar alguns fatores que participam desse processo e que podem modificar a estrutura e a forma de apresentação de uma mesma notícia. Talvez o mais importante deles seja o elemento humano, entre jornalistas, editores, redatores e outros.

Todo ser humano possui uma carga cultural e seria impossível deixá-la de lado ao se produzir uma notícia. Dessa forma, um acontecimento religioso, por exemplo, vai ser apresentado de formas completamente diversas por um jornalista islâmico e por um jornalista católico. E não se trata de uma disputa de poder político ou religioso. Mesmo os jornalistas mais imparciais apresentariam versões diferentes devido a suas crenças e aquilo que é correto do ponto de vista de suas culturas.

É o elemento humano quem decide o que vai ser noticiado e o que vai ficar de fora, qual o ponto de vista vai ser repassado, qual a abordagem será utilizada. As fotos, as declarações e o lugar onde elas se encaixarão no texto, os dados informados, gráficos, infográficos, tudo é decidido pelo jornalista e influencia de forma decisiva na leitura do receptor e na formação de suas opiniões.

Atuar no jornalismo é uma opção ideológica, ou seja, definir o que vai sair, com que destaque e com que favorecimento, corresponde a um ato de seleção e de exclusão. Este processo é realizado segundo diversos critérios, que tornam o jornal um veículo de reprodução parcial da realidade.
(MARCONDES FILHO, 1989)

A imprensa é então uma grande arma ideológica e os fatores econômicos e políticos não poderiam ficar longe do processo de produção da notícia.

A notícia, na verdade, fica presa a esses fatores e deixa de ser livre em muitos momentos para ser imposta sobre os receptores, como demonstra *Ciro Marcondes Filho*.

Se a imprensa é livre, se é objetiva, se representa todos os setores da sociedade, essas são questões colocadas, antes de mais nada, não pelos grupos dominados, mas pelos próprios detentores do poder, na medida em que se vêem ameaçados por outras informações que põem em risco seu monopólio, venham elas da base da sociedade ou de grupos adversários.
(*MARCONDES FILHO, 1989*)

As empresas jornalísticas possuem interesses econômicos, como toda empresa, visam o lucro, e, além disso, muitas estão ligadas a grupos políticos, famílias tradicionais ou mesmo a outras grandes empresas. Assim, a escolha do que vai ser ou não notícia tende quase sempre a preservar os interesses desses grupos.

A imprensa perde a sua principal função, que seria de informar e passa a se apresentar como uma mercadoria, que possui um valor de uso e um valor de troca.

Quanto a esse valor da notícia, ele depende do tratamento que é dado ao fato. Um simples fato em si não atrairia um indivíduo que passa por uma banca. Mas a preparação da manchete de maneira que ela se enquadre como forma de satisfação das necessidades do receptor faz com que o jornal venda. Uma informação pura e simples não é

mercadoria. É o trabalho do jornalista que a transforma em produto de consumo.

2.2 A IMPRENSA ESPORTIVA

Quando pensamos em jornalismo esportivo, automaticamente nos vem à mente o futebol. Afinal, esporte no Brasil é sinônimo de futebol. Talvez este seja o grande problema que os profissionais do ramo esportivo enfrentam: a limitação para escreverem sobre outros esportes brasileiros, o que só ocorre quando surge algum atleta em destaque.

Existe uma barreira enfrentada pelos jornalistas. Como destaca Paulo Vinícius Coelho, "o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis": isso resulta na inexistência de jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo e de outros tantos esportes.

Segundo Coelho, ainda falta à mídia esportiva a consciência de que jornalismo esportivo também necessita de esforço, independência, imparcialidade e criatividade. Que não basta apenas freqüentar arquibancadas e transmitir resultados, o que ainda parece ser muito comum a muitos veículos da imprensa brasileira.

E essas características do jornalismo esportivo brasileiro vêm de longe. Desde as primeiras publicações, as

notícias se limitavam a relatos do que ocorria nos campos, quadras e raias. Além disso, o esporte não era considerado um assunto importante. Não se pensava na possibilidade de se ver uma manchete esportiva na capa de um jornal diário.

Mas mesmo que ainda engatinhando, a imprensa esportiva ia se formando. Desde a década de 10, o jornal *Fanfulla* já abria espaço para a cobertura dos esportes. Contrariando a tendência da sua época, o diário trazia relatos de página inteira sobre o tema, se tornando uma das maiores fontes de consulta sobre os primeiros anos do futebol.

Já nos anos 30 surge o primeiro veículo dedicado exclusivamente aos esportes no país, o *Jornal dos Sports*, fundado no Rio de Janeiro. O fato é que apenas os leitores de menor poder aquisitivo se interessavam pelas publicações esportivas. E com menos dinheiro, menos jornais eram vendidos.

Anos se passaram e jornais esportivos foram aparecendo e desaparecendo. Apesar de alguns terem vividos bons momentos, a grande maioria não resistia às adversidades. Exemplos de bons momentos foram os vividos com os títulos mundiais do Brasil em 58 e 62 e o início da era Pelé e de tantos outros craques do nosso futebol.

Somente no final dos anos 60 os grandes jornais abriram suas portas ao jornalismo esportivo. Com o surgimento dos cadernos de esportes, o Brasil firmava as

bases de sua imprensa esportiva. Apesar disso, ainda não se podia afirmar que se produzia aqui um jornalismo esportivo de alta qualidade. A relação quantidade x qualidade no jornalismo nem sempre é proporcional, já que a segunda depende muito do número de profissionais disponibilizados para trabalhar em cada editoria.

Atualmente, o jornalismo esportivo já possui bases mais sólidas, apesar de viver em constante luta por espaço tanto dentro das redações quanto nas páginas dos jornais.

E por falar em luta, um dos principais problemas do jornalismo também afeta o jornalismo esportivo. Os profissionais da área têm que viver em luta constante pela liberdade de escreverem sem se tornarem extremamente parciais, de poderem transmitir a realidade sem se preocupar com interesses externos ao jornalismo.

Os fatores que influenciam na escolha do que vai ser publicado e do que vai ser manchete são os velhos conhecidos: o poder político e o poder do capital. Mas então, qual a relação entre futebol, política e dinheiro?

Pode parecer difícil vincular tais temas, mas um exemplo talvez muito claro e recente pode tornar mais nítida essa relação. É só nos lembrarmos do Vasco da Gama e de seu dirigente Eurico Miranda.

Quantas vezes o futebol já não esteve ligado ao seu nome. Por inúmeras vezes, o nome do dirigente ganhou

mais destaque que o do próprio clube. E vale lembrar ainda que o próprio Eurico nunca tentou esconder que o Vasco sempre foi seu maior trunfo para se eleger deputado federal. E ainda, quantos contratos, muitos questionados pela CPI do futebol no ano 2000, não se vincularam ao clube e ao seu dirigente. Tal fato pode ser notado no trecho a seguir:

Quando Eurico Miranda entrou para a diretoria do Vasco, em 1975, aos trinta e poucos anos, era um homem de recursos limitados. Filho de um padeiro português, tinha trabalhado como vendedor numa concessionária carioca da Volkswagen. Mas, com seu carisma e habilidade política, não demorou a subir na hierarquia do Vasco. Isso mudou sua vida. Comprou casas à beira-mar, além de um iate. Não se trata de uma história de riqueza obtida com os próprios esforços. Atualmente, a imprensa brasileira e uma investigação promovida pelo Congresso têm documentado os delitos de Eurico Miranda. Em 1998, o Vasco recebeu 34 milhões de dólares em dinheiro do NationsBank (atual Bank of América), ávido por estabelecer o seu nome no grande mercado brasileiro por meio do patrocínio de uma marca esportiva popular. Quando o banco assinou o contrato, anunciou que o dinheiro seria suficiente para sustentar o clube por 100 anos. Dentro de dois anos, porém, essa quantia havia praticamente desaparecido. Cerca de 124 mil dólares tinham sido usados na compra de camisetas e material de propaganda para a última campanha eleitoral de Eurico Miranda. (FOER, 2004)

E não para por aí, contratos milionários são assinados todos os anos entre empresas e clubes de futebol. Já foi o caso de Corinthians, São Paulo e Cruzeiro que receberam milhões de dólares de um fundo de investimentos americano, o Hicks, Muse, Tate & Fust.

O mesmo ocorreu com o contrato entre o Flamengo e a empresa de marketing esportivo suíça ISL, além da gigante italiana Parmalat que durante anos administrou o Palmeiras

e que também levou seus investimentos ao Juventude de Caxias do Sul. Caso mais recente foi o contrato entre o Corinthians e a MSI, que resultou em grandes contratações para o clube.

A ligação entre o capital e o futebol está presente em todos os momentos, desde a contratação de um jogador, do patrocínio de uma empresa a um clube, nos contratos de parceria, nas cotas de transmissão dos jogos, nos inúmeros contratos de publicidade vinculados à transmissão de jogos e aos cadernos esportivos dos jornais de grande circulação.

Um bom exemplo em relação às quotas publicitárias foi a copa de 82. Como destaca Roberto Ramos, em seu livro¹, a Rede Globo desembolsou naquela situação Cr\$ 2,3 bilhões para transmitir a copa. A mesma emissora vendeu antecipadamente quatro quotas publicitárias no valor de Cr\$ 1 bilhão cada, no total de Cr\$ 4 bilhões, gerando um lucro de Cr\$ 1,7 bilhões antecipado. Os patrocinadores eram empresas de peso, Volkswagen, Coca-cola, Souza Cruz e Alpargatas.

No entanto, a Rede Globo foi além. Produziu cinco programas sobre a competição, o *Globinho na Copa*, o *Minuto da Copa*, o *Globo na Copa*, o *Quem é quem* e o *Bate bola*, que lhe renderam mais Cr\$ 377 milhões e 400 mil em quotas publicitárias.

¹ Ideologia e Futebol, 1984

Há de se notar também que figuras marcantes do futebol ainda fazem circular cifras impensáveis para a maioria da população brasileira. É o caso de Ronaldinho, Ronaldinho Gaúcho, Kaká e do já afastado dos campos Pelé, com suas imagens vinculadas a uma infinidade de produtos.

Pelé se tornou a imagem perfeita da pós-modernidade, uma marca respaldada por companhias multinacionais. Sua figura hoje aparece em dois milhões de cartões Mastercard. Viagra, Nokia, Samsung, Coca-cola e Petrobrás o contratam como porta-voz internacional. A cada ano ele ganha, pelo que noticia, 20 milhões de dólares somente de patrocínios. (FOER, 2004)

O interesse financeiro circulando no mundo esportivo é bem maior do que a imprensa transmite. Muitos apontam motivações nada corretas aos investidores estrangeiros, acusando-os de usar os clubes para lavar dinheiro e encobrir transações de reputação duvidosa.

O futebol transformou-se em um grande e lucrativo espetáculo, no qual o dinheiro não pode mais ser visto como um mero coadjuvante, tendo que ser analisado lado a lado a todos os outros aspectos do jogo.

E outro aspecto de fato muito importante para o futebol, e que influencia sobremaneira na cobertura jornalística esportiva, é o poder ideológico que vem dos campos. Por diversas vezes a imagem do futebol e dos principais jogadores brasileiros foi utilizada para fins políticos.

Há de se destacar a importância da seleção tricampeã em 1970 durante o governo de Emílio Garrastazu

Médici. Logo após a conquista, o presidente decretou feriado nacional. Era apenas mais uma demonstração de como o futebol serviu de coadjuvante ideológico num dos períodos mais autoritários e repressivos do país.

O presidente Médici foi promovido a torcedor número um do país. Passou a ser um assíduo freqüentador das tribunas de honra dos estádios. Não escondeu suas preferências clubísticas. Identificou-se como torcedor do Flamengo, no rio de Janeiro, e do Grêmio, no Rio Grande do Sul. Médici não só dava suas opiniões sobre o futebol. Ia mais além. Procurava impô-las. Fazia pressões constantes sobre a escalação da seleção nacional. Ele era fã incondicional do centroavante Dário e queria vê-lo com a camisa nove de titular. (RAMOS, 1984)

E não foi só a conquista, Pelé já havia se tornado para o regime um símbolo do *boom* econômico, que foi denominado de "Milagre Brasileiro". O governo tentava provar através do vitorioso futebol que na economia e na política o caminho poderia ser o mesmo.

Nos anos 70, os ditadores mostravam o rosto de Pelé ao lado de seus slogans, como "Ninguém segura esse país!". A música tema da conquista brasileira em 70 era tocada em quase todos os eventos oficiais.

Com tantos interesses em jogo, seria improvável dizer que o jornalismo esportivo é mais livre do que o político ou o econômico. Até mesmo porque por diversas vezes o mesmo é utilizado para mascarar interesses dos demais. Assim, a liberdade jornalística se torna questionável e o jornalista fica sobre uma corda-bamba, tendo de um lado seu compromisso com a verdade e de outro

seu compromisso com a empresa para a qual trabalha e que,
como qualquer outra, tem como objetivo o lucro.

3 O JOGO DA MÍDIA

E a mídia joga a todo tempo com as armas que possui para ampliar a cada dia seus leitores e seus lucros. Porém nesse jogo de interesses, deve ficar atenta à paixão do brasileiro pelo futebol e pela diversidade de clubes existentes em nosso país.

Verificar a influência do futebol no dia-a-dia do brasileiro e a situação atual dos clubes dos diversos estados do país se mostra como ponto fundamental para o aperfeiçoamento do jornalismo esportiva em relação ao futebol.

3.1 FUTEBOL POR TODOS OS CANTOS

A imprensa esportiva evoluiu com o passar dos anos e parece que a paixão do brasileiro pelo futebol seguiu lado a lado com este processo. Desde 1894, quando Charles Miller veio da Inglaterra com duas bolas de futebol, um livro de regras, alguns uniformes e um pouco de experiência no esporte dos ingleses, o futebol só viu crescer o número de adeptos à sua prática. Aos poucos o futebol deixou de ser exclusividade das elites, como destaca o professor Márcio Guerra.

Vindo como produto de importação, sua introdução no país foi feita por elites racistas e excludentes. Mas estas mesmas elites perderam o controle do futebol quando se apropriaram dele os pretos,

mulatos, brancos pobres, trabalhadores das fábricas, invertendo o código vigente e popularizando e democratizando o futebol.²

O futebol foi ocupando o seu lugar e mesmo os que ainda se dizem indiferentes a ele são atingidos pela emoção de uma Copa do Mundo que contagia todo o globo, como definiu Pelé no prefácio do livro *O jogo bruto das Copas do Mundo* de Teixeira Heizer.

A Copa do Mundo não é apenas uma competição que mede o talento de seus participantes (...) se alimenta de ingredientes emocionais que atravessam os limites do jogo, alcançam as arquibancadas e os mais longínquos pontos do mundo, onde haja um coração pulsando³

Difícil é determinar o que veio primeiro, a paixão do brasileiro pelo futebol ou as glórias da nossa seleção nos campos pelo mundo. Já em 1919, o Brasil conquistava seu primeiro título de destaque internacional, o Torneio Sul-Americano. Três anos mais tarde a seleção voltaria a conquistar o mesmo título. No entanto as principais conquistas daqueles anos viriam em 1958, 1962 e 1970, com o tricampeonato mundial.

Mas o futebol brasileiro nem sempre saiu vencedor dos campos. Momento de grande importância para o futebol nacional foi a derrota para o Uruguai em 1950 em pleno Maracanã, na final da Copa do Mundo daquele ano. Aquela derrota mexeu com a emoção do torcedor, como retrata o jornalista Teixeira Heizer.

Dezoito horas. Normalmente, horário da oração da Ave Maria nas igrejas, nos conventos, nos lares

² In: Lumina, v.5, n.2, p.130

³ In: O Jogo Bruto das Copas do Mundo, p. 13

católicos. Por coincidência, nas cercanias do Maracanã, move-se o maior cortejo fúnebre jamais visto no mundo. Duzentas mil pessoas, em silêncio, refletem, de forma ecumênica, sobre o sepultamento dos sonhos esportivos do Brasil. Um estranho réquiem, que seria desfeito, historicamente, oito anos depois. (HEIZER, 2001, p.62)

Após essa derrota, o Brasil adotaria um dos maiores símbolos do seu futebol: o uniforme canarinho, com a camisa amarela e golas e punhos em verde, calções azuis e meias brancas com frisos verde e amarelos.

Aliás, o futebol é um símbolo da nacionalidade brasileira. O verde e amarelo se tornam uniforme nacional de quatro em quatro anos, a cada Copa do Mundo. Ruas, casas e carros são enfeitados com as cores da bandeira nacional. O sentimento do brasileiro em relação ao futebol é novamente expressado por Pelé no prefácio do livro *O jogo bruto das Copas do Mundo* de Teixeira Heizer.

O futebol conferiu tal poder de sedução, que a todos atrai (...) no caso dos brasileiros, há um feitiço que empurra o torcedor para dentro das quatro linhas. Aliás, o torcedor daqui é diferente do de outros países. Afinal, ele chuta, ele cabeceia, ele faz gols, sente e sofre como se estivesse envolvido na própria competição.⁴

Mas até que se conquistasse o pentacampeonato, ainda acompanharíamos mais alguns momentos de apreensão. "De 70 a 94 foram 24 anos de jejum, de provações, de repetição de erros bisonhos, de desorganização", como destaca Heizer (2001, p.19). Foram anos em que muitos craques surgiram, mas nenhum deles conseguiu levar o Brasil ao título.

⁴ In: *O Jogo Bruto das Copas do Mundo*, p.13

Só em 1994, nos EUA, que o país do futebol pode voltar à ponta do esporte no mundo. A partir de então foram três finais de Copa, com dois títulos, além de outros conquistados nas categorias de base, em disputas regionais e até mesmo em campeonatos intercontinentais como a Copa das Confederações.

Mas a mesma paixão que une os brasileiros em torno da seleção divide torcedores dos diversos clubes brasileiros. Cada região, cada estado, cada cidade possui suas principais forças do futebol.

Para se ter uma idéia da imensidão de clubes existentes no Brasil, apenas o ranking da CBF, atualizado em 05 de dezembro de 2005, conta com 367 times pontuados. A Federação Paulista de Futebol possui, sozinha, 129 clubes filiados, de acordo com o seu site na internet.

De norte a sul do país são organizados campeonatos estaduais que geralmente ocorrem nos primeiros meses do ano. Já os meses seguintes ficam por conta dos campeonatos nacionais, como o Campeonato Brasileiro e a Copa do Brasil, e internacionais, como a Copa Libertadores da América e a Copa Sul-Americana.

Os critérios de disputa de cada campeonato são diferentes na maioria dos estados. Já o Campeonato Brasileiro reúne hoje, em sua primeira divisão, 20 clubes. Além disso, são disputadas ainda a Segunda e a Terceira divisões, como formas de acesso à divisão principal.

A Copa do Brasil reúne clubes de todos os estados do país, valendo-se de critérios como a classificação nos campeonatos estaduais do ano anterior para selecionar seus participantes. Nela os times se enfrentam sempre em confrontos no estilo mata-mata, em que somente um dos clubes avança a próxima fase, até que se chegue a uma final e se conheça o campeão.

A Copa Libertadores da América e a Copa Sul-Americana selecionam clubes brasileiros através dos campeonatos nacionais para disputar os títulos continentais. O campeão da Copa Libertadores da América disputa ainda o Mundial Interclubes no final de cada ano.

3.2 PEQUENOS FORA DE FOCO

Disputar campeonatos internacionais é um privilégio de poucos clubes brasileiros. A grande maioria convive com a luta por uma vaga na série A, ou mesmo nas séries B e C, do Campeonato Brasileiro. E, como destacou em entrevista ao portal *Globoesporte.com*, o presidente da Futebol Brasil Associados (organizadora da série B), José Neves Filho, os clubes menores estão se estruturando cada vez mais.

José Neves lembra que o sobe e desce de grandes clubes reflete a democracia do futebol brasileiro. Segundo ele, a razão é o equilíbrio entre os clubes menores que vêm se preparando melhor e os grandes que estão se descuidando na parte administrativa e na organização.

- Alguns clubes têm torcida e camisa, mas falta estrutura. Antigamente o [Flamengo](#) ia jogar no Piauí e vencia de dez os times de lá, mas hoje é diferente. Os times pequenos estão mais bem preparados. O [Santa Cruz](#) (vice-campeão da Série B) levou três anos para subir, e chegou à elite bem estruturado. Se não for assim, vai e volta.

Apesar dessa estruturação cada dia maior, os pequenos ainda não conseguiram espaço na mídia, como veremos nas análises dos próximos capítulos. Clubes vão do céu ao inferno em poucos dias. Um bom exemplo é o Paulista, campeão da Copa do Brasil em 2005 e que desapareceu das páginas dos jornais pouco tempo após a conquista. O Clube nem sequer conseguiu chegar à fase decisiva da série B do Brasileirão no mesmo ano.

O Campeonato Brasileiro, aliás, vem a poucos anos experimentando os mesmos resultados que a Copa do Brasil. Nas suas últimas edições, grandes equipes têm sido rebaixadas às divisões de acesso, e alguns pequenos estão figurando entre os clubes principais. Além disso, os times da série B não têm se intimidado diante da presença de grandes equipes entre eles. Bom exemplo é a queda de Bahia e Vitória para a série C em 2005.

O dirigente explica as chances de a Série B ter turno e retorno, com 38 jogos, e revela seu entusiasmo com o fortalecimento do campeonato, que no próximo ano terá mais dois campeões brasileiros: [Atlético-MG](#) e [Coritiba](#). (...) 'o campeonato cresceu em importância, tem apresentado grandes públicos. Além disso, agora teremos um time do Paraná e outro de Minas Gerais. Aliás, sempre temos alguma equipe do Clube dos 13 e hoje sete estão nas divisões de baixo' - disse o presidente, referindo-se a Atlético-MG, Coritiba, [Guarani](#), [Portuguesa](#) e [Sport](#), além de Bahia e Vitória, que disputarão a Série C.

Além disso, o futebol brasileiro não está dividido proporcionalmente no território nacional. Apenas quatro estados concentram os 13 primeiros clubes do último ranking divulgado pela CBF. Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul reúnem, além das maiores torcidas, também os maiores clubes. As posições seguintes do ranking revelam algumas potências regionais de outras partes do país.

Coincidentemente, os estados que possuem os principais clubes reúnem também os principais veículos de comunicação do país. Assim, a divulgação pela imprensa dos campeonatos se resume a essas equipes principais, favorecendo a manutenção do seu status.

No Rio de Janeiro, só como exemplo, temos a TV Globo, os jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil*, e no rádio a Rádio Globo, todos de veiculação nacional, que dão a Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco um destaque muitas vezes acima de suas atuações em campo. É só puxar um pouco na memória e lembrar que, mesmo na série C do Brasileirão, o Fluminense não sumiu totalmente da mídia.

Em São Paulo, também a TV Globo, além da Bandeirantes e da Record, os jornais *Folha de São Paulo* e *Estado de São Paulo*, entre muitos outros, dão a cobertura dos grandes clubes do estado, mantendo-os sempre perto dos torcedores. Destaque para Corinthians, Palmeiras, Santos e São Paulo.

Em Minas Gerais, como não poderia ser diferente, o jornal *Estado de Minas*, por exemplo, faz uma cobertura de esportes que se resume quase que tão somente à divulgação de Atlético e Cruzeiro. Além disso, a Rede Globo Minas e a TV Alterosa mantêm programas esportivos focados nos clubes do estado.

Por fim, o Rio Grande do Sul, que possui uma das maiores afiliadas da Rede Globo, a RBS, além de vários outros veículos fortes de comunicação entre rádios e jornais impressos, mantém seu foco em Grêmio e Internacional.

Os outros clubes, sejam de outras regiões, ou até mesmo os desses estados, mas que não despontam como favoritos nas competições, ficam à margem da imprensa, sendo noticiados somente por veículos menores da imprensa local.

3.3 LEITORES SEM NOTÍCIA

E os torcedores dos times que não se tornam notícia? Como eles se mantêm informados sobre seus times? Uma das saídas, e talvez a única para muitos, é a internet. Páginas dos clubes, sites de jornais regionais, informativos de torcidas organizadas, todos são fontes para esses torcedores.

A internet tem evoluído nos últimos anos e a cada dia novas ferramentas de comunicação facilitam a divulgação de notícias pela rede, como podemos notar no texto "Jornalismo & Weblogs - Uma aposta de cinco anos", de Rodney Brocanelli, divulgado pelo site do programa *Observatório da Imprensa* em 3 de julho de 2002.

Nesses quase sete anos de uso comercial, a internet teve várias febres. Uma das primeiras foi a da homepage pessoal, atendendo as mais diversas necessidades. Depois, vieram as listas de discussão via e-mail, nas quais os internautas criam comunidades virtuais tendo como ponto de partida um estilo musical, uma série de televisão ou uma categoria profissional, entre muitas opções. Mais adiante, aconteceu a explosão dos programas de comunicação. Quem não conversa online com os amigos através do ICQ, do MSN ou assemelhados? Recentemente houve a coqueluche dos programas Napster e Audiogalaxy, ideais para o compartilhamento de músicas. Os dois serviços atualmente estão fora do ar, mas dentro em breve novas alternativas serão criadas, para deleite do público jovem. Na história da net é sempre assim: cria-se um serviço novo e todos correm em peso para usufruí-lo.

A atual febre da internet é o blog, que está na ordem do dia. Muitos estão colocando os seus na rede e com as mais diferentes finalidades. No início, o blog servia como um diário virtual semelhante ao da Luluzinha das histórias em quadrinhos (alguém aí se lembra?), ou então como um depósito de textos para lá de pessoais, iguais àqueles que costumamos escrever nas páginas finais dos nossos cadernos de escola.

Alguns teóricos da comunicação consideram o blog uma forma de jornalismo, e grande parte deles, otimista ao extremo, acredita de forma veemente que esse veículo substituirá o jornal (já ouvimos essa história antes, e os protagonistas eram outros meios de comunicação).

Mas na internet tudo muda num pequeno lapso de tempo e o que era febre fica ultrapassado. Os blogs deixaram de ser a sensação do momento e perderam espaço para os sites de relacionamentos, entre eles o Orkut, como

mostra a matéria da jornalista Paula Leite para o site do jornal *Folha de São Paulo* em 15 de julho de 2005.

Site de relacionamento supera e-mail no país

Os brasileiros que acessam a internet em casa passaram um quinto do tempo navegando em sites de comunidades, como o famoso Orkut, no primeiro trimestre de 2005, segundo o Web Brasil, estudo trimestral do Ibope/ NetRatings.

Os internautas gastaram 20,5% do tempo navegando em sites de redes virtuais de amigos. Essa foi a categoria mais acessada pelos brasileiros entre as 84 criadas pela pesquisa e ganhou até mesmo dos "básicos" e-mail e portais de interesse geral.

O Orkut é um site no qual cada participante tem uma página de recados. Através dela, os outros usuários podem deixar recados para o participante. Além disso, existem as comunidades, que reúnem participantes que possuem alguma coisa em comum, seja um gosto musical, um amigo em comum, ou mesmo a paixão por um clube de futebol.

Comunidades como "Campeonato Brasileiro Série B", com 4.441 participantes, abrindo espaço para discussão sobre os clubes que disputam o campeonato, "Clube do Remo", com 24.401 participantes, sobre o clube do estado do Pará, "Operário Futebol Clube" com 270 inscritos, dando espaço para o clube do Mato Grosso, são exemplos de fontes para os torcedores excluídos pela grande mídia.

Além dessas, outras milhares de comunidades estão espalhadas pelo site, destacando clubes como Sampaio Corrêa-MA, Tuna Luso-PA, América-RN, Clube Atlético Hermann Aichinger-SC, Flamengo-PI, River-PI, dentre tantos outros que a mídia deixa em segundo plano.

Porém todas essas fontes de informação não são propriamente jornalísticas e muitas vezes são anônimas, o que não garante a qualidade das notícias que chegam e nem mesmo a verdade dos fatos.

4 O JOGO COMO ELE É

Mas alguns clubes pequenos têm marcado a história do futebol e têm aos poucos exigido mudanças da mídia. Chegando às finais de grandes campeonatos, eles fazem com que os veículos da imprensa tenham que se adaptar a uma realidade a cada dia diferente.

Passaremos agora para a análise de três campeonatos em que clubes de menor expressão ganharam destaque. São eles, a Copa João Havelange, em 2000, a Copa do Brasil, em 1999 e o Campeonato Carioca, em 2002.

As três edições específicas desses campeonatos foram destacadas por se tratarem de exemplos bem específicos do tratamento dado pela imprensa a esses clubes, mas situações bem próximas ocorreram em outras edições dessas competições, como por exemplo na Copa do Brasil em 2004 e 2005, em que os clubes "grandes" foram surpreendidos na finais.

4.1 NO EMBALO DO TAPETÃO

O Campeonato Brasileiro de 1999 havia sido um fiasco em termos de organização. O confuso regulamento que criava critérios diferenciados para o rebaixamento à segunda divisão gerou um conflito judicial entre a CBF e o Gama, clube do distrito federal. Apesar de terminar o

campeonato em 15º lugar entre 24 equipes, o clube seria rebaixado para a segunda divisão. Mas não era só, pois isso já era previsto no regulamento. A discussão corria em torno de uma decisão judicial que havia dado três pontos ao Botafogo-RJ, clube que disputava diretamente o rebaixamento com o Gama.

Em meio a esse conflito, o Clube dos Treze resolveu burlar a lei e criar a Copa João Havelange, que seria uma edição especial do campeonato no ano de 2000. Sem recursos para contestar qualquer tentativa de se reorganizar o futebol brasileiro, a CBF resolveu apoiar o campeonato.

Com a decisão, estavam de volta à elite do futebol nacional Fluminense, Bahia e América Mineiro, todos retornando pela porta dos fundos, sem nenhum esforço nos gramados. Os três haviam sido rebaixados em anos anteriores para as divisões de acesso e ainda não haviam conseguido retornar à primeira divisão.

Ainda eram mantidos Juventude e Gama que haviam sido rebaixados para a série B, o último já com uma decisão da justiça comum a seu favor para mantê-lo na primeira divisão. Ao todo eram 116 clubes de todos os cantos do país.

A Copa JH, como iremos nos referir ao campeonato daqui por diante, trouxe um novo modelo, não baseado em divisões ou séries, A, B ou C, mas com um desmembramento em

módulos. Eram eles: azul, amarelo, verde e branco. A organização da Copa era bem parecida com os critérios adotados até então no Campeonato Brasileiro, mas com um diferencial: um clube do módulo branco, aquele dos times de menor expressão poderia ser o campeão nacional.

E não é que os pequenos se entusiasmaram com essa história. Times até então desconhecidos fizeram história na disputa. O improvável Malutrom chegou a se dizer capaz de derrotar o quase imbatível Cruzeiro daquele ano. O São Caetano, derrotado pelo Paraná na decisão do módulo amarelo, iria derrubar um a um todos os grandes que entrassem em seu caminho até a final. E a história só pára por aí porque os outros "pequenos" ficaram de fora. Devido ao regulamento só se classificariam para a fase final os doze melhores colocados no módulo azul, os três melhores do amarelo e apenas o campeão dos módulos verde e branco.

A imprensa, como se nada ocorresse nos demais módulos, insistiu quase que até no final do campeonato em noticiar apenas o módulo azul, divulgando, vez ou outra, pequenas notas sobre os demais módulos. Até que chegassem as fases finais da copa, o que se viu foi uma cobertura igual à dos anos anteriores em um campeonato diferenciado tanto pelas regras, quantos pelos participantes.

Prova dessa indiferença da imprensa foi o tratamento dado à final do módulo Amarelo no dia 18 de novembro de 2000. Enquanto São Caetano e Paraná decidiam o

título do módulo, o jornal *O Globo* divulgava a seguinte manchete: "Botafogo se apega ao passado", a respeito do jogo que só ocorreria no dia seguinte e que voltaria a ser destaque.

Ainda na mesma edição, no caderno de esportes, encontramos a seguinte manchete: "COPA JH: módulos amarelo e verde-branco **também** definem seus finalistas. Seis equipes lutam por três vagas para oitavas de final". Enfim parece termos encontrado uma matéria sobre os "pequenos" do futebol brasileiro. Para nossa surpresa, o texto dava as chances detalhadas de cada time do módulo **azul** se classificar nos jogos que só ocorreriam no dia seguinte. No final da matéria, em apenas um parágrafo, eram citadas as finais dos outros módulos que ocorreriam na noite daquele dia. Aí então podemos entender o porquê do **também** acima destacado na manchete, era uma demonstração de que aqueles times estavam em segundo plano na cobertura daquele jornal.

No dia seguinte, novo destaque para o jogo Botafogo e Santos que definiria a classificação do clube carioca. Como manchete de capa do jornal lá estava: "A última esperança alvi-negra". E até mesmo o Flamengo, já eliminado, teria destaque naquela edição: "Fla enfrenta Vitória em busca de adeus honroso". Cabe aqui um desconto à imprensa. Como os jogos decisivos dos outros módulos ocorreram à noite, os resultados só foram conhecidos após o fechamento daquela edição.

Mas o mesmo desconto não pode ser dado quando, numa edição recheada de notícias esportivas no dia 20 de novembro daquele ano, apenas três parágrafos no canto inferior da página noticiavam "Malutrom e Remo se juntam aos **grandes**. Paraná e São Caetano são os outros dois times classificados". Na matéria, a conquista dos clubes paranaenses Malutrom e Paraná, respectivamente campeões dos módulos verde-branco e amarelo, ficou esvaziada pela simples informação dos resultados dos jogos.

O que se vê em toda a edição é a expectativa do noticiário por uma final entre Fluminense e Vasco, demonstrada claramente já na manchete de capa. "Flu e Vasco em vantagem na Copa JH". E ainda na capa do caderno de esportes: "Flu e Vasco com a Bola". Quem observou apenas essas notícias nem mesmo descobriria que o Cruzeiro acabara de conquistar o título simbólico de campeão da primeira fase e que Fluminense e Vasco aclamados na manchete se classificaram apenas em terceiro e quinto lugares respectivamente.

Novamente abro um espaço de defesa ao bom jornalismo ainda praticado pelos nossos jornais diários, mesmo que em pequenas, e muitas vezes ínfimas proporções. Durante a semana que se seguiu pôde-se ver um tratamento mais adequado aos então classificados Malutrom, São Caetano, Paraná e Remo. Destaque para a matéria publicada na página 39 do caderno de esportes de *O Globo* em 21 de

novembro de 2000, que transcrevemos abaixo. Além de abrir espaço a um clube até então desconhecido da maioria dos leitores, o abriu com a qualidade merecida por um campeão.

Malutrom acha que derrotar o Cruzeiro é missão possível

O técnico Amauri Knevitz, discípulo de Scolari já venceu o time mineiro

Curitiba. Quem acredita em complexo de inferioridade por parte do Malutrom, campeão dos Módulos Verde e Branco, diante do Cruzeiro, se engana. Para o técnico Amauri Knevitz, discípulo de Luiz Felipe Scolari, treinador do Cruzeiro, a luta entre grandes e pequenos no futebol costuma apresentar surpresas. Ele tem até história pra contar.

- Já venci o Cruzeiro jogando em um time pequeno. Estava no Brasil de Pelotas e ganhamos em 1984 por 1 a 0, gol de Bira, nosso centroavante. O nosso técnico era o Felipão - lembra Amauri.

Paranaenses confiam na força de seus artilheiros

Mas será possível repetir o feito?

- Temos superado todas as dificuldades e esperamos continuar sendo a surpresa da Copa JH. Acho que temos chances, apesar de enfrentarmos o melhor time da competição - disse o discípulo de Scolari.

O Malutrom tem seus trunfos para tentar surpreender o Cruzeiro. Os maiores deles no ataque. O destaque do time é o atacante Flávio, de 24 anos, artilheiro do Módulo Verde-branco com 14 gols, um deles o do título, marcado de pênalti aos 43 minutos do segundo tempo contra o Uberlândia.

Flávio, porém, está na reserva, pois vem de uma contusão e não recuperou sua melhor forma física. Seu substituto, porém, não tem deixado por menos. Calmon, de 22, já marcou 10 gols na competição.

A média de idade da equipe é de 23 anos. Os veteranos são Reginaldo, ex-Paraná e Inter-RS, e Ednéilson, ex-Paraná e Vila Nova, de Goiânia. Ambos têm 30 anos. O goleiro reserva Claitom, de 19 anos é o mais novo do time.

Resultado da união de duas tradicionais famílias curitibanas - Malucelli e Trombini - o Malutrom possui uma folha modesta, de R\$ 60 mil por mês. Seu orçamento para o ano de 2000 foi de R\$ 1,3 milhão.

Clube empresa com títulos nas categorias de base

O Malutrom S.A. foi fundado em dezembro de 1994 e até 1997 disputou apenas as categorias de base, conquistando 17 títulos. No dia 30 de julho de 1998, tornou-se um dos primeiros clubes-empresa do futebol brasileiro. Naquele ano foi campeão da Segunda Divisão Paranaense.

Em 1998, a equipe terminou em 4º lugar, atrás apenas dos três grandes do futebol paranaense: Coritiba, Paraná e Atlético. Em 2000, o Malutrom foi o sexto colocado no paranaense.

Pena que o mesmo tipo de matéria não foi e ainda não é publicada em dias em que o esporte tem maior destaque, como aos domingos e segundas-feiras. Pena também que a realidade do futebol tenha se deparado diante do Malutrom que não suportou a pressão de disputar uma vaga contra o primeiro colocado do módulo azul da Copa JH.

Partimos então para a participação do clube de São Caetano que uniu as torcidas paulistas em torno do azul na fase final do campeonato. Favorecido talvez por um misto de antipatia paulista com os clubes cariocas e com a eliminação de todos os demais clubes do estado antes mesmo das semi-finais, o São Caetano passou a representar seu estado na Copa JH, como se nota na manchete de 17 de dezembro de 2000: "Azul é a cor que une os paulistas".

Apesar da notória falta de qualidade das matérias, o São Caetano foi aos poucos conquistando espaço, à medida que eliminava um a um os grandes clubes que entravam em seu caminho. Fluminense, Palmeiras e Grêmio, todos foram caindo diante daquela nova sensação do futebol.

E foi diante do Grêmio que talvez o São Caetano tenha se afirmado perante a imprensa. Tanto que a edição do dia 17 de dezembro daquele ano não deixava dúvidas. Em destaque no caderno de esportes lá estava: "São Caetano x Grêmio: sai hoje o primeiro finalista da Copa JH. Equipe

paulista mantém a confiança em eliminar mais um time grande”.

Talvez ainda faltasse um ponto de vista mais “azulão” nas matérias que, como essa, sempre deixavam a posição do clube paulista em segundo plano. Apesar disso, o São Caetano já era notícia. Ninguém mais ousaria dizer que não conhecia o clube ou mesmo a imprensa poderia deixar de noticiá-lo. Era o comentário geral. Todos apostavam em até onde aquele clube do interior de São Paulo poderia chegar. E ele chegou à final.

Talvez o desfecho jornalístico da Copa JH pudesse ter sido outro, com o São Caetano ganhando um pouco mais de prestígio após a sua classificação. Mas, por ironia do destino, o Vasco, momentos antes da segunda partida contra o Cruzeiro, na outra semifinal, resolve trocar o seu técnico. Um prato cheio para a imprensa esportiva ansiosa por uma notícia que recolocasse as coisas em seu “devido lugar”.

Brigas entre dirigentes, debates sobre qual o melhor técnico, o melhor estilo de jogo, opinião dos jogadores, reportagens em páginas duplas sobre a queda de Oswaldo de Oliveira no comando do Vasco. E o São Caetano parecia voltar ao anonimato. Durante toda a semana que antecedeu a final do campeonato a fórmula se repetiu. Três grandes matérias sobre o Vasco da Gama contra uma sobre o São Caetano.

Entre elas, destaque para as que pareciam prever uma vitória vascaína: "Vasco já vive clima de vitória na JH"; "Clima de festa em São Januário"; " Vasco perto do quarto título"; "Vasco parte rumo ao tetra"; "Romário a noventa minutos da conquista inédita".

No dia da final, uma única notícia sobre o azulão: "Picerni briga e acaba com a tranqüilidade do São Caetano". O texto se preocupou apenas em dar destaque a problemas no treino do clube, sem abordar aspectos da preparação tática e da escalação do time para a final.

O *Globo* já havia fechado a primeira edição de seu jornal de domingo, dia 31 de dezembro, em que nem mencionava a final, já que o jogo acontecera no início da noite daquele sábado. Mas os acontecimentos daquele jogo mudaram o centro das atenções de todos os setores. Uma nova edição foi lançada com um único destaque na capa: "Em vez de festa, tragédia". Seis novas páginas foram acrescentadas na nova edição para abordar o acidente durante a partida. A queda do alambrado de São Januário seria a notícia mais importante do dia em todos os noticiários da imprensa escrita, da TV, rádio e internet.

A questão poderia ser quem se feriu, quantos se feriram, como ocorreu o incidente, ou até mesmo, e agora, quem será o campeão? Essas foram, sim, notícias daquele dia, mas a nova sensação da mídia era o dirigente vascaíno Eurico Miranda. Não importava qual o tema, Eurico era

inserido de alguma maneira e se tornava o ponto central de todas as discussões.

Prolongada até o mês de janeiro de 2001, a Copa João Havelange somente conheceria seu campeão após muita confusão dentro e fora dos gramados. O Vasco levaria o título numa nova partida remarcada pela organização da competição. Mas, apesar do vice-campeonato e de toda história que marcou o futebol daquele ano, o São Caetano não foi esquecido.

Com a volta do Campeonato Brasileiro em 2001, os "grandes" permaneceram na primeira divisão. E, como não era possível deixar o vice-campeão nacional do ano anterior de fora dessa, o São Caetano entrou para o seleto grupo dos noticiáveis pela imprensa, os clubes da série A do campeonato nacional. Noticiáveis, mas nem sempre noticiados.

Um novo vice-campeonato em 2001, vitórias constantes nos campeonatos que disputava, conquistas inéditas para o clube e o Azulão se firmou como um dos "grandes" do futebol e, apesar da pequena torcida, está sempre freqüentando as páginas dos jornais esportivos, mesmo que talvez um tanto a contra-gosto da imprensa.

4.2 A COPA DAS ZEBRAS

Desde 1989 a Copa do Brasil é disputada reunindo clubes de todas as regiões do país. Inicialmente marcada pelo predomínio de grandes clubes, principalmente Grêmio, Flamengo e Cruzeiro, o campeonato ganhou novos ares com as surpresas vindas dos diversos cantos do país.

Clubes até então desconhecidos do grande público despontam diante da imprensa. Paulista, Santo André, Brasiense e Juventude foram talvez os principais vilões do campeonato. Apesar de não ter levado o título, o Brasiense foi a sensação do campeonato em 2002. Já os outros três levantaram a taça e marcaram a história da competição.

Mas nem só aqueles que chegaram às finais tiveram a oportunidade de despontar aos olhos de todo o Brasil. Quem não ouviu falar nos últimos anos do 15 de Novembro, do Treze, do Palmas ou do Baraúnas? Talvez os torcedores de alguns grandes clubes do país ainda se lembrem muito bem deles.

Dentre tantos exemplos, optamos por destacar um caso particular e que resume bem o desinteresse da imprensa por esses clubes e a forma como os deixam em segundo plano, mesmo em seus maiores momentos de glória.

Analisaremos o campeonato de 1999 seguindo uma cronologia do mesmo através das manchetes apresentadas pelo jornal *O Globo*, no período entre 14 de abril e 28 de junho de 1999.

14/04/1999 - Gilson Nunes quer que Botafogo anule Serginho. Tática é empatar com São Paulo no Morumbi e tentar vencer no Rio.

A competição havia começado ainda no mês de fevereiro, com as duas fases iniciais. Nesse momento iniciavam-se as fases finais e alguns clássicos começavam a aparecer, um deles era o jogo entre Botafogo e São Paulo, que em 1998 haviam decidido o torneio Rio-São Paulo.

15/04/1999 - Copa do Brasil: Botafogo empata com São Paulo e fica perto da vaga. Gilson Nunes, que armara o time para empatar chegou a sonhar com a vitória.

Notícia um tanto quanto tendenciosa, já que mesmo com o empate em São Paulo, o Botafogo ainda precisaria vencer no Rio para se classificar às quartas-de-final.

21/04/1999 - Fla vai ao sul tentar acabar com uma desagradável tradição.

22/04/1999 - Fla vence o Grêmio e quebra um tabu no Olímpico.

Outro clássico, entre os dois dos clubes com maior número de vitórias na competição. Como já se pode notar até aqui, os clubes cariocas eram o destaque do jornal sempre às terças e quartas-feiras, quando ocorriam os jogos da competição.

28/04/1999 - Botafogo pode perder o seu quarto titular na decisão com o São Paulo.

Aqui, um simples jogo pelas oitavas-de-final da competição é tratado como decisão. Novamente o jornal se mostra tendencioso, dando ênfase a apenas um dos jogos que ocorriam no dia. Aliás, em um deles, o Juventude, aquele que se tornaria campeão, enfrentava o Corinthians, um dos principais clubes paulistas. O jogo, no entanto, passou despercebido.

29/04/1999 - Romário, a principal preocupação do Flamengo para o jogo contra o Grêmio.

Por mais uma semana o jornal insiste em noticiar apenas os jogos dos clubes cariocas.

06/05/1999 - Vasco sai da Copa do Brasil. Botafogo vence.

Bebeto, de Vilão a herói, leva o Botafogo à virada sobre o Atlético-PR.

Vasco se despede da Copa do Brasil.

Quem se atém apenas às manchetes nem sequer sabe quem se classificou para a próxima fase ao vencer o Vasco. O Goiás, mesmo perdendo o jogo em São Januário, se classificou às quartas-de-final. Já o Botafogo vencia o primeiro jogo na luta por uma vaga nas semifinais.

12/05/1999 - Botafogo arma muralha contra o Atlético-PR

13/05/1999 - Botafogo está na semifinal da Copa do Brasil

14/05/1999 - Fla quer vencer sem sofrer gol

15/05/1999 - Fla vence e joga por empate em São Paulo

Novamente o campeonato parece se resumir aos clubes cariocas. Aliás, durante os dias analisados todos os clubes que ainda disputavam a competição haviam jogado, mas nem sequer uma nota com os demais resultados foi divulgada.

21/05/1999 - Fla terá Romário hoje contra o Palmeiras em SP.

Beto, a outra arma do Fla.

22/05/1999 - Flamengo é eliminado nos minutos finais.

A eliminação em dois minutos.

O Flamengo deixava a competição e também todos os refletores do jornal voltados para o Botafogo. A partir daqui, o alvinegro era o único carioca na competição. O destaque para o clube talvez só não tenha sido maior porque o campeonato carioca ainda estava em andamento. Vasco e Flamengo disputavam jogo a jogo o título da competição.

08/06/1999 - Gilson joga suas fichas no preparo físico do Botafogo.

09/06/1999 - Ameaça de uma final Parmalat põe Botafogo em alerta.

10/06/1999 - Palmeiras tira o sono do Botafogo. Sergio Manoel dá susto mas joga.

11/06/1999 - Botafogo tenta parar o bicho papão.

12/06/1999 - Botafogo vai à decisão da Copa do Brasil.

A aproximação do clube carioca da grande final faz com que se ampliem as notícias sobre a competição. Ao invés da publicação apenas nos dias dos jogos, aqui se vê quase uma semana inteira de notícias.

Outro destaque é que pela primeira vez o Juventude é mencionado quando se fala em ameaça de uma final Parmalat, que patrocinava, além do clube gaúcho, também o Palmeiras. Porém, mesmo nessa notícia as atenções são voltadas para o Botafogo, ou seja, em que os interesses da multinacional poderiam atrapalhar o alvinegro.

17/06/1999 - Botafogo conclui que o melhor é jogar bem. Onde a CBF determinar.

18/06/1999 - Botafogo de peito aberto contra Juventude.

20/06/1999 - A derradeira final de uma geração. Cheio de veteranos, Botafogo faz primeiro jogo da decisão da Copa do Brasil com Juventude.

Juventude pressionará os 90 minutos.

Nos dias que antecederam o primeiro jogo da final, apenas uma pequena notícia sobre o Juventude. Mesmo assim, somente três parágrafos tratavam do esquema tático da equipe gaúcha. O restante da notícia insistia numa discussão sobre o local do jogo, que já havia sido decidido.

21/06/1999 - Botafogo fica perto da vaga na Libertadores. Time perde (2 a 1) mas vitória por 1 a 0 no Rio garante título da Copa do Brasil.

Uma derrota de bom tamanho.

Jogadores decidem que quem manda no time é Gilson Nunes.

Parece incoerente, mas mesmo assim o jornal insistiu em manter o foco no Botafogo. Mesmo perdendo o jogo a manchete do dia noticiava que o clube carioca se aproximava da vaga na Libertadores, o que só o campeão conseguiria. Para o jornal, apesar da derrota o clube continuava favorito. Talvez até fosse a realidade do momento, quase ninguém acreditava no título do Juventude. O jornal, no entanto, se mostrou totalmente parcial, ignorando a possibilidade de uma vitória gaúcha.

Outro ponto de destaque é que na análise do primeiro jogo da final foram detalhadas as atuações de todos os jogadores do Botafogo. A atuação do time do Juventude, ao contrário, foi resumida em duas frases, ocupando menos de um terço do box divulgado na parte inferior de uma das páginas do "Caderno de Esportes" naquela data.

24/06/1999 - Motivação extra no Botafogo.

25/06/1999 - Botafogo estuda adoção da "tática Felipão".

26/06/1999 - Botafogo pronto para a batalha.

As manchetes deixavam clara a preparação do clube alvinegro para o segundo jogo da final. Mas o que se vê é que o jornal parece se preparar para a vitória no mesmo ritmo, esquecendo-se que havia um adversário em campo e que muitos gostariam de saber também como ele se preparava para a decisão.

27/06/1999 - Botafogo e Bebeto sonham brilhar hoje.

O jogo mais importante do injustiçado Gilson Nunes.

Juventude vai ao ataque na partida de sua história.

Rodrigo, o xodó do Botafogo que contraria os padrões do futebol.

Bebeto vai tentar conquistar hoje o 20º título de sua vitoriosa carreira.

A hora de a estrela brilhar.

Num total de seis matérias, apenas uma sobre o time gaúcho. E o desprezo ao Juventude foi além. Não havia qualquer informação relevante no texto, que ocupava um espaço mínimo da página, ao lado de mais informações sobre o Botafogo.

28/06/1999 - Frustração alvinegra no Maracanã.

Mais uma festa gaúcha. Botafogo perde o título da Copa do Brasil ao empatar com o Juventude.

Bebeto, magoado, diz que ia marcar o gol do título.

PM salva Gilson Nunes de ser agredido pela torcida.

Finalmente o título estava decidido e o Juventude era o campeão. O jornal, porém, noticiava apenas a derrota do Botafogo. Como um dos títulos já anunciava, não foi o clube gaúcho que venceu a competição, mas o carioca que perdeu o título, como se este já estivesse em suas mãos.

Como podemos perceber, toda a competição foi analisada apenas sob um ponto de vista, aquele que interessava ao jornal. O regionalismo predominou em um veículo de circulação nacional, divulgando somente os clubes cariocas.

Outro ponto importante de ser observado é que o Juventude foi deixado de lado não só na quantidade do espaço do jornal, mas também na qualidade. Notícias sem qualquer informação e pequenas notas sob o ponto de vista alvinegro foram as únicas divulgações sobre o clube gaúcho.

E a mesma situação tem se repetido nas edições seguintes em relação aos clubes ditos pequenos, que são sempre tratados como meros coadjuvantes pela imprensa, mesmo quando se mostram taticamente mais bem preparados.

4.3 TODOS CONTRA O TRICOLOR

Vamos agora analisar um caso doméstico para *O Globo*. Já que o jornal insiste em manter seu foco apenas nos clubes cariocas, verificaremos agora seu comportamento diante do campeonato estadual do Rio, em que as vitórias dos clubes de menor expressão têm se tornado cada vez mais constante.

O Campeonato Carioca de 2002 não começou bem. Logo na estréia de dois dos principais clubes do estado, um estádio vazio e muita desorganização, como retrata o jornal *O Globo* de 2 de fevereiro daquele ano.

"Briga na arquibancada e pouco futebol em campo: é o Estadual

Botafogo x Flu na Rua Bariri reúne público 87 vezes menor que no Rio - SP

Triste cena de um Campeonato Estadual organizado pela Federação de Futebol do Rio de Janeiro (Ferj), ontem, na Rua Bariri: Fluminense e Botafogo se enfrentam no mesmo momento em que uma animada aula de lumbaeróbica acontece na academia do Olaria. Contando nos dedos, tinha mais gente suando na frente do espelho, 40 pessoas, do que torcendo pelo tricolor nas arquibancadas, cerca de 25. A melancólica estréia das duas equipes na competição terminou em um empate em 2 a 2 (...) e foi marcada por tumulto entre vândalos, desorganização e pouco futebol em campo."

Devemos destacar que o campeonato carioca ocorria ao mesmo tempo que três outros grandes campeonatos: a Copa do Brasil, o Torneio Rio - SP e a Copa Libertadores da América.

Para aumentar ainda mais o esvaziamento do campeonato estadual, era ano de Copa do Mundo e uma dúvida pairava no ar: Romário seria ou não convocado para a seleção? Até o presidente Fernando Henrique Cardoso interveio em favor do baixinho, mas o técnico Luiz Felipe

Scolari manteve-se firme até o fim e Romário ficou de fora da Copa.

Durante todo o mês de fevereiro a notícia citada anteriormente foi a única divulgada sobre o Carioca 2002. Quem lia diariamente o jornal sequer descobriria que o Americano de Campos era o então líder da competição. Vasco, Madureira e Volta Redonda completavam as quatro primeiras colocações.

O Flamengo, clube carioca mais noticiado até o momento, ganhava destaque não por suas vitórias, mas pela falta delas. O time, mesmo com uma seqüência de jogos em três competições, só venceu a primeira partida do ano na última semana do mês de fevereiro pela Copa Libertadores da América. Outro detalhe é que o clube rubro-negro disputava o estadual com o time B.

Diante de toda essa situação, o estadual ganhou um segundo plano na pauta dos jornais diários. Até mesmo as Olimpíadas de Inverno tinham mais espaço nos "Cadernos de Esportes".

Somente na segunda quinzena de abril as coisas começaram a mudar, não para a imprensa, mas para os clubes. Com as seguidas eliminações dos cariocas em todas as competições que disputavam, sobrou a eles somente brigar pelo título estadual, como se nota pelas manchetes de *O Globo*.

17/04/2002 - Fla, completo, pega o Madureira pelo estadual sem nenhum desfalque

19/04/2002 - Romário lamenta ter só o estadual para disputar

19/04/2002 - Quatro torcidas e uma esperança: a Copa

Enquanto os clubes iniciavam uma luta para tentar salvar o semestre e garantir um título, as torcidas se aqueciam para o início da Copa do Mundo que começaria em pouco mais de um mês.

Outro fato de destaque é que, com a falta de interesse geral pelo campeonato estadual, até mesmo o Brasiliense, clube do Distrito Federal que chegava às finais da Copa do Brasil, virava notícia. Não que ganhasse destaque diário, mas algumas matérias sobre o clube foram divulgadas, o que não é uma prática constante do jornal, como já se viu anteriormente.

No dia 29 de abril, na terceira página do "Caderno de Esportes" de *O Globo*, sem nenhum destaque especial se anunciava: "Americano conquista a Taça Guanabara". Ao vencer o Vasco por 2 a 1, o clube da cidade de Campos se tornava o primeiro clube do interior do estado a levar o título da Taça.

O descaso era tanto, que a decisão só ocorreu depois de quatro rodadas do retorno já terem sido jogadas. Além disso, a Taça Guanabara e a Taça Rio só definiriam

quem seriam os quatro clubes que se juntariam a Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco num octogonal decisivo. Pelo regulamento os quatro só não se classificariam se fossem os lanternas da competição.

E o campeonato seguiu tendo que disputar espaço com a Copa do Mundo. Até mesmo a final do estadual ocorreu poucos dias antes da final da Copa, o que tirou, além do brilho da decisão, o espaço nos jornais para o jogo entre Fluminense e Americano.

Aliás, o Fluminense, que completava 100 anos, só foi à final após um controverso jogo com o Bangu pelas semifinais. A anulação de um gol legítimo do goleiro Eduardo gerou polêmica e levou a decisão para os tribunais. O recurso do Bangu adiou em cinco dias o primeiro jogo da decisão.

E parece que a polêmica deu novos ares ao Carioca. O Bangu tornou-se notícia por três dias consecutivos, sendo apresentado como injustiçado pela arbitragem. Mas com o julgamento a favor do Flu, o tricolor voltou a ser destaque, como se vê abaixo.

"Fluminense e Americano, enfim, decidem o estadual Tricolor pode perder até por um gol de diferença que conquista o título
O desprestigiado Campeonato Estadual, enfim, termina esta noite. Ontem, o Tribunal de Justiça Desportiva (TJD) negou o recurso do Bangu, que requeria a anulação da semifinal em que foi eliminado pelo Fluminense, e o caminho ficou livre para que o time das Laranjeiras e o Americano façam hoje, às 21h, no Maracanã, o segundo e último jogo da decisão da competição."

Junto com o Flu, outro "pequeno" retomou à cena, o Americano, campeão da Taça Guanabara e vice da Taça Rio. Mas o ponto de vista das notícias sobre a final foi mesmo tricolor.

Nos anos seguintes o Americano continuou dando trabalho aos grandes. Em 2003 e 2004 ele se classificou para as fases decisivas, mas não disputou a grande final. Já em 2005 os pequenos voltaram a fazer a festa deixando Flamengo, Fluminense e Vasco de fora das decisões da Taça Guanabara, restando dos grandes apenas o Botafogo.

Americano, Cabofriense e Volta Redonda avançaram na competição e o time da cidade do aço levantou a taça. Com a conquista, o Volta Redonda garantiu vaga na decisão do estadual.

E a imprensa parece ter notado a existência dos clubes do interior, tanto é que o Voltaço, como passou a ser tratado, foi noticiado por várias vezes na semana que antecedeu a decisão. Novamente um clube do interior enfrentava o Fluminense.

Ainda não seria dessa vez que a imprensa trataria os dois clubes da mesma forma. O tricolor continuou tendo maior destaque, mas o aparecimento constante de matérias sobre o Volta Redonda demonstraram uma tendência a valorizar os clubes menores nas decisões, se prevenindo de possíveis surpresas em relação ao campeão.

Além disso, o que parece demonstrar maior preparo em relação a uma possível vitória do Volta Redonda foi a divulgação de duas matérias sobre o clube no dia seguinte à decisão. Transcrevemos parte de uma delas abaixo.

"Técnico do Volta Redonda diz que Lugão e Schneider foram vítimas de uma grande covardia

Dário Lourenço: 'O árbitro tirou o nosso título'

Para o treinador, erro do juiz no primeiro gol do Fluminense desestabilizou sua equipe e influiu na decisão

Em pé, à beira do gramado, o técnico do Volta Redonda, Dário Lourenço, parecia não acreditar no que via. Sua equipe resistira à pressão tricolor quase até o fim, mas, num lance infeliz do goleiro, o sonho de se tornar a primeira equipe do interior a conquistar o Campeonato Carioca se transformou em pesadelo. Quando o árbitro encerrou a decisão, um minuto depois, Dário caiu na real. Cabisbaixo, desceu para o vestiário lentamente, quase se arrastando. Só teve forças para reclamar da atuação do juiz Edílson Soares da Silva.

- O árbitro tirou o nosso título. Errou muito e decidiu o campeonato. Não podia ter apitado depois da suspeita levantada durante a semana. O erro no primeiro gol do Fluminense, no fim do primeiro tempo, desequilibrou minha equipe. Os jogadores desceram para o vestiário revoltados."

Em termos tanto quantitativos quanto qualitativos, a cobertura de 2005 mostrou uma grande evolução em relação aos campeonatos dos anos anteriores. O Volta Redonda recebeu da imprensa um destaque bem maior em relação ao Americano na decisão de 2002.

5 CONCLUSÃO

Vejam os então, qual seria a saída para a imprensa esportiva brasileira? Existiria uma fórmula mágica para se corrigir as falhas apontadas? A resposta à segunda pergunta é não, nenhum jornal teria condições de impor aos seus jornalistas um novo modelo de forma "brusca" sem que toda a estrutura editorial fosse alterada.

Há de se mudar inicialmente o pensamento sobre o jornalismo. E não só o esportivo, mas também o econômico, o político, o cultural. Deixar que um pensamento hegemônico prevaleça talvez não seja um grande absurdo. Difícil de aceitar é que ele seja único, inabalável.

O jornalismo esportivo tem que acompanhar o esporte. Se um clube vence, que se noticie sua vitória, se é campeão, que seja tratado sob essa condição. Isso não significa que se um clube pequeno vence, os mais expressivos tenham de ser deixados de lado. É uma questão de redistribuição de espaço.

E não basta dividir espaço sem que se pense na qualidade. Esta só pode ser buscada com a disponibilização de profissionais para tanto. Um jornalista sozinho não vai resolver todos os problemas.

Além disso, pela análise feita, em relação ao "Caderno de Esportes" do jornal *O Globo*, podemos notar uma imprensa esportiva regionalizada num veículo de circulação

nacional. E assim ocorre na grande maioria das redações, seja devido a pressões editoriais ou até mesmo por predileções clubísticas dos próprios jornalistas, os times do estado em que se situam as redações ganham maior destaque.

Outra vez, isso não seria problema, já que também a maioria dos leitores destes veículos também estariam na mesma região. O que ocorre, no entanto, é que tantos outros leitores terão acesso à publicação e não encontrarão nenhuma notícia sobre seus clubes.

Ou seja, dar destaque aos clubes da região em relação aos demais é justificadamente aceitável, mas que se noticiem também os demais, mesmo que em proporções menores, por mínimas que sejam.

Mais um fator de grande importância é que não se trata somente de se pensar a situação atual. É fácil perceber que por razões comerciais, no caso particular do Rio, os quatro grandes continuarão sendo os principais noticiados.

Mas, e se porventura a situação que se vive em 2006 se repetir nos próximos anos, sem nenhum dos grandes disputando as finais da Taça Rio, o segundo turno do Campeonato Carioca? Se o foco continuar somente nos "grandes" e eles continuarem a ser surpreendidos, qual será o futuro de uma imprensa sem o seu "produto" principal?

Questão a se pensar para que os surpreendidos sejam somente os clubes de futebol e não a imprensa esportiva. A situação que muda hoje nos gramados pode passar às arquibancadas, com um possível crescimento das torcidas desses clubes.

Assim, mais torcedores ficarão sem notícias. Maior será o público que buscará informações sobre seus clubes e terá de recorrer a outros meios para se informar, para continuar a torcer e manter a paixão por futebol que há anos move milhares de torcedores e leitores brasileiros.

6 REFERÊNCIAS

BARBOSA, Gabriel Collares. *Jornalismo como poder*. *Lumina*, Juiz de Fora, v.5, n.2, p. 97-112, jul./dez. 2002.

BROCANELLI, Rodney. *Jornalismo & Weblogs: uma aposta de cinco anos*. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/eno030720021p.htm> Acessado em 12/03/2006.

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

DUTRA, Daniel. *Série B com pontos corridos é uma realidade: Presidente da FBA, José Neves Filho ressalta fortalecimento da competição*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/0,,AA1088991-4400,00.html>. Acesso em: 12/03/2006.

FOER, Franklin. *Como o futebol explica o mundo: um olhar inesperado sobre a globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

GUERRA, Márcio de Oliveira. *Você, ouvinte, é a nossa meta: a importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol*. Juiz de Fora: ETC, 2002.

_____ *A persistência da oralidade no futebol: o afeto do torcedor pela transmissão radiofônica de uma partida*. *Lumina*, Juiz de Fora, v.5, n.2, p. 129-142, jul./dez. 2002.

HEIZER, Teixeira. *O jogo bruto das Copas do Mundo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes, 1979.

LEITE, Paula. *Site de relacionamento supera e-mail no país*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124ul18677.shtml>. Acesso em: 12/03/2006.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1979.

O GLOBO. Rio de Janeiro: Infoglobo Comunicações Ltda, abril/1997 - junho/1999.

O GLOBO. Rio de Janeiro: Infoglobo Comunicações Ltda, outubro/2000 - janeiro/2001.

O GLOBO. Rio de Janeiro: Infoglobo Comunicações Ltda, janeiro/2002 - julho/2002.

O GLOBO. Rio de Janeiro: Infoglobo Comunicações Ltda, janeiro/2005 - junho/2005.

PEDROSO, Rosa Nívea. *Considerações sobre a teoria e a análise do jornalismo*. *Lumina*, Juiz de Fora, v.5, n.2, p. 29-38, jul./dez. 2002.

RAMOS, Roberto. *Futebol: ideologia do poder*. Petrópolis: Vozes, 1984.