



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**APLICADAS**

**RAFAELA SOARES DE ARAÚJO DE LIMA**

**JORNALISMO ESPORTIVO OU DE “FUTEBOLÍSTICO”?**  
**ANÁLISE DO PROGRAMA ESPORTIVO *GLOBO ESPORTE***

**BRASÍLIA**  
**2015**

**RAFAELA SOARES DE ARAÚJO LIMA**

**JORNALISMO ESPORTIVO OU DE “FUTEBOLÍSTICO”?  
ANÁLISE DO PROGRAMA ESPORTIVO *GLOBO ESPORTE***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Vivaldo Reinaldo de Sousa

**BRASÍLIA**

**2015**

**RAFAELA SOARES DE ARAÚJO LIMA**

**JORNALISMO ESPORTIVO OU DE “FUTEBOLÍSTICO”?  
ANÁLISE DO PROGRAMA ESPORTIVO *GLOBO ESPORTE***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Vivaldo Reinaldo de Sousa

**NOVEMBRO DE 2015**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Professor Vivaldo Reinaldo de Sousa

Orientador

---

Professor Luiz Cláudio Ferreira

Examinador

---

Professor Carolina Alves

Examinador

*“Como as nossas paixões pelos esportes são tão profundas e tão amplamente distribuídas, é provável que façam parte de nosso hardware - não estão em nossos cérebros, mas em nossos genes”*

*Carl Sagan*

## **AGRADECIMENTOS**

Resolvi escrever os agradecimentos após ter completado todo o trabalho acadêmico, pois assim poderia contemplar todas as pessoas que ajudaram e influenciaram na minha caminhada durante esse curso de graduação. Primeiramente, gostaria de agradecer a minha família. Vocês me ensinaram que a persistência e a dedicação são fatores essenciais para qualquer desafio. Em especial, gostaria de agradecer aos meu pais, Lívio Lima Filho e Carla Soares, meus maiores exemplos de força, caráter, persistência e bom humor. Amo vocês.

Também gostaria de destacar três pessoas importantes que, mesmo sem saberem, são grandes heróis na minha vida: minha tia, Maria Fernanda Soares que, mesmo com todo o trabalho em uma redação, consegue ser amável e companheira; meu padrinho, Leonardo Soares, o meu segundo pai e meu avô, Ronnie Soares que, com a sua paixão pelo Vasco, me mostrou que você deve ter orgulho de cada parte que te forma e não se pode desistir dos seus sonhos.

Já no âmbito acadêmico, gostaria de agradecer os meus colegas Pedro Lins, Julianna Motter e Fernanda Roza. Vocês foram as maiores surpresas da faculdade. Passamos por muita coisa juntos e, em todas as vezes, vi que poderia contar com vocês. Muito obrigada e que essa simples homenagem seja uma demonstração da carga de importância que vocês têm na minha vida. Além disso, uma menção honrosa para os professores e coordenadores do curso de jornalismo do UniCEUB: saibam que todo o esforço vale a pena e que, mesmo não agradecendo todos os dias, somos gratos por todo o esforço empregado.

## RESUMO

As modalidades esportivas ganham as telas de milhões de brasileiros e o futebol permanece como o grande “carro chefe” do jornalismo esportivo do Brasil. Porém, até que ponto realmente se vê jornalismo esportivo na TV aberta? Ou podemos dizer que temos um “jornalismo *futebolístico*”? A pluralidade dos esportes é crescente e quanto tempo cada uma das modalidades ganha espaço dentro da programação? O objeto deste trabalho acadêmico foi o jornalismo esportivo, por meio da análise do programa esportivo da TV aberta brasileira *Globo Esporte*. O período escolhido foram os meses de agosto e setembro de 2015, data que marca um ano para as realizações dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, em 2016. O referencial teórico foi dividido em três partes: Jornalismo, Jornalismo Esportivo e TV. Os principais autores utilizados foram Nilson Laje, Mauro Wolf, Nelson Traquina, Paulo Vinícius Coelho, Vera Íris Pasternostro. Foram analisados todos os produtos, exibidos de segunda a sábado. O conteúdo foi avaliado no número de matérias, o tempo geral do programa, quais são os esportes retratados e o tempo de cada um deles. A principal metodologia escolhida foi a análise de conteúdo e dados, fundamentais para que o pesquisador tivesse uma conclusão preliminar sobre o tema. Os resultados mostraram que, mesmo a aproximação de um grande evento internacional esportivo, o futebol ainda permanece como a principal modalidade retratada, porém, a pluralidade é crescente e esportes com ligas e eventos estruturados também ganham espaço.

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo. *Globo Esporte*. TV. Análise de conteúdo jornalística.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
1.1	PROBLEMA DA PESQUISA .....	11
1.2	OBJETO DE ESTUDO.....	11
1.3	OBJETIVO GERAL.....	11
1.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.5	JUSTIFICATIVAS.....	12
<b>2.</b>	<b>JORNALISMO.....</b>	<b>13</b>
2.1	HISTÓRICO.....	13
2.2	NOTÍCIA.....	16
2.3	PAUTA.....	18
<b>3.</b>	<b>JORNALISMO ESPORTIVO.....</b>	<b>20</b>
3.1	HISTÓRICO.....	20
3.2	PAUTA ESPORTIVA.....	22
<b>4.</b>	<b>TV.....</b>	<b>24</b>
4.1	HISTÓRICO.....	24
4.2	TV NO BRASIL.....	25
4.3	PAUTA PARA TV.....	27
<b>5.</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
<b>6.</b>	<b>ANÁLISE.....</b>	<b>30</b>
6.1	FUTEBOL.....	37
6.2	JOGOS OLÍMPICOS.....	39
<b>7.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....</b>	<b>41</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>43</b>
	<b>APÊNDICES .....</b>	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O ser humano sempre teve a necessidade de transmitir informações. Desde a Idade Média, com as pinturas rupestres ou com os mais modernos satélites, o homem “sistematizou sua capacidade de comunicação e, graças a ela, sobrevive” (PATERNOSTRO, 1999, p.19).

E a TV ainda é um dos principais canais pelo qual a população brasileira tem acesso a conteúdo. Com a presença do aparelho em quase todas as casas, as reportagens vinculadas em programas televisivos se torna grande fonte de informação para a população em geral.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, divulgada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República e que analisou respostas de 18.312 brasileiros entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014, 95% dos entrevistados afirmaram ver TV, sendo que 75% admitiram que assistem diariamente.

Barbeiro (2002, p.14) explica a forte influência da TV pelo fato de ser o veículo de maior penetração dentro da sociedade e, conseqüentemente, aquele que recebe os maiores investimentos, tendo a possibilidade de aplicar mais recursos em tecnologia. Além de melhorar a qualidade do produto, esse tipo de aplicação permite que o telejornal esteja em todos os locais a qualquer hora. Essa aparente onisciência da televisão é, segundo o mesmo autor, causa de uma “sensação de confiabilidade, ainda que as imagens possam ser manipuladas”.

Ainda com a maioria dos investimentos, um dos grandes desafios, não só para os jornalistas que trabalham na TV, é definir o que será notícia. Entre os manuais de redação e conceitos, os profissionais da área precisam “garimpar”, entre as informações que recebem todos os dias, aquela que poderá ser o fato que ganhará destaque nas chamadas durante o programa.

O jornalismo esportivo e quem trabalha com ele não escapam da regra. Como o Brasil é conhecido como “país do futebol” e já foi representado por seleções que encantaram multidões, é natural que o esporte tenha ganhado cada vez mais



espaço nas programações. Atualmente, é improvável ter uma segunda ou da quinta-feira sem que os destaques dos jogos dos dias anteriores não sejam comentados.

O cenário atual, porém, não reflete os primórdios da cobertura jornalística do país. O período pode ser descrito cheio de preconceitos e incertezas. Os esportes não ganhavam as páginas dos jornais e, quando isso acontecia, o amadorismo era predominante. Segundo Paulo Vinícius Coelho (2001 p 7), “pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes”

Isso não se concretizou, e hoje o país conta com diversos programas sobre o assunto, além de canais inteiramente dedicados a cobrir as mais diversas modalidades esportivas. Um dos grandes carros chefes para a sedimentação e crescimento deste tipo de jornalismo é o futebol. Segundo Paulo Vinícius Coelho (2003, p.10), a paixão pelo esporte símbolo nacional começou em 1925. Desde lá, o ele passou por grandes conquistas e fracassos e, todos eles, foram documentados e comentados pela mídia especializada. Porém, até que ponto esse cobertura não se tornou um monopólio? Afinal, temos programas que falam sobre esportes ou que focam no futebol e marginalizam as outras modalidades?

Pode parecer uma pergunta óbvia. Sim, pelo senso comum, o futebol é a modalidade esportiva mais retratada. Porém, o Brasil se prepara para recebe um dos maiores eventos esportivos mundiais, os Jogos Olímpicos, que serão realizados a partir de agosto de 2016. Além do futebol, outras 41 modalidades vão trazer atletas de todo o mundo. Será que, mesmo com um cenário diferente, a pluralidade da retratação de modalidades não aumenta ?

O objetivo deste trabalho é analisar o conteúdo do Globo Esporte, da Rede Globo, programa esportivo de maior Ibope na TV aberta do país. Exibido desde 14 de agosto de 1978, é transmitido de segunda a sábado e conta, atualmente, 15 edições regionais. O conteúdo do Globo Esporte também é disponibilizado, atualmente, em plataformas digitais como o site oficial e o aplicativo. No DF, a atração é comandada pela jornalista Viviane Costa e conta com os repórteres André Barroso e Stephanie Alves, que apresenta o programa algumas vezes.

O trabalho verifica como são distribuídas as pautas durante os programas do mês de agosto e setembro de 2015, datas que marcam um ano para o início dos Jogos Olímpicos. O conteúdo será avaliado no número de matérias, o tempo geral, quais são os esportes retratados e o tempo de cada um deles.

É importante ressaltar que os resultados obtidos não, necessariamente, representam o cenário anual do programa. Grandes eventos esportivos ou a morte de algum atleta importante podem alterar a organização da grade de programação dos programas e ganhar mais destaque.

Esta pesquisa acadêmica está dividida em três partes. A primeira traz um referencial teórico sobre o jornalismo, o jornalismo esportivo e a TV. Dentro dele, históricos, características de cada um e alguns conceitos fundamentais para o entendimento da análise são apresentados. Em seguida, o resultado dos dados é apresentado, em forma de gráficos e de tabela – disponível no apêndice. E por fim, as conclusões preliminares. A autora revolveu substituir o termo “final” por acredita que a curta amostra analisada, apesar de justificada e adequada ao tema da monografia, não pode ser considerada um resultado final ou que retrate todo o cenário anual do programa

## 1.1 PROBLEMA DA PESQUISA

O problema da pesquisa é investigar se, há um ano da realização das Olimpíadas, a pluralidade de modalidades esportivas mostradas no *Globo Esporte*, da Rede Globo, aumentou e se esportes que serão disputados no evento internacional já são assunto de pauta.

## 1.2 OBJETO DE ESTUDO

O objeto deste trabalho acadêmico foi a análise do programa *Globo Esporte*, durante os meses de agosto e setembro de 2015. O pesquisador observou a constituição do programa e identificou os esportes que ganharam mais destaques durante o período de estudo.

## 1.3 OBJETIVOS GERAIS

O objetivo geral da pesquisa é checar pluralidade de assuntos dentro da constituição do programa, com a influência da realização dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro.

## 1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Com a delimitação do objeto geral da monografia, os objetivos específicos traçados são: analisar os programas de segunda e sexta do *Globo Esporte*; compreender quais modalidades são retratadas e a influência de eventos esportivos na programação de TV aberta brasileira e apresentar dados sobre a maneira que cada esporte é retratado (VT, nota).

## 1.5 JUSTIFICATIVAS

A pesquisadora, primeiramente, se utilizou da curiosidade de analisar os programas esportivos da TV brasileira, já que sempre almejou trabalhar na área e percebia um aparente monopólio do futebol nesse tipo de mídia. Além disso, em uma análise informal de canais por assinatura, ela pôde perceber que outros esportes apareciam com maior facilidade.

Porém, existe um fortalecimento e crescimento de público de modalidades esportivas diversas. Segundo Puff (2015), um balanço do Comitê Rio 2016 Olímpico sobre os pedidos de ingressos para os Jogos Olímpicos, que serão sediados no Brasil, mostram que as entradas para as finais do vôlei masculino e feminino foram os mais procuradas, com cerca de 27% dos 174 mil inscritos no programa de venda de bilhetes. O futebol aparece logo atrás, com 21,9%. Os números divulgados só se referem a pedidos de brasileiros, já que a venda para estrangeiros é feita por meio do comitê olímpico local. Ainda de acordo com Puff (2015), os estados que tiveram os maiores números de solicitação de entradas: Rio de Janeiro, São Paulo, Minas e DF.

Além disso, esportes estão ganhando espaço na programação da TV. Um exemplo é o crescimento do futebol americano. O país já conta com uma liga nacional amadora desde de 2009, quando oito times participavam. Já em 2015, o torneio será disputado por 16 equipes. A NFL (National Football League), liga americana, também ganhou força no país. Segundo uma reportagem publicada no site do jornal O Globo no dia 25 de janeiro de 2015, dados do Ibope mostraram que a audiência da temporada 2013/2014, no canal por assinatura ESPN, foi de 123 mil pessoas por jogo, contra 53 mil da anterior.

Além disso, a mesma temporada contou com a participação do primeiro jogador brasileiro em campo. Cairo do Santos atuou pelo time do Kansas City Chiefes. Apesar de um início com irregularidades, o jogador teve uma temporada boa, e ganhou destaque em alguns jogos. Em uma rápida pesquisa do nome do jogador no Google, apenas uma matéria do veículo da TV aberta aparece (Esporte Espetacular, Rede Globo, em 22 de fevereiro de 2015).

## 2 JORNALISMO

### 2.1 HISTÓRICO

*“Desconhecer a história é permanecer criança para sempre”*

*Cícero- Filósofo e político romano*

Nelson Traquina (2005, p.19) afirmou que é absurdo pensar que podemos responder o que é o jornalismo em uma frase ou até mesmo em um livro. Podemos, porém, tentar. Partindo do pressuposto poético lançado pelo autor de que jornalismo seria a vida, podemos inferir que ele seria o relato das diversas sessões da vida, como política, economia, cultura. Ainda mais, o relato de uma ou de várias realidades.

De fato, o principal produto do jornalismo moderno é a notícia e não a ficção. O jornalista não deveria criar cenários, mas sim trabalhar em cima dos já existentes. O compromisso com a “verdade” é o que garante a credibilidade do profissional.

Porém, sabemos que, por motivos como a falta de tempo e o imediatismo do jornalismo atual, muitas vezes, erros são cometidos, propositalmente ou não. Segundo Traquina (2005, p.20), “a transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão do jornalista, que merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira de jornalista”.

O tempo pode ser um dos motivos para uma mudança na forma de se fazer jornalismo. Hoje, com o advento da internet, podemos ter acesso a notícias de maneira mais rápida e das mais diversas fontes. Por exemplo, caso haja um atentado em qualquer lugar do mundo, tenho acesso aos sites dos jornais locais ou até mesmo no *Twitter* oficial da polícia local para conseguir mais informações.

Essa forma nova de se reproduzir e se passar notícias também coloca em foco o lado criativo do jornalismo. Em uma simples análise a nossa volta, podemos

perceber que o modo de se passar as notícias está mudando, apesar da hierarquia e dos formatos tradicionais ainda dominar grande parte do campo profissional.

Porém, nem sempre foi assim. Traquina (2005a, p. 35) esclarece que o jornalismo como conhecemos hoje surgiu durante o século XIX, com a instalação do primeiro *mass media*, a imprensa. Com a ampliação dos jornais da época, cada vez mais empregos eram criados e pessoas passavam a dedicar suas carreiras integralmente ao novo objetivo da profissão: a distribuição de informações e não propaganda.

É nesse período que surgem alguns valores presentes ainda hoje na atividade jornalística: a busca e o compromisso com a verdade, a notícia, a objetividade, a independência e a utilidade pública.

Outro ponto importante que surge no período é a noção da lucratividade da atividade jornalística. Se antes os jornais eram meios políticos, a *pennypress*<sup>1</sup> traz a visão de que o jornalismo é um negócio e pode render lucros para quem o realiza.

Traquina (2005a, p. 34) sintetiza o período:

Assim, no século XIX, verificamos a emergência de um novo paradigma – informação, não propaganda – que é partilhado entre membros da sociedade e os jornalistas; a constituição de um novo grupo social - os jornalistas - que reivindica um monopólio do saber – o que é notícia; e a comercialização da imprensa - a informação como mercadoria.

De olho nesta nova atividade cada vez mais lucrativa, novos veículos e proprietários começaram a aparecer e ampliar a circulação. Os jornais haviam se tornado mais independentes do financiamento político, muito comum no início do século XIX, e conseguiram ampliar seu leque de captação de receitas: a venda de exemplares e a publicidade.

Este último fator não só ajudou na despolitização da imprensa, mas também no crescimento:

---

<sup>1</sup>*Penny Press* – Nova forma de jornalismo. O nome vem do preço que os exemplares eram vendidos: um centavo. Antes, eles custavam em média seis centavos. (TRAQUINA, 2005a, p.50)

“Em finais deste mesmo século XIX, o jornal tornou-se casa vez mais importante como veículo para a publicidade, principalmente a partir do momento em que a publicidade em si se tornou mais central em uma economia de expansão. A partir dos anos 1880, os armazéns, em conjunto com os medicamentos, eram a base de sustento das colunas de publicidade dos jornais. [...] Produtos de marcas, promovidos a nível nacional [...] começaram a aparecer nas colunas do jornais. (TRAQUINA, 2005a, p.36).”

Mas, a criação de um veículo que pode alcançar um número cada vez maior de pessoas só foi possível com o avanço da tecnologia. A possibilidade de impressão de um número maior de exemplares em um menor espaço de tempo, a transmissão mais rápida de notícias com a invenção do telégrafo e melhorias na captação e reprodução de imagens foram fatores contribuintes para a consolidação de uma *mass media*.

Se pensarmos na produção de um jornal como um processo horizontal, já notamos melhoras na captação de notícias, com a transferência mais rápida da informação e a formação de um grupo capacitado para transmiti-la, na produção, com a invenção das prelas, cilindros e rotativas; porém, do que adianta tudo isso se não houver leitores? Neste ponto, o processo de urbanização intensificou o número de moradores nas grandes e cidades e, com a escolarização dessas massas<sup>2</sup>, o número de leitores aumentou.

O último fator contribuinte para a ascensão exponencial do jornalismo foi a liberdade de expressão. As revoluções por uma reforma política e a instalação de um novo tipo de governo, a democracia, e liberdade expressão, sedimentaram um terreno mais estável para a prática da atividade.

Traquina afirma que

*A nova ideologia pregava que os jornais deveriam servir os leitores e não os políticos, pregava que traziam informação útil e interessante aos cidadãos, em vez de argumentos tendenciosos em nome de interesses partidários, pregava fatos e não opiniões (TRAQUINA, 2005a, p. 50)*

---

<sup>2</sup> Segundo Traquina (2005a, p. 39), a educação, muitas vezes, era rudimentar, como aconteceu com os imigrantes dos EUA. Além disso, ele afirma, com base em Delporte (1999, 45), a taxa de analfabetismo na França era de 22% em 1872, 8.5% em 1892 e 4% na véspera da I Guerra Mundial.

Com um novo tipo de regime político, a democracia, jornalismo passou a ter um papel duplo, um negativo e um positivo (TRAQUINA, 2005a, p. 50). No primeiro caso, ele seria o fiscalizador do governo vigente e guardião dos cidadãos contra abusos do poder político. Também seria responsabilidade dele e, portanto, o papel negativo, fornecer informações essenciais para o desempenho dos deveres do cidadão, tornando a utilidade pública um dos quesitos mais significativos na hora de se escolher uma pauta.

## 2.2 NOTÍCIA

Com o aparecimento dessa nova ideologia, podemos dizer que a notícia é o principal instrumento de trabalho do jornalismo. Diariamente, profissionais examinam diversas fontes para descobrir algum fato que possa atrair os olhares dos leitores e ganhar as capas dos principais veículos ou sites de notícias do país. Porém, o que faz um fato virar notícia?

Nilson Lage (1993, p. 17) defende que a notícia como o relato de fatos, a partir do mais interessante até o mais descartável e de cada um desses fatos, obedecendo o mesmo grau de hierarquia. Ao pegarmos essa definição como base, podemos, prontamente, deduzir que não se trata de uma narração e sim de uma exposição.

O gênero narrativo tem como uma das principais características a ordem cronológica dos fatos. Ou seja, em um exemplo, ao contar a história sobre a princesa que mordeu a maçã e foi acordada por um príncipe, o narrador irá organizar os fatos de modo sequencial.

Porém, isso não necessariamente vai acontecer no âmbito do jornalismo. Segundo Lage (1993, p. 21), o fato pode ser descrito de maneira diferente, de forma que a informação que chame mais atenção ou a mais importante, da perspectiva de quem escreve e, supostamente, de quem lê, ganhe destaque. Por exemplo, o



mesmo fato pode ser retratado da seguinte maneira: “Princesa é acordada por um príncipe após ter sido vítima de um envenenamento”.

Esta maneira própria de ver o mundo está intimamente ligada ao saber de reconhecimento e ao saber de narração, porque envolve os dois poderes fundamentais do campo jornalístico: a seleção dos acontecimentos e a sua construção como notícia. (TRAQUINA; 2005b, p.50)

Já que o jornalista escolhe a sequência que vai retratar os fatos, alguns dados apurados podem ficar de fora do produto final. O jornalista vai selecionar as informações para a construção da notícia pelo grau de importância e influência sob o evento principal. Retomando o exemplo, o jornalista pode apurar que as botas do príncipe eram marrons, porém, essa informação pouco interfere no salvamento da princesa, por isso, provavelmente, não estará na matéria.

Outra característica que pode nos ajudar a estabelecer o que é notícia, dentre outros fatos, é o que existe de novo. Um assunto *quente*, ou seja, que traz um fato novo terá sempre mais destaques do que assuntos já tratados anteriormente. Para Traquina (2005b, p.81), a novidade é um conceito fundamental para o jornalismo, expondo a dificuldade do jornalista de voltar ao assunto sem elementos novos.

O tempo também é um valor-notícia. Primeiramente, podemos considerar o tempo na forma de atualidade. Um fato que ocorreu no presente pode ser o *gancho* para se trazer assuntos já considerados *frios*, passados. Por exemplo, a eleição de um governador que está sendo julgado pode “puxar” notícias sobre o processo.

Um conceito que pode ajudar na hora de identificação é o de noticiabilidade. Segundo Wolf (1999, p.195), ela pode ser definida como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos”. De maneira bem informal, podemos dizer que um cachorro morder um homem não é considerado notícia, mas um homem morder um animal é uma notícia.

Mas, seria muito ingênuo não pensar que forças exteriores não atuem como determinantes para a transformação de um fato em notícia. Os veículos de comunicação passaram a ser grandes empresas midiáticas e, assim como em qualquer empresa, o capital se torna parte importante da equação. Os jornais se tornam verdadeiras empresas e, assim como um empreendimento, a parte comercial e de produção devem trabalhar em conjunto, porém, muitas vezes isso não é possível. Os patrocinadores e anunciantes dos programas, a diretoria e os próprios chefes de redação tem um poder de decisão sobre o que será exibido.

### 2.3 PAUTA

Pauta significa “papel de traços paralelos que se põe debaixo da folha de escrever, para que a escrita vá direita. (FERREIRA, 1983, p. 912).. Ou seja, a pauta dá o direcionamento para a pessoa escrever. Se pensarmos no âmbito do jornalismo, ela também é um instrumento direcional para os repórteres.

Segundo Lage (2002, p.29), a introdução e padronização da pauta é um evento relativamente novo. Ela começou nas chamadas *magazines*, ou seja, veículos que, tradicionalmente, não tem a obrigação de cobrir os fatos diariamente. É importante destacar que a pauta é o início de uma boa reportagem, porém isso não significa que ela não possa ser alterada. Um repórter não pode ficar preso ao que a pauta pede e sim deve se adaptar as circunstâncias e cumpri-la, da melhor maneira possível.

Durante a chamada *reunião de pauta*, a revista é concedida integralmente, ou seja, todo o esqueleto do produto final é discutido. Critérios como exclusividade, linha editorial, possíveis fontes, gastos, viabilidade, orientações são levados em conta na hora de se aprovar uma história. Porém, não demora muito para que a roteirização dos assuntos chegue aos jornais e televisões. Uma das primeiras pautas em jornais diários foi a do *Jornal do Brasil*, em 1960.

Lage (2002, p.34) então define pauta como

Planejamento de uma edição ou parte da edição [...], com a listagem dos fatos a serem cobertos no noticiário e os assuntos a serem abordados em reportagens, além de eventuais indicações logísticas e técnicas: ângulo de interesse, dimensão pretendida na matéria, recursos disponíveis no trabalho, sugestão de fontes, etc....

Com o significado proposto pelo autor, podemos aferir que o primeiro objetivo da pauta é sistematizar e garantir o produto final. Ou seja, mesmo que uma pauta seja *derrubada*, o jornal ou programa seguinte vai estar disponível para o público.

Uma pauta bem feita prevê o volume de informação necessário para que a garantia de eventuais quedas de pauta e ainda matérias que poderão ser aproveitadas posteriormente – por exemplo, no fim de semana da política ou da economia e no meio da semana dos esportes. Evita, por outro lado, o consumo inútil de homens-hora em produtos que jamais serão veiculados (LAGE, 2002, p. 37)

Outro papel importante deste instrumento é assegurar que os interesses econômicos e políticos de cada veículo sejam respeitados. Como sabemos, a linha editorial é um dos critérios levados em conta na hora de se editar uma notícia e, com a estruturação da pauta, a chance de o repórter ir contra o que os diretores e donos dos veículos acreditam e prezam fica menor. Como sabemos, a linha editorial é um dos critérios levados em conta na hora de se escolher uma notícia.

Com a diminuição das redações, a figura do *pauteiro*, profissional responsável pela produção das pautas, tem desaparecido. Hoje, é comum ver produtores de cada editoria assumir esse papel. Dentro da pauta, informações como o horário, endereços dos personagens, dados e até mesmo reportagens de assuntos similares já produzidos são inseridas. Além disso, comentários e sugestões dos editores também podem ser encontrados.

### 3 JORNALISMO ESPORTIVO

#### 3.1 HISTÓRICO

As modalidades esportivas ganham as telas de milhões de brasileiros e o futebol permanece como o grande “carro chefe” do jornalismo esportivo do Brasil. É fato que o futebol ainda é o esporte mais popular no país, como comprova o Diagnóstico Nacional do Esporte, divulgado pelo Ministério do Esporte, no dia 22 de junho de 2015. De acordo com o documento, 59,8% dos brasileiros que praticam alguma atividade física preferem “jogar bola”.

É impossível falar da história do jornalismo esportivo brasileiro sem falar sobre a “paixão nacional”. Apesar da enorme popularidade, nos primeiros anos do século XX, o futebol era considerado um esporte para pessoas ricas e não era merecedor das páginas de jornais. As editorias de Política e Economia, por exemplo, sempre foram consideradas mais importantes e o caderno esportivo foi, por muito tempo, associado ao entretenimento.

Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. De fato, de menor poder aquisitivo significava menor poder cultural e, conseqüentemente, ler não constava em nenhuma lista de prioridades. (COELHO, 2011, p.10)

O cenário começa a mudar no Rio de Janeiro. A então capital do Brasil era o coração pulsante do país e os jornais dedicavam cada vez mais espaço para o futebol. A primeira matéria sobre a modalidade, que trazia informações sobre os cinco times da elite que disputariam a primeira liga de futebol paulista, foi publicada em 1901, porém não teve tanta repercussão.

A popularização veio com a vitória da segunda divisão pelo Vasco da Gama, em 1923, com o uso de negros em campo. Coelho (2003, p.9) afirma que a decisão sofreu críticas dos outros times brasileiros. Um ano depois, o time seria campeão carioca pela primeira vez.

Em 1925, cinco anos para o início da primeira Copa do Mundo, o Brasil já tinha se consagrado bicampeão sul americano e a modalidade seria coroada como o esporte nacional. Porém, apesar da grande paixão popular e do número crescente número de fãs da modalidade, os jornais ainda não abriam espaço para os textos esportivos. Sendo assim,

Os jornais, no entanto, dedicavam ao esporte o espaço que lhes era possível. Evidentemente não havia na época a cultura dos grandes jornais de hoje, com cadernos inteiros dedicados ao esporte. Havia pequenas colunas, mais por questão de falta de espaço do que por falta de interesse (COELHO, 2003, p. 11).

Nos anos 1930, a primeira publicação voltada exclusivamente para aos esportes do país, o *Jornal dos Sports*, começou a circular. Fundada em 13 de março, ficou conhecida pelas páginas rosas e sua linha editorial exaltava o boxe, o turfe e o futebol.

O periódico foi responsável por acompanhar a primeira crise do futebol brasileiro: a profissionalização. Como ainda acontece, muitas pessoas pensavam que os jogadores de futebol não deveriam receber por jogar bola, já que a atividade “quase não exige esforço intelectual” (COELHO, 2003, p. 11)

Com a polêmica espalhada, cidades como Rio de Janeiro e São Paulo, passaram a sofrer com a crise. Os jornais da época cobriam como podiam, dando mais destaque para as notícias dentro do campo do que à briga fora dele. Até que, em 1937, o jogo Vasco X América marca a primeira partida do campeonato unificado.

A partida foi marcada para o estádio de São Januário, no dia 31 de julho. Vasco e América entraram em campo juntos e o Vasco venceu por 3 x 2. Daí em diante, o Brasil inteiro passou a chamar o clássico entre as duas equipes de “Clássico da Paz”. Era só um lado do romance que o Brasil, principalmente o Rio de Janeiro, aprendeu a imprimir ao jornalismo esportivo (COELHO, 2003, p. 16).

Porém, com o decorrer do tempo, o esporte – principalmente o futebol se mostrou um negócio lucrativo e que atraía o público. Jornais, TVs e rádios abriram

sua programação para as modalidades esportivas e transformaram para sempre o cenário da imprensa brasileira. Porém, “ai de quem for apaixonado por futebol e entrar na redação pensando que irá escrever só sobre futebol” (COELHO. 2011. p. 36). Ligas como o Novo Basquete Brasil (NBB) ou esportes como hóquei e futebol americano têm chamado a atenção do público brasileiro. Porém, para ter acesso ao conteúdo de ligas a quais vamos chamar de “não tradicionais”, é preciso assinar uma TV a cabo, procurar a informação online ou assistir os jogos em links clandestinos.

### **3.2 PAUTA ESPORTIVA**

As pautas exibidas em programas esportivos, sendo pertencentes a um subgênero do jornalismo, também se enquadram nas características descritas no item 2.3, Pauta. Assuntos quentes e que despertam o interesse do público alvo da atração sempre ganham mais destaque na construção do espelho do dia.

Porém, podemos perceber algumas características próprias dentro desse universo jornalístico. Vários eventos esportivos são realizados diariamente, porém, somente uma pequena parcela deles ganha uma visibilidade na mídia tradicional brasileira. Assim, podemos dizer que a notícia esportiva passa por um processo de escolha tão rigoroso quanto outras áreas mais tradicionais, como política e economia.

Sousa (2005) chama atenção para a restrição e exclusão de algumas modalidades, pelo fato de que pautas “parecem se repetir de maneira idêntica em todos os noticiários, independente do meio de difusão”. Além disso, ela aponta alguns critérios de noticiabilidade próprios do esporte como histórias de superação e redenção, resultados inesperados, rivalidade e provocação.

Outro ponto que vai ser definitivo para a construção de qualquer pauta é o público. As empresas midiáticas precisam manter as audiências dos programas em um patamar elevado para garantir os patrocinadores. E isso só pode ser feito se o conteúdo vinculado for compatível com o interesse do público alvo. Com o esporte, isso não é diferente.

Como já dito anteriormente, a qualidade das imagens e do som podem ser considerados como fatores excludentes para a produção de uma pauta esportiva, já que o apelo visual é tão importante quanto nos outros tipos de atrações televisivas. Um exemplo é a expulsão errônea de um jogador ou a marcação errada de um gol. Os noticiários do dia seguinte vão mostrar incansavelmente os lances dos mais diversos ângulos.

## 4 TV

### 4.1 HISTÓRICO

*“A televisão é a janela para o eterno e o presente, registra cenas da história da humanidade imaginadas apenas nos filmes de ação”. (BARBEIRO, H. DE LIMA, P. 2002, p. 13)*

A televisão foi resultado de estudos de diversos pesquisadores. Paternostro (1999, p.22) cita a descoberta de Jakob Berzelius, um químico sueco, em 1817, como um dos primeiros fatos que auxiliaram no aparecimento da TV. O cientista descobriu que correntes elétricas eram capazes de modificar a capacidade do selênio, marcando o início do estudo sobre a utilização da energia elétrica.

Logo depois, descobertas como o telégrafo, por Samuel Morse, e os aperfeiçoamentos no aparelhos propostos por Joseph May; a lâmpada, projeto de cientistas americanos liderados por Thomas Edison; o primeiro projetor de imagens, criado por Maurice Le Blanc e que apresentava imagens que se sucediam a uma certa velocidade, criando a impressão de movimento; o primeiro transmissor mecânico, do alemão Paul Nipkow, também foram fundamentais a construção do que seria considerado, por alguns, a invenção do século XX.

Os primeiros estúdios começam a surgir e, com isso, as primeiras coberturas de eventos. A BBC levou as câmaras para a rua e transmitiu a coroação do rei Jorge VI, em 1936. Já nos Estados Unidos, em 1939, o canal americano NBC mostrou a inauguração da Feira Mundial de Nova York.

Com o final da II Guerra Mundial, a TV “entrou na vida de praticamente todos os países e se firmou como o meio de informação e comunicação de massa” (PATERNOSTRO 1999, p.24). A preocupação com uma boa imagem e um bom serviço surge nesse momento e continua até hoje. Um exemplo é a descoberta de sistema de transmissão de cores que, embora tenha sido desenvolvidos antes da guerra, só começou a ser testado em 1951 e difundido em 1953, com o National Television System Committee (NTSC).



Outro marco para a televisão foi o aparecimento da transmissão via satélite. A tecnologia garante a troca de informações entre vários pontos do globo terrestre. Ao receber um sinal de uma estação no solo, os aparelhos vão rebater o sinal com a amplificação necessária para atingir toda a área de sua cobertura.

Paternostro (1999, p. 26) garante que

Com a integração dos sistemas de satélites de comunicação, o mundo da informação evoluiu tanto que passou a ser muito simples, fácil mesmo, acompanhar o que está acontecendo do outro lado do planeta, no momento em que está acontecendo.

Dessa forma, eventos como o lançamento de Apolo IX ou o primeiro passo do homem na lua foram imortalizados como marcos de uma cultura global.

#### 4.2 TV NO BRASIL

Apesar do crescimento da Internet, a TV continua sendo uma figura central na vida do brasileiro. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, os brasileiros passam, de segunda a sexta, em média, 4h31 na frente do televisor. Além disso, 73% da população confirmou que consome diariamente o conteúdo televisivo. Segundo Becker (2006 apud PEREIRA JÚNIOR; PORCELLO; MOTA. 2006, p.65),

A TV ocupa um lugar de fundamental importância na representação das identidades nacionais, especialmente na virada do milênio, e participa da história da integração nacional nesse imenso Estado federativo que é o Brasil, assumindo um papel de conservação das relações de poder e, conseqüentemente, um controle social, no agendamento político e cultural do país

Porém, ao falarmos da TV no Brasil, devemos citar um homem como o principal protagonista: Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Nascido em 1892, na Paraíba, se mudou ainda pequeno para Recife. Permaneceu lá até desbravar o sul do país e dar início a construção do seu império:

Em 1950, Assis Chateaubriand era o proprietário do que se pode considerar o primeiro império de comunicação do país: Diários e Emissoras Associadas, uma empresa que incorporará vários jornais [...], revistas [...] e emissoras de rádios<sup>6</sup> (PATERNOSTRO, 2006, p.27)

Para entender a trajetória de Chateaubriand, precisamos olhar o cenário econômico e político da década de 1950. No início do período, a indústria nacional já estava consolidada e os centros urbanos começavam a tomar forma. Já no cenário político, a eleição de Getúlio Vargas para presidente também influenciou o aparecimento do aparelho em terras brasileiras. Um dos principais veículos de comunicação do país, o rádio, já tinha se popularizado e atingido as camadas mais simples da sociedade, e caminhava para o fim da “era de ouro do rádio”.

É neste cenário que Chateaubriand e sua empresa focam na TV:

Em mais uma jogada aventureira, Assis Chateaubriand decidiu trazer técnicos norte-americanos da RCA para implantar a televisão no Brasil. Importou também os equipamentos, uma antena foi instalada no alto de edifício do Banco do Estado de São Paulo para retransmitir as imagens que viam os estúdios montados no prédio dos Diários Associados (PATERNOSTRO, 2006, p.28)

Apesar da falta de registros documentais, a primeira emissora do país, PRF -3 TV Difusora ou TV Tupi, foi inaugurada em 18 de setembro de 1950. Apesar de um atraso de 40 minutos por causa de problemas técnicos, ia ao ar o início da TV brasileira: o diretor Cassiano Gabus Mendes comandou uma atração cheia de artistas de sucesso no rádio.

Apesar disso, o empresário tinha outro obstáculo no caminho da popularização da TV: a distribuição dos equipamentos<sup>3</sup>. Para que o povo brasileiro pudesse ver as primeiras transmissões, Chateaubriand mandou instalar aparelhos em pontos públicos com mais movimento na cidade. Porém, as programações não foram pensadas para as classes menos favorecidas: “Entrevistas, debates, teleteatros, shows e música erudita eram as principais atrações”, diz Paternostro (1999, p. 29)

---

<sup>3</sup> Segundo Paternostro (1999, p. 29), em 1954, havia 12 mil aparelhos no Rio e em São Paulo; em 1958, eram 78 mil em todo o país. Hoje, segundo dados do IBGE de 2013, existem 103,3 milhões de aparelhos em território nacional.

### 4.3 PAUTA PARA TV

A pauta nos programas de TV tem algumas peculiaridades quando comparada aos outros veículos. Um exemplo é a preocupação com a imagem, já que a televisão é um veículo imagético. Porém, ela “não se resume, obviamente, à força das imagens e às maravilhas da tecnologia” (BARBEIRO; LIMA. 2002, p. 13).

Barbeiro e Lima (2002, p. 111) também defendem a presença da figura do pauteiro, o responsável por captar os acontecimentos mais importantes e transformá-los em reportagem. Além disso, o repórter também pode ser uma fonte de pautas, já que ele, teoricamente, terá mais contato com o público.

Assim como em outros veículos de comunicação, a pauta da televisão vai representar um ponto de partida para o repórter e sua equipe. O documento vai conter todas as informações sobre o assunto, sugestões para a montagem final da reportagem. Segundo Barbeiro e Lima (2002, p.112), o texto da pauta deve ser sucinto e objetivo e sugerir perguntas que saiam do senso comum e permitam que a reportagem seja mais aprofundada.

Além disso, deve conter todos os dados dos entrevistados, como telefone e o endereço correto. Geralmente, cada reportagem deve contar com mais um entrevistado, já que cada fato pode ser relatado de várias maneiras.

## 5 METODOLOGIA

O ponto de partida para a elaboração do estudo foi a pesquisa bibliográfica. Segundo Stumpf (2005 apud. DUARTE; BARROS, 2005, p.51), o método é o início para qualquer trabalho acadêmico. Ele consiste na identificação das obras já produzidas sobre o assunto, obtenção e apresentação de todo o material consultado pelo pesquisador. Em um sentido simplificado,

É o conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico (STUMPF, 2005 Apud. DUARTE; BARROS, 2005, p.51)

É importante pensar na pesquisa de bibliografia como uma forma de base para o trabalho. Ela oferece um ponto de partida para que todo o estudo seja desenvolvido. Stumpf (2005 apud BARROS; DUARTE; 2005, p. 52) defende que

*Para estabelecer as bases em que vão avançar, alunos precisam conhecer o que já existe, revisando a literatura existente sobre o assunto. Com isto, evitam desperdiçar esforços em problemas cuja solução já tenha sido encontrada.*

Após a construção do referencial teórico, o estudo passou a utilizar a Análise Documental. Segundo Moreira (2005 apud DUARTE. J; BARROS, A. 2005, p. 269), “a análise documental compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim”. A análise também permite uma contextualização dos dados e fatos recolhidos durante o tempo proposto. A mesma autora defende que

A análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, sons e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos. (MOREIRA, 2005 apud DUARTE. J; BARROS, A. 2005, p.276)

O trabalho analisou as edições de segunda e sábado do Globo Esporte exibidas nos meses de agosto e setembro, meses que marcam um ano para o início dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, em 2016..

Para alcançar os resultados, a pesquisadora utilizou um roteiro de observação para auxiliar na coleta de dados. No roteiro, cada edição do programa é identificada pela data e horário de exibição. O número de matérias, o tempo geral do programa, como os blocos são divididos, quais são os esportes retratados, tempo e forma (VT, nota) como cada modalidade é exibida também vão ser computadas.

Além disso, para complementar e ajudar na obtenção de resultados, o trabalho acadêmico também se apoiará na Análise de Conteúdo. O método se destina “à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”. (FONSECA JÚNIOR, 2005 apud DUARTE, BARROS; 2005.p. 280)

Apesar da facilidade em obter as informações, a análise desses conteúdos deve seguir alguns requisitos. Segundo o pesquisador Krippendorff (1990, p 35-40 apud DUARTE, BARROS; 2005, p 287), o estudioso deve considerar alguns pontos antes de iniciar a análise. O primeiro deles é a clareza dos dados, como e de onde eles foram extraídos.

O contexto das informações deve ser fornecido. Segundo Fonseca Júnior (2005 apud BARROS; DUARTE; 2005, p. 52 p.287) “uma mesma mensagem pode ser analisada de forma diferenciada no âmbito da psicologia, sociologia, ciências políticas ou comunicação”.

## 6 ANÁLISE

Conforme já exposto no trabalho, a proposta do trabalho é perceber como a grade esportiva de um programa da TV aberta brasileira está sendo montada na datas que marcam um ano da realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos no Brasil, um fator de noticiabilidade para que essas modalidades entrem na

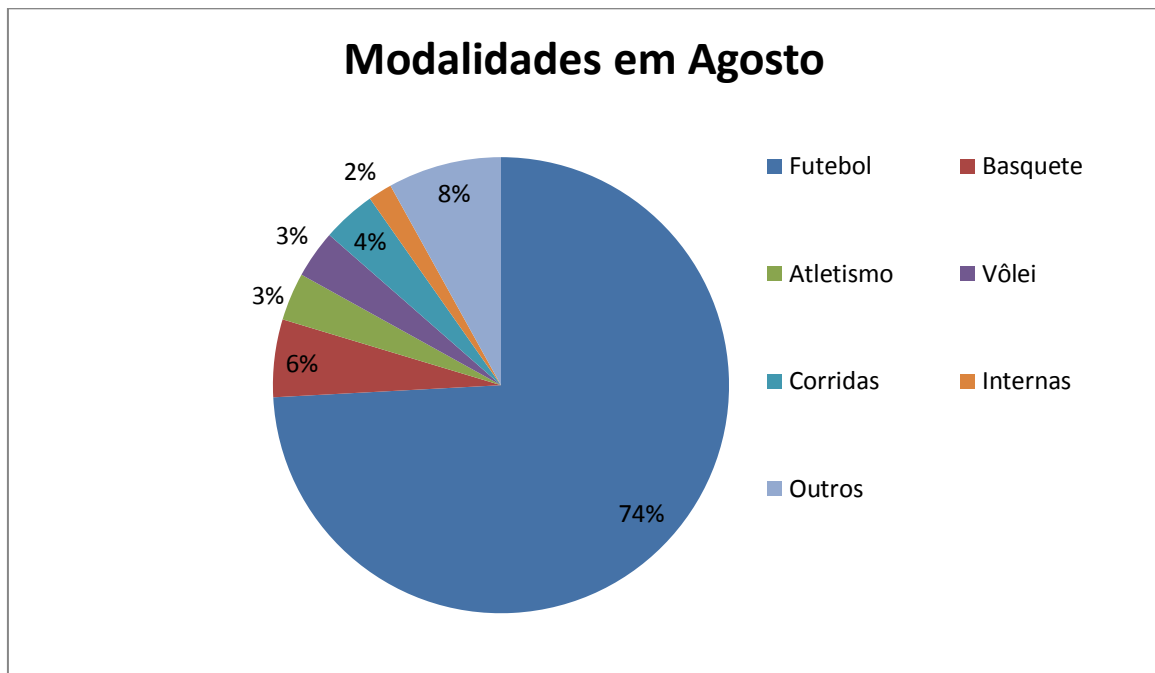
O programa é exibido pela Rede Globo desde 14 de agosto de 1978, para substituir o programa esportivo Copa Brasil. Seu primeiro apresentador foi o jornalista Léo Batista, que ainda participa da atração até os dias de hoje. Dois anos depois, o programa fez sua primeira cobertura de um grande evento esportivo: os Jogos Olímpicos de Moscou.

Em 2015, a atração possui 15 praças próprias, entre emissoras e redes afiliadas. No caso do DF, ele é exibido de segunda a sábado e é apresentado pela jornalista Viviane Costa ou, eventualmente, por Stephanie Alves. A editora chefe do programa é Camila Guedes. Para auxiliar nos resultados, a autora fez uma entrevista por email com a repórter do programa, Stephanie Alves. A pesquisadora tentou conta

A análise se concentrou nos programas exibidos durante os meses de agosto e setembro de 2015. O intervalo pode não representar o cenário anual da atração. Para que a amostra analisada se aproximasse o máximo possível de um cenário anual, todos os programas exibidos durante o mês de agosto e setembro de 2015 foram analisados. O conteúdo foi avaliado no número de matérias, o tempo geral do programa e o tempo dado para cada modalidade.

Durante a análise, podemos observar que, mesmo com fatores de notícias, o futebol ainda continua predominante dentro da construção do programa. Conforme o gráfico 01, podemos ver que no total de 236 reportagens, 75% (175 reportagens) falavam sobre o futebol. A segunda modalidade mais retratada é o basquete, que alcança o índice de 8% (13 reportagens).

Gráfico 01 - Modalidades em Agosto – 2015.

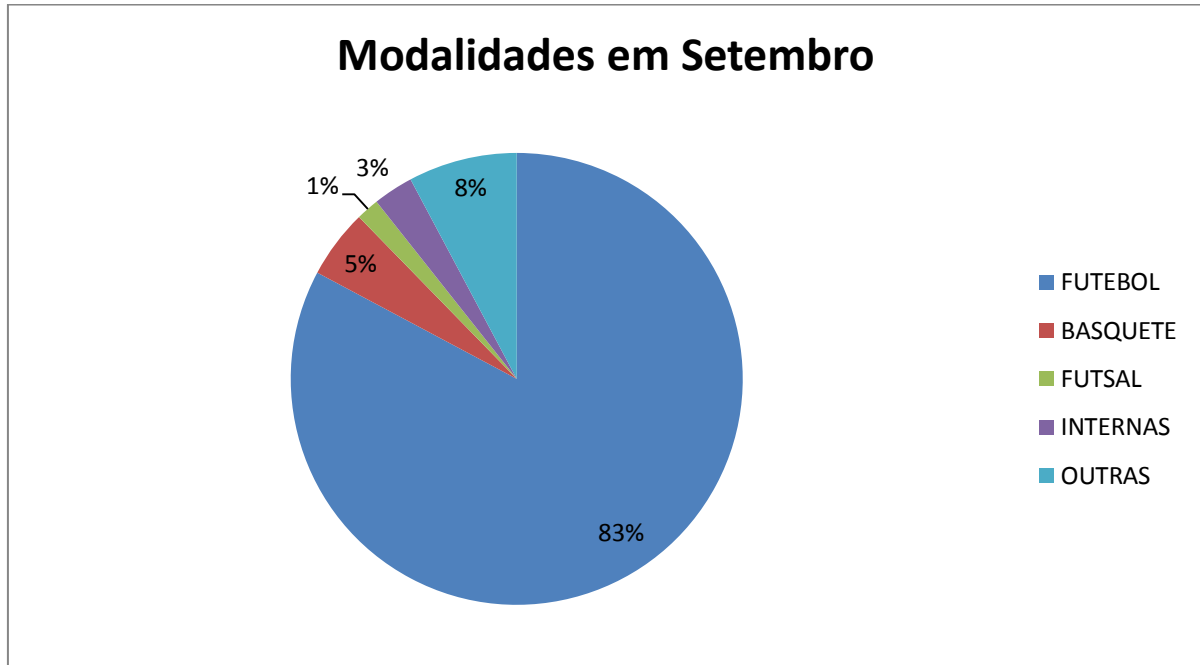


Fonte: Elaboração própria

No mês de setembro, o cenário se repetiu. Das 244 reportagens vinculadas nos programas analisados, 83% (202 matérias) foram sobre o futebol. A segunda modalidade mais retratada foi o basquete, com 5% (12 matérias). Os dados estão apresentados no gráfico 02.

Neste ponto, podemos analisar a segunda colocação nos dois meses. A liga nacional de basquete passou por uma estruturação nos últimos anos e ganhou espaço na mídia. Um dos motivos que pode ser compreendido é a presença de uma equipe local em campeonatos internacionais e dentro do país. Com isso, os valores notícias como novidade, o tempo e a noticiabilidade podem ser encontradas, facilitando a cobertura dos jogos. Além disso, a capacidade da captação de boas imagens dos jogos, fator fundamental para a construção de qualquer matéria para o meio televisivo.

Gráfico 02 - Modalidades em Setembro – 2015.



Fonte: Elaboração própria

Já o fator tempo foi tratado de duas maneiras. Na primeira parte da pesquisa, o tempo de conteúdo jornalístico e de propaganda medido. Segundo os dados coletados em agosto, do tempo total analisado de, aproximadamente, 15 horas e 9 minutos (910 minutos), 7 horas e 39 minutos (460 minutos – 51%) foram de conteúdo e 7 horas e 28 minutos (449 minutos – 49%) foram gastos com propagandas. No mês de setembro, o tempo total avaliado foi de 910 minutos, dos quais 7 horas e 57 minutos (448 minutos - 52%) foram de conteúdo jornalístico e 6 horas e 12 minutos (394 minutos - 48%) de propaganda. Os dados estão expostos nos gráficos de número 3 e 4, respectivamente.

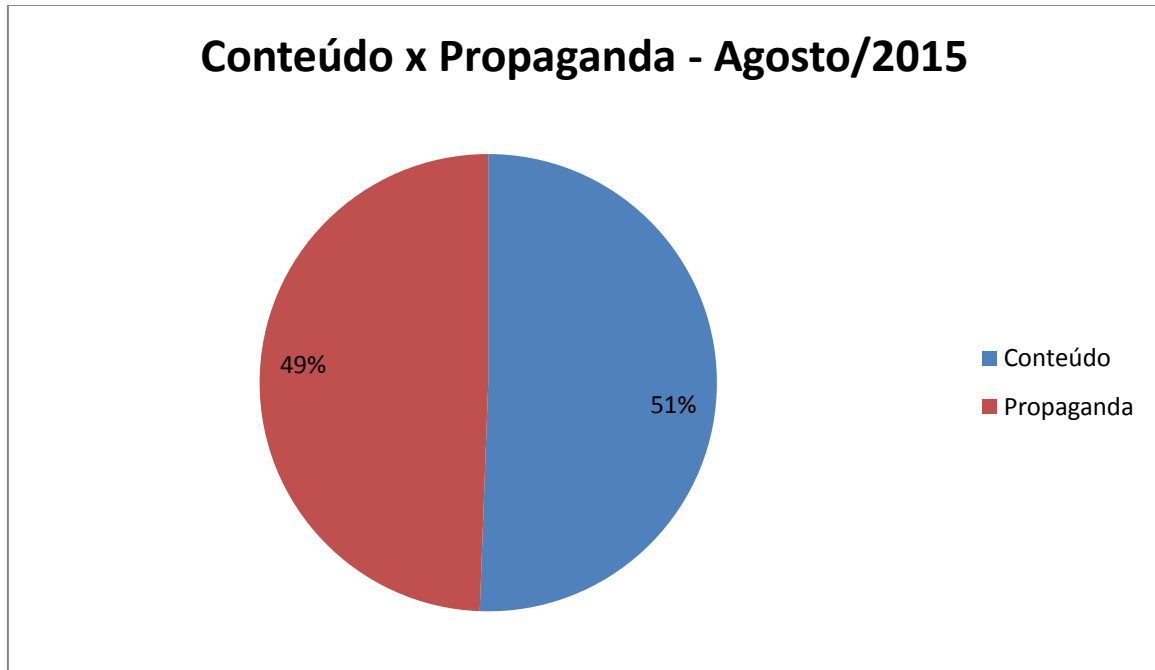
Podemos observar aqui a presença do fator externo dentro da produção do programa. Durante a entrevista com a repórter<sup>4</sup>, ela informou que cerca de 23 minutos são produzidos por programa. Porém, o que vemos é que o tempo de

<sup>4</sup> Entrevista disponível nos apêndices.



produção é muitas vezes menor do que o tempo de anúncios<sup>5</sup>, comprovando a importância e o peso do fator capital dentro da produção jornalística.

Gráfico 03 - Conteúdo x Propaganda – Agosto/2015

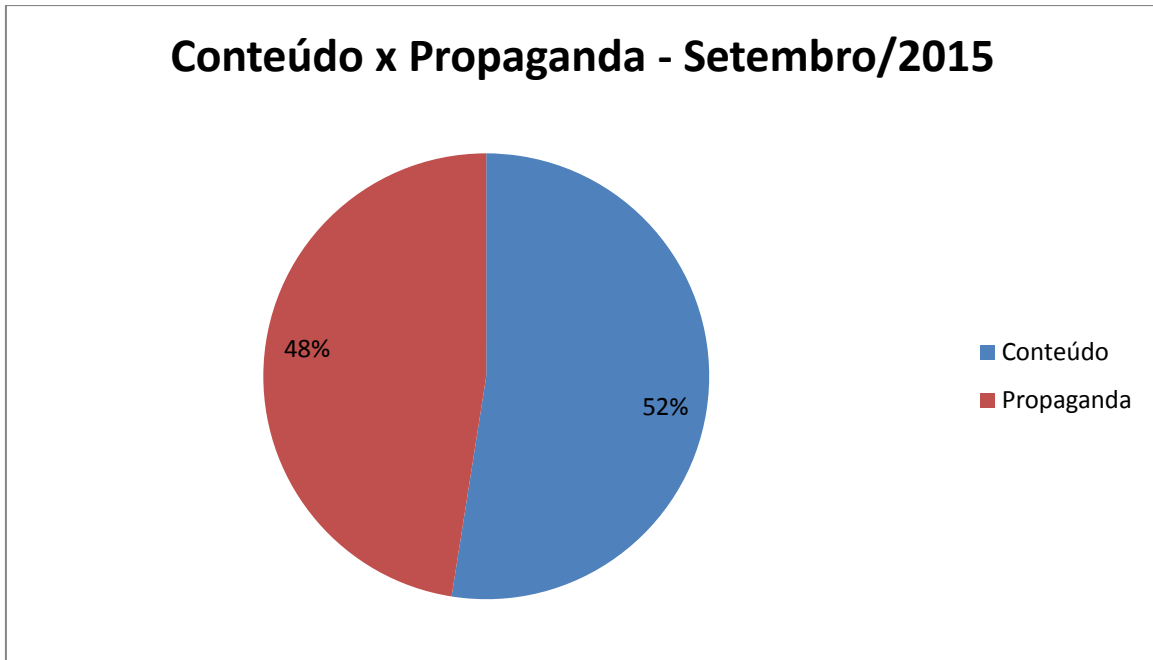


Fonte: Elaboração própria

---

<sup>5</sup> Informações disponíveis nos apêndices

Gráfico 04 - Conteúdo x Propaganda – Setembro /2015

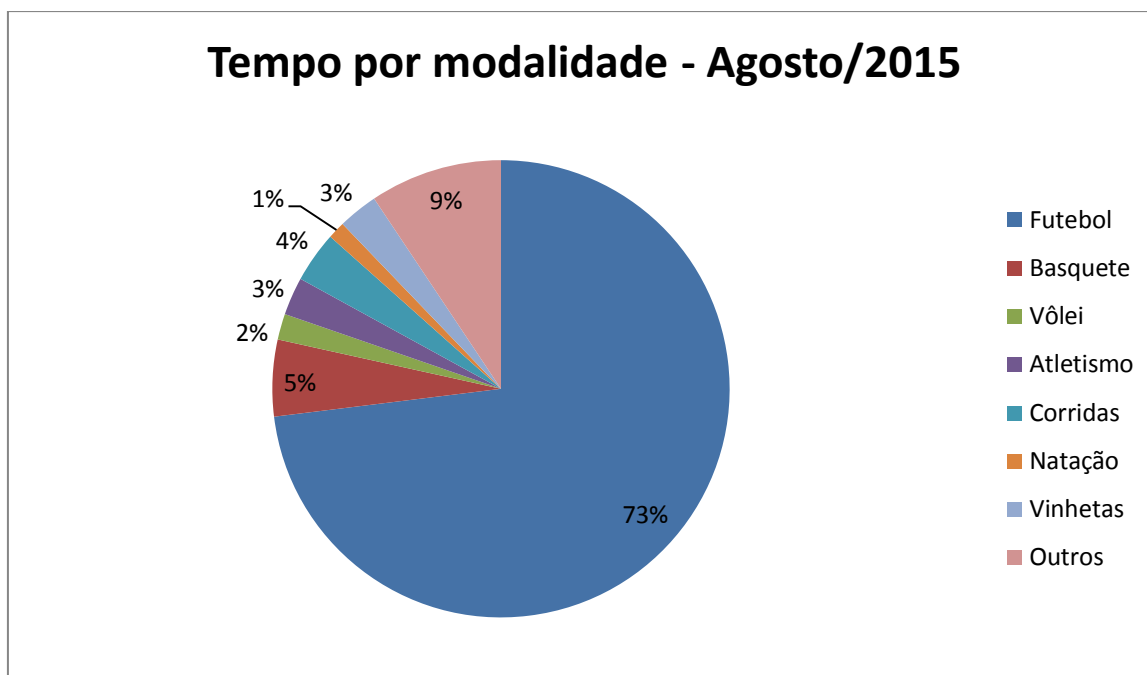


Fonte: Elaboração própria

Na segunda parte, o tempo de exibição de cada modalidade foi coletado e estudado. No mês de agosto, que contou com 7 horas e 39 minutos de conteúdo jornalístico esportivo, 73% (5 horas e 36 minutos) foram sobre o futebol. Logo depois, aparecem basquete e corridas. Os dados podem ser conferidos no gráfico 05.

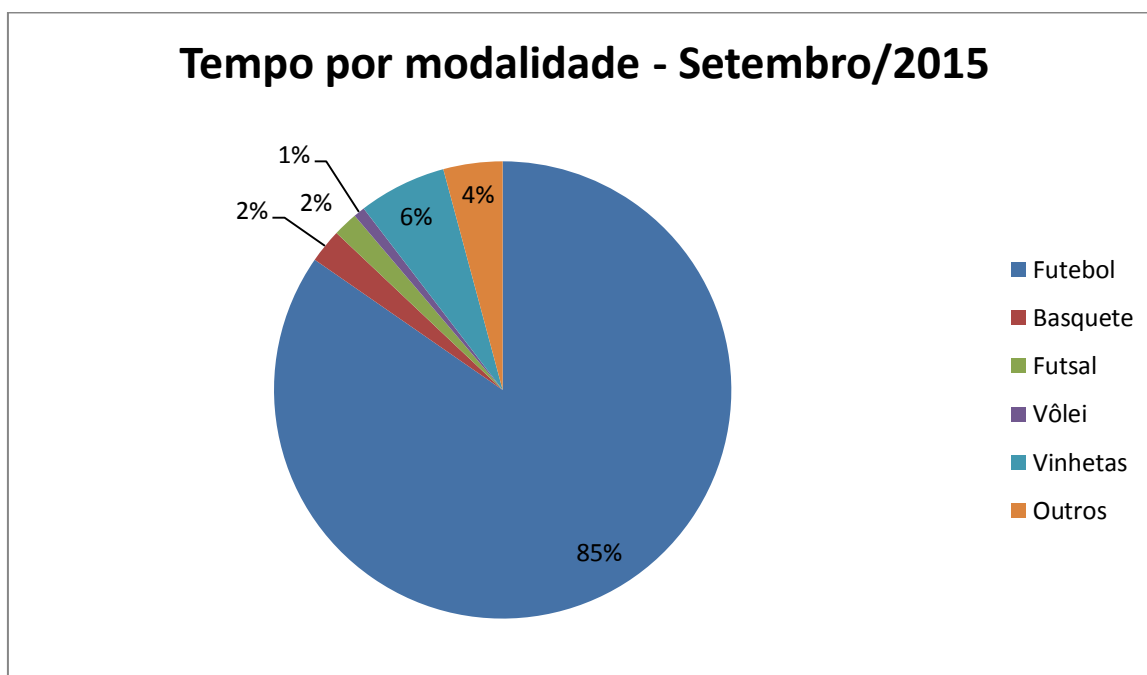
Em setembro, do tempo total analisado de 7 horas e 57 minutos, 6 horas e 48 minutos (85%), foram dedicados à cobertura de futebol. O basquete, que estava na sua pré-temporada e com o time da cidade com jogos fora da cidade, e o futsal, que contou com a realização do torneio local entre as cidades, ocupam a segunda e terceira colocação, respectivamente. Os dados estão dispostos no gráfico 06.

Gráfico 05 - Tempo por modalidade – Agosto /2015



Fonte: Elaboração própria

Gráfico 06 - Tempo por modalidade – Setembro /2015



Fonte: Elaboração própria

Em entrevistas com uma repórter<sup>6</sup>, também podemos ver a que a estruturação de ligas como o NBB e a Super Liga de Vôlei também contribuíram para a expansão do leque de modalidades esportivas retratadas na televisão, já que o basquete e o vôlei estão entre as modalidades mais retratadas nos dois meses analisados. Um dos motivos para o número baixo de matérias é que ambos os campeonatos estavam na pré temporada, ou seja, no momento de preparação e estruturação dos times.

Além disso, podemos perceber que, apesar de uma pluralidade grande nos gráficos que mostram as análises de matérias, o tempo dado para modalidades olímpicas ou não ainda é muito inferior ao do futebol. Uma das explicações é a questão da audiência, ou seja, da preferência do público, que será abordada mais a frente nessa análise.

---

<sup>6</sup> Entrevista disponível nos apêndices

## 6.1 FUTEBOL

Durante a análise dos dois meses, podemos notar que o futebol continua sendo o esporte mais retratado no Globo Esporte. Quando começamos a analisar os números, percebemos que o programa sempre garante, no mínimo, dois blocos somente para falar sobre os campeonatos da modalidade.

Um dos motivos para a grande retratação é a preferência do público, ou seja, o futebol ainda é a paixão nacional<sup>7</sup>. Conforme o Diagnóstico Nacional do Esporte, divulgado pelo Ministério do Esporte neste ano, 42% da população brasileira admitiu praticar futebol.

Além disso, podemos ver que o público também influencia nos times que recebem mais atenção na mídia. O quadro a seguir traz a comparação do número de matérias total e o conteúdo sobre os quatro primeiros times com as maiores torcidas do Brasil. Os times foram escolhidos de acordo com duas pesquisas: a primeira foi divulgada em 2014 pela revista esportiva *Lance!* e o site *Globo Esporte*<sup>8</sup>. O segundo estudo também foi feito pelo site em parceria com o Facebook e divulgada em 2015, analisou dados das páginas oficiais dos times e receberam mais *curtidas* em cada da cidade. Em Brasília, o Flamengo aparece em 1º lugar, seguido por Corinthians, São Paulo<sup>9</sup>.

Tabela 01 - Matérias por time – Agosto/Setembro - 2015

Time / Mês	Agosto	Setembro	TOTAL
Flamengo	35	30	65
Corinthians	31	27	58
São Paulo	21	24	45
TOTAL	87	81	168

Fonte: Elaboração própria

<sup>7</sup> Informação extraída da entrevista disponível no Apêndice

De acordo com os dados coletados no estudo, podemos perceber que esses times são os assuntos de 26,2% das matérias sobre futebol produzidas durante o mês de agosto e 37,15% no mês de setembro **do Globo Esporte**. Já nos dois meses, 36,12% do conteúdo foi sobre esses três times. Desta maneira, podemos perceber que o público é um fator importante para a definição da pauta e das notícias que são tratadas. Apesar de não serem times locais, um dos fatores de noticiabilidades, são os que ganham em número de torcedores. Ou seja, quanto mais populares os times, mais torcedores que vão assistir as matérias vinculadas.

## 6.2 JOGOS OLÍMPICOS

A partir de agosto de 2016, o Brasil vai receber os primeiros Jogos Olímpicos realizados na América do Sul. O evento vai ser sediado no Rio de Janeiro deverá contar com a participação de 10.500 atletas de 206 países. Durante 17 dias, 306 medalhas vão ser disputadas em 42 modalidades esportivas.

O evento representa um grande momento para todos os profissionais envolvidos com a cobertura esportiva, especialmente para os brasileiros. Os Jogos Olímpicos, além da festa, representam um ponto de contato com jornalistas e pessoas do mundo e com esportes que muitas vezes não ganham tanto destaque na mídia. É importante perceber que um evento desse porte no Brasil é um fator incomum e pode alterar a mídia esportiva brasileira. Um impacto que já pode ser sentido é a cobertura dos eventos testes deste ano

O Comitê Organizador prepara algumas competições para testar as instalações e garantir o funcionamento dos Jogos, o chamado *Aquece Rio*. A tabela 02 mostra todos os eventos que aconteceram durante os meses de agosto e setembro de 2015.

Com o auxílio dos dados analisados durante os dois meses, podemos perceber que apenas dois eventos não foram mencionados na cobertura do programa. Isso mostra uma abertura, ainda que pequena, da mídia esportiva brasileira. Outro ponto observado foi a criação de quadros como o *Minha Medalha*, no qual atletas contam a sua história dentro dos jogos, e *Sonho Olímpico*, que retrata histórias de superação de pessoas que sonham em participar da competição.

Tabela 02 - Eventos testes realizados entre os meses de Agosto e Setembro.

**PRIMEIRA ONDA - DE AGOSTO A OUTUBRO DE 2015**

ESPORTE	EVENTO	DATAS	LOCAL
Voleibol	Fase Final da Liga Mundial	14 - 19/07/2015	Maracanãzinho
Triatlo/Paratriatlo	Aquece Rio Qualificatório de Triatlo Olímpico e Mundial de Paratriatlo	01 - 02/08/2015	Forte de Copacabana
Remo	Campeonato Mundial Júnior de Remo 2015	05 - 09/08/2015	Estádio da Lagoa
Hipismo	Aquece Rio Concurso Completo Internacional de Equitação	06 - 09/08/2015	Centro Olímpico de Hipismo
Vela	Aquece Rio Regata Internacional de Vela 2015	15 - 22/08/2015	Marina da Glória
Ciclismo de Estrada	Aquece Rio Desafio Internacional de Ciclismo de Estrada	16/08/2015	Forte de Copacabana
Maratonas Aquáticas	Aquece Rio Evento Internacional de Maratona Aquática	22 - 23/08/2015	Forte de Copacabana
Vôlei de Praia	Circuito Mundial de Vôlei de Praia	01 - 06/09/2015	Arena de Vôlei de Praia
Canoagem Velocidade/Paracanoagem	Aquece Rio Desafio Internacional de Canoagem de Velocidade	04 - 06/09/2015	Estádio da Lagoa
Tiro com Arco/Tiro com Arco Paralímpico	Aquece Rio Desafio Internacional de Tiro com Arco	15 - 22/09/2015	Sambódromo
Ciclismo BMX	Aquece Rio Desafio Internacional de BMX	03 - 04/10/2015	Centro Olímpico de BMX
Ciclismo Mountain Bike	Aquece Rio Desafio Internacional de Mountain Bike	11/10/2015	Centro de Mountain Bike

Fonte: Aquece Rio. Disponível em: < <http://www.rio2016.com/noticias/rio-2016-divulga-calendario-completo-de-eventos-teste-dos-jogos-olimpicos-e-paralimpicos>> Acesso em: 06 nov. 2015



## 7 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Tendo em vista o número de programas analisados, a pesquisadora conseguiu formar considerações preliminares. Primeiramente, temos que deixar claro que o objeto estudo foi um programa esportivo feito na TV aberta brasileira por uma emissora que, apesar de ser dona de canais exclusivamente sobre em esportes, não é especializada no ramo esportivo, mas é a líder de audiência. O número total de matérias analisadas foi de 480. Delas, 377 foram sobre o futebol. O segundo esporte mais destacado na programação é o basquete, que aparece com apenas 25.

A diferença fica ainda maior quando comparamos o tempo dado para cada esporte. É importante lembrar que, de fato, o estudo analisou aproximadamente 15 horas e 15 minutos, já que 15 horas e 04 minutos foram usados por conteúdo publicitário. Com esse resultado, constatou a importância do capital dentro do jornalismo atual, ou seja, a área comercial da emissora ganha bastante espaço dentro da construção da grade de programação, já que a diferença entre conteúdo esportivo e publicidade é de apenas poucos minutos

Com a pesquisa do Ministério do Esporte, podemos concluir que o futebol é a preferência do espectador na área esportiva, o que faz com que a pauta focada nessa modalidade chame o telespectador e mantenha os níveis de audiência do programa. Além disso, o cruzamento dos dados entre as principais torcidas do Brasil reforça a conclusão.

Feita essa distinção, do número total de horas destinadas ao conteúdo jornalístico esportivo, 12 horas e 24 minutos foram dedicados ao futebol. O basquete, segunda modalidade mais explorada, aparece com 36 minutos e 30 segundos. A pesquisadora conclui que, no período analisado, que conta com um gancho temporal para os Jogos Olímpicos, o futebol ainda é mais explorado e que pluralidade não se repete na divisão do tempo do programa.

Quando se fala de Jogos Olímpicos, percebe-se que eventos são uma grande parte do jornalismo esportivo brasileiro. Destaca-se que a amostra analisada não representa o cenário anual do programa, porém, podemos dizer que ele acrescentou modalidades na programação do objeto de estudo. Mostramos que sete dos nove testes realizados foram objeto de matéria nos meses analisados. Apesar de ser um fator influenciador, podemos indicar que o evento mudou a programação do objeto de estudo, porém ainda ganha muito pouco espaço.

Ainda assim, podemos chegar a conclusão de que um dos programas esportivos mais tradicionais do Brasil é preso à pauta futebolísticas, apesar de ter um leque de esportes bem variados, porém com pouco tempo na divulgação. Constatado um cenário pouco alterado pela realização dos Jogos Olímpicos, uma possível continuação do estudo é apontar os motivos e as possíveis soluções para tornar o jornalismo esportivo feito na TV aberta cada vez mais plural e completo.

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus. 2002

BRASIL. Ministério do Esporte. **Diagnóstico Nacional do Esporte**. 2015. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/diesporte/>. Acesso em: 23 de jun, 2015

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2011

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

GLOBO ESPORTE. **Ranking das torcidas: Fla se mantém no topo, e Corinthians segue na cola**. 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/08/pesquisa-fla-tem-maior-torcidas-mas-corinthians-encurta-distancia.html>> . Acesso em: 29 out.2015

GLOBO ESPORTE. **Mapa das curtidas dos times do Brasil no Facebook**. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/mapa-das-torcidas-no-facebook/>. Acesso em: 30 out. 2015

LAGE. NILSON. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática S.A. 1993

PASTERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo; MOTA, Célia Ladeira (Org.), **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

PUFF, Jefferson. **Rio 2016 tem menos pedidos de ingressos do que Londres em 1ª rodada.** 2015. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/05/150507\\_ingressos\\_olimpiadas\\_jp\\_lgb](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/05/150507_ingressos_olimpiadas_jp_lgb)>. Acesso em: 25 out. 2015

TRAQUINA, NELSON. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como elas são. Florianópolis: Insular. 2005a

TRAQUINA, NELSON. **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular. 2005b

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão.** São Paulo: Saraiva, 2009.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Presença, 1999

**APÊNDICE A – TABELA MODALIDADES/DIA – AGOSTO/2015**

	01/a go	03/a go	04/a go	05/a go	06/a go	07/a go	08/a go	10/a go	11/a go	12/a go	13/a go	14/a go
<b>MODALIDADES</b>												
FUTEBOL	8	4	7	8	7	5	6	8	6	5	5	8
BASQUETE	0	0	1	1	1	2	0	0	2	0	2	0
ATLETISMO	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
VÔLEI	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
MMA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
BOXE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
TAEKWONDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CORRIDA	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
VELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CANOAGEM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
HIPISMO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
TRIATLO	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LUTA	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OUTROS	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INTERNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JUDÔ	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GINÁSTICA ARTÍSTICA	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
NATAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
DIVERSAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
MARATONA AQUÁTICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PATINAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>12</b>

15/a go	17/a go	18/a go	19/a go	20/a go	21/a go	22/a go	24/a go	25/a go	26/a go	27/a go	28/a go	29/a go	31/a go	TOT AL
8	8	8	8	7	5	6	7	5	7	7	8	7	7	175
0	0	0	1	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	13
0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	2	0	8
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	9
1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	4
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
<b>11</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>236</b>

Fonte: Elaboração própria

## APÊNDICE B – TABELA PROPAGANDA/CONTEÚDO - AGOSTO/2015

	01/ag o	03/ag o	04/ag o	05/ag o	06/ag o	07/ag o	08/ag o	10/ag o	11/ag o	12/ag o	13/ag o	14/ag o
<b>TEMPO/ min</b>												
<b>CONTEÚDO</b>	17,64	15,57	19,72	16,00	12,14	20,05	15,82	20,94	18,89	12,09	17,45	18,04
<b>PROPAGAN DA</b>	17,36	19,43	15,28	19,00	22,86	14,95	19,18	14,06	16,11	22,91	17,55	16,96
<b>TOTAL</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>

15/a go	17/a go	18/a go	19/a go	20/a go	21/a go	22/a go	24/a go	25/a go	26/a go	27/a go	28/a go	29/a go	31/a go	<b>TOT AL</b>
18,8 7	20,0 9	19,1 2	16,4 9	19,6 7	21,2 4	19,4 9	17,3 2	15,8 7	16,2 4	19,1 2	14,8 2	21,6 4	16,0 7	<b>460, 40</b>
16,1 3	14,9 1	15,8 8	18,5 1	15,3 3	13,7 6	15,5 1	17,6 8	19,1 3	18,7 6	15,8 8	20,1 8	13,3 6	18,9 3	<b>449, 60</b>
<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>910, 00</b>

Fonte: Elaboração própria

**APÊNDICE C – TABELA MODALIDADES / TEMPO - AGOSTO/2015**

<b>MODALIDADES</b>	01/a go	03/a go	04/a go	05/a go	06/a go	07/a go	08/a go	10/a go	11/a go	12/a go	13/a go	14/a go
VINHETAS	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
FUTEBOL	11,8	13,5 7	13,7 7	12,1 6	8,29	8,5	15,3 2	15,1 9	15,8 9	6,6	14,9 5	5,41
BASQUETE	0	0	0,35	1,37	1,35	7,71	0	0	2,5	0	2	0
ATLETISMO	0	0	0	0	0	3,34	0	0	0	3,2	0	0
VÔLEI	0	0	0,59	1,97	0	0	0	0	0	0	0	2,74
MMA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,57	0	0
BOXE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,03	0	0
TAEKWONDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CORRIDA	3,89	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4,39
VELA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CANOAGEM	0	0	0	0	0	0	0	2,94	0	0	0	0
HIPISMO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
TRIATLO	1,45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LUTA	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OUTROS	0	0	3,4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INTERNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JUDÔ	0	0	4,11	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GINÁSTICA ARTÍSTICA	0	0	0	0	5,19	0	0	0	0	0	0	0
NATAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0	0,99	0	0	0	0
DIVERSAS	0	0	0	0	0	0	0	1,32	0	0	0	0
MARATONA AQUÁTICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PATINAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>17,6 4</b>	<b>15,0 7</b>	<b>22,7 2</b>	<b>16</b>	<b>14,8 3</b>	<b>20,0 5</b>	<b>15,8 2</b>	<b>20,9 4</b>	<b>18,8 9</b>	<b>12,9</b>	<b>17,4 5</b>	<b>18,0 4</b>



15/a go	17/a go	18/a go	19/a go	20/a go	21/a go	22/a go	24/a go	25/a go	26/a go	27/a go	28/a go	29/a go	31/a go	TOT AL
0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	<b>13</b>
14,2	14,6			19,1		10,4	14,3	14,7	14,7	18,1	14,3		13,5	<b>336,</b>
		14,5	7,6		18,1							6,42		<b>33</b>
0	0	0	7,49	0	1,49	0	0	0,66	0	0	0	0	0	<b>24,9</b>
0	0	0	0,35	0	0	0	0,47	0	1	0,5	0	3,5	0	<b>12,3</b>
0,55	0,59	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	<b>8,44</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0,57</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2,03</b>
0	0	0	0	0	0	5,49	0	0	0	0	0	0	0	<b>5,49</b>
2,39	3,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,02	0	<b>16,5</b>
1,2	0,49	0	0	0	0	1,77	0	0	0	0	0	0	0	<b>3,46</b>
0	0	0	0	0	1,15	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>4,09</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>5</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,45</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0,5</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>3,4</b>
0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0,62	0	<b>2,62</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>4,11</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>5,19</b>
0	0	4,12	0,55	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>5,66</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,32</b>
0	0	0	0	0	0	1,29	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,29</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,58	0	<b>2,58</b>
<b>18,8</b>	<b>20,0</b>	<b>19,1</b>	<b>16,4</b>	<b>19,6</b>	<b>21,2</b>	<b>19,4</b>	<b>17,3</b>	<b>15,8</b>	<b>16,2</b>	<b>19,1</b>	<b>14,8</b>	<b>14,6</b>	<b>16,0</b>	<b>460,</b>
<b>7</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>4</b>

Fonte: Elaboração própria

### APÊNDICE D – TABELA MODALIDADES / TEMPO - SETEMBRO/2015

	01/s et	02/s et	03/s et	04/s et	05/s et	07/s et	08/s et	09/s et	10/s et	11/s et	12/ag o	14/s et
<b>MODALIDADES</b>												
FUTEBOL	7	10	10	7	9	9	6	8	8	6	7	9
BASQUETE	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
FUTSAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
ATLETISMO	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
VÔLEI	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
CORRIDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
JOGOS ESCOLARES	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
CANOAGEM	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
INTERNA	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0
JUDÔ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SURF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NATAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
TÊNIS DE MESA	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>10</b>

15/s et	16/s et	17/s et	18/s et	19/s et	21/s et	22/s et	23/s et	24/s et	25/s et	26/s et	28/s et	29/s et	30/s et	TOT AL
5	9	11	6	7	7	8	9	6	9	6	9	8	6	<b>202</b>
1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	2	<b>12</b>
0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	<b>4</b>
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>3</b>
0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>5</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>3</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	<b>7</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	<b>1</b>
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>2</b>
<b>7</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>244</b>

Fonte: Elaboração própria

**APÊNDICE E – TABELAS CONTEÚDO/PROPAGANDA E MODALIDADE/TEMPO-  
SETEMBRO/2015**

	01/s et	02/s et	03/s et	04/s et	05/s et	07/s et	08/s et	09/s et	10/s et	11/s et	12/ag o	14/s et
<b>TEMPO</b>												
CONTEÚDO	16,0 7	13,0 4	21,0 4	18,0 0	20,9 2	21,3 7	13,6 0	15,6 9	21,0 7	21,9 7	23,50	22,9 5
PROPAGANDA	18,9 3	21,9 6	13,9 6	17,0 0	14,0 8	13,6 3	21,4 0	19,3 1	13,9 3	13,0 3	11,50	12,0 5
<b>TOTAL</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,0 0</b>	<b>35,00</b>	<b>35,0 0</b>
<b>MODALIDADES</b>												
VINHETAS	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
FUTEBOL	14,0 2	12,5 4	20,5 4	12,6 6	18,4 2	17,6 7	11,2 5	13,3 7	20,2	18,0 8	17,06	21,8 8
BASQUETE	0	0	0	0,3	0	0	0	1,82	0	0	0	0
FUTSAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,75	0	0
ATLETISMO	0	0	0	0	0	1,13	0	0	0	0	0	0
VÔLEI	2,05	0	0	0	0	2,07	0	0	0,37	0	0	0
CORRIDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,09	1,33	0,57
JOGOS ESCOLARES	0	0	0	0	1,23	0	1,85	0	0	0	0	0
CANOAGEM	0	0	0	0,86	0,77	0	0	0	0	0	0	0
INTERNA	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0,55	0	0
JUDÔ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SURF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NATAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,44	0
TÊNIS DE MESA	0	0	0	3,18	0	0	0	0	0	0	3,17	0
<b>TOTAL</b>	<b>16,5 7</b>	<b>13,0 4</b>	<b>21,0 4</b>	<b>18 18</b>	<b>20,9 2</b>	<b>21,3 7</b>	<b>13,6</b>	<b>15,6 9</b>	<b>21,0 7</b>	<b>21,9 7</b>	<b>23,5</b>	<b>22,9 5</b>

15/s et	16/s et	17/s et	18/s et	19/s et	21/s et	22/s et	23/s et	24/s et	25/s et	26/s et	28/s et	29/s et	30/s et	<b>TOTA L</b>
18,5 4	16,7 2	21,1 4	16,4 5	20,0 0	19,9 0	14,8 9	17,8 2	15,4 5	17,4 5	21,7 7	14,2 7	23,2 0	10,8 0	<b>477, 62</b>
16,4 6	18,2 8	13,8 6	18,5 5	15,0 0	15,1 0	20,1 1	17,1 8	19,5 5	17,5 5	13,2 3	20,7 3	11,8 0	24,2 0	<b>432, 38</b>
35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	35,0 0	<b>910, 00</b>
0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	<b>13</b>
16,1 5	16,2 2	20,6 4	15,0 8	16,7 5	16,9 9	12,8 4	11,3 7	13,6 8	16,2 8	15,7 8	13,4 4	19,2 6	7,25	<b>408, 17</b>
0	0	0	0,87	0	0	1,55	0	0	0	3,6	0	3,44	2	<b>11,5 8</b>
0	0	0	0	0	0	0	5,95	0	0,67	0	0	0	1,05	<b>8,42</b>
0	0	0	0	2,75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>3,88</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>4,49</b>
0	0	0	0	0	2,41	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>6,4</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>3,08</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,63</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	1,27	0	0,59	2,75	0	0	<b>5,66</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,3	0,33	0	0	<b>1,63</b>
1,89	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,89</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>1,44</b>
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>6,35</b>
<b>18,5 4</b>	<b>16,7 2</b>	<b>21,1 4</b>	<b>16,4 5</b>	<b>20</b>	<b>19,9</b>	<b>14,8 9</b>	<b>17,8 2</b>	<b>15,4 5</b>	<b>17,4 5</b>	<b>21,7 7</b>	<b>17,0 2</b>	<b>23,2</b>	<b>10,8</b>	<b>452, 22</b>

Fonte: Elaboração própria

## APÊNDICE F – TABELA MODALIDADES/DIA – AGOSTO/2015

### 1. Qual seu nome completo e cargo no programa?

Stephanie Alves, Repórter

### 2. É formada em jornalismo?

Sim, desde dezembro de 2007.

### 3. Trabalha desde quando no Globo Esporte?

No Globo Esporte desde junho de 2013.

### 4. Como é construído o espelho do Globo Esporte?

Em Brasília, o Globo Esporte é um telejornal que vai ao ar de segunda a sábado e tem uma média de 23 minutos de produção, divididos em três blocos, geralmente. Seguindo o perfil eclético da cidade, o TJ se esforça para abranger o máximo de clubes possível e também outras modalidades. E sempre, claro, dar destaque e valorizar o esporte local.

### 5. Você acha que o esporte local está ganhando força?

Sim. Em ritmo menor do que todos gostaríamos, mas há uma evolução.

### 6. Por que você acha que o futebol é o esporte mais retratado na mídia?

Por ser o esporte nacional, é o que mais gera interesse no público em geral. Mas isso já foi mais forte.

### 7. O que faria o leque de modalidades esportivas retratadas no programa ampliar?

Acredito que nos últimos anos, outras modalidades esportivas abocanharam um bom pedaço da cobertura, concorrendo fortemente com o futebol. Até mesmo esportes que há algum tempo sequer eram mencionados, hoje têm papel de destaque: surfe, esportes radicais, lutas. A organização de competições sérias, abrangentes, e com apelo popular certamente atraem mais a presença da imprensa de uma maneira geral.

### 8. Na sua opinião, qual o papel da mídia na disseminação de novos esportes?

O mesmo papel que a mídia tem, de maneira geral, na sociedade: informar. Retratar como algo novo que surge no cenário.

### 9. Qual a importância das Olimpíadas Rio 2016 para o jornalismo esportivo?

É um grande momento para todos os profissionais envolvidos com a cobertura esportiva. Especialmente os brasileiros, que vão poder ver o maior evento esportivo de muito perto. É a hora de perceber resultados de atletas que há anos são tema de suas reportagens. De trocar experiências com profissionais do mundo todo, de colocar em prática avanços tecnológicos também.

**10. É possível ser jornalista esportiva e só falar sobre futebol?**

Como em qualquer área jornalística, é possível sim ser especialista em um único setor.

**11. Você sente que o Brasil produz um jornalismo esportivo ou futebolístico?**

Existem variados tipos de cobertura. E um público para cada uma delas. O importante é que cada um encontre a informação que busca, com facilidade, mas, principalmente qualidade.