

Luciane Pereira da Silva Navarro
(Organizadora)



Bibliografia História da Mídia e da Imprensa

Atena
Editora
Ano 2019

Luciane Pereira da Silva Navarro

(Organizadora)

Bibliografia: História da Mídia e da Imprensa

**Atena Editora
2019**

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Geraldo Alves
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
B582	Bibliografia [recurso eletrônico] : história da mídia e da imprensa / Organizadora Luciane Pereira da Silva Navarro. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-605-8 DOI 10.22533/at.ed.058190309 1. Jornalismo – Bibliografia. I. Navarro, Luciane Pereira da Silva. CDD 016.0704495
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

As páginas que você está prestes a ler vão conduzi-lo para além da mera constatação histórica sobre os caminhos percorridos pela imprensa nos últimos dois séculos. Os textos que compõem esta obra elástica vão levá-lo à compreensão singular de particularidades sobre o desenvolvimento da comunicação e do jornalismo sob as perspectivas política, cultural, social e histórica.

Ao percorrer os capítulos, especialmente no primeiro e último, você, leitor, encontrará textos que, habilmente construídos, suscitam a reflexão sobre as práticas comunicacionais em diferentes contextos políticos desde o Estado Novo, a Ditadura Militar até a crise recente enfrentada pelo Brasil e que culminou com o impeachment de Dilma Rousseff. A amplitude temporal dos textos torna perceptível a evolução do papel dos meios de comunicação, tradicionais e alternativos, ao longo do tempo e através da evolução tecnológica. No capítulo final, em especial, a política é o pano de fundo de grande parte dos textos que, ao cabo, vão ajudá-lo a compreender tramas históricas que conduziram o jornalismo ao seu status atual, uma prática profissional em rápida e constante transformação.

As aproximações e afastamentos entre diferentes linguagens, formatos jornalísticos e práticas socioculturais estão organizadas no segundo capítulo: Mídia, Arte e Memória. Os artigos selecionados abordam desde quadrinhos, ilustração, documentarismo e street papers até jornalismo literário. Da trama tecida entre os títulos desta seção emana a compreensão do valor memorialístico do jornalismo, prática diária de registro da realidade e de escuta dos sujeitos, que contribui para a preservação da memória social.

Luciane Pereira da Silva Navarro

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
MÍDIA IMPRESSA, COMUNICAÇÃO E HISTÓRIA: BREVES CONSIDERAÇÕES E APROXIMAÇÕES	
<i>Giovana Montes Celinski</i> <i>Ivania Skura</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903091	
CAPÍTULO 2	11
OS CEM ANOS DA IMPRENSA NO BRASIL: A COMEMORAÇÃO ATRAVÉS DA EXPOSIÇÃO E DOS CATÁLOGOS DO IHGB	
<i>Alvaro Daniel Costa</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903092	
CAPÍTULO 3	23
A HISTÓRIA DA TV BRASIL ENCONTRANDO A SAÚDE: UM ESTUDO DE CASO	
<i>Vitor Pereira de Almeida</i> <i>Iluska Maria da Silva Coutinho</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903093	
CAPÍTULO 4	37
ASPECTOS DA HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO	
<i>Thalita Raphaela Neves de Oliveira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903094	
CAPÍTULO 5	50
RADIOJORNALISMO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA EVOLUÇÃO CURRICULAR	
<i>Lourival da Cruz Galvão Júnior</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903095	
CAPÍTULO 6	62
COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: DAS TIC AOS DISPOSITIVOS MÓVEIS	
<i>Ana Graciela M. F. da Fonseca Voltolini</i> <i>José Serafim Bertoloto</i> <i>André Galvan da Silveira</i> <i>Ed Wilson Rodrigues Silva Júnior</i> <i>Lucinete Ornaqui De Oliveira Nakamura</i> <i>Paula Viviana Queiroz Dantas</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903096	
CAPÍTULO 7	74
O SURGIMENTO DA IMPRENSA EM MATO GROSSO E EM MATO GROSSO DO SUL	
<i>Danusa Santana Andrade</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903097	

CAPÍTULO 8	85
DESENVOLVIMENTO E DIFUSÃO DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS A PARTIR DE JORNAIS ESTADUNIDENSES DO SÉCULO XIX	
<i>Juliana de Kássia de Oliveira Angelim</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903098	
CAPÍTULO 9	97
DA ILUSTRAÇÃO À TELA DA TV: A EVOLUÇÃO DA EXPRESSÃO ARTÍSTICA NAS REVISTAS BRASILEIRAS	
<i>Talita Souza Magnolo</i>	
DOI 10.22533/at.ed.0581903099	
CAPÍTULO 10	114
CONTRIBUIÇÕES DO JORNALISMO LITERÁRIO PARA A CONSTRUÇÃO DE PÓS-MEMÓRIAS NA COLONIZAÇÃO PORTUGUESA NA ÁFRICA DO SÉCULO XX	
<i>Flávia Arruda Rodrigues</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030910	
CAPÍTULO 11	123
O DOCUMENTÁRIO XICO STOCKINGER COMO LUGAR DE MEMÓRIA	
<i>Alini Hammerschmitt</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030911	
CAPÍTULO 12	132
JORNALISMO NA ERA DOS TESTEMUNHOS: UMA CHANCE DE APRENDER COM O CINEMA	
<i>Cristine Gerk Pinto Carneiro</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030912	
CAPÍTULO 13	145
OS <i>STREET PAPERS</i> COMO INSTRUMENTOS DE RESGATE DO CIDADÃO EM VULNERABILIDADE SOCIAL: ESTUDO DE CASO DA REVISTA OCAS”	
<i>Franklin Larrubia Valverde</i>	
<i>Marília Gomes Ghizzi Godoy</i>	
<i>Rosemari Fagá Viégas</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030913	
CAPÍTULO 14	156
CRIAÇÃO DA PRIMEIRA TV EDUCATIVA DO BRASIL - A IMPLANTAÇÃO DA TV UNIVERSITÁRIA, CANAL 11: EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E AS RELAÇÕES DE PODER	
<i>Maria Clara de Azevêdo Angeiras</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030914	

CAPÍTULO 15	169
REPRESENTAÇÃO SOCIAL DE PODER E REBELDIA NO JORNALISMO IMPRESSO NO COMEÇO DO SÉCULO XX – LITERATURA E ANARQUISMO EM PERSPECTIVA HISTORIOGRÁFICA	
<i>Manuel Marquez Viscaíno Jr</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030915	
CAPÍTULO 16	183
CORRESPONDENTES BRASILEIROS NA SEGUNDA GUERRA E A SAÍDA PARA TRÊS TIPOS DE CENSURA	
<i>Rosamary Esquenazi</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030916	
CAPÍTULO 17	192
IMPrensa ALTERNATIVA E NEOPENTECOSTALISMO: ESTRATÉGIAS PARA UM MOMENTO DE CRISE POLÍTICA	
<i>Matheus Lobo Pismel</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030917	
CAPÍTULO 18	202
PORTFÓLIO DE ORLANDO BRITO: O FIM DA ERA DILMA NA REVISTA PIAUÍ	
<i>André Melo Mendes</i> <i>Mírian Sousa Alves</i>	
DOI 10.22533/at.ed.05819030918	
SOBRE A ORGANIZADORA	215
ÍNDICE REMISSIVO	216

ASPECTOS DA HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO

Thalita Raphaela Neves de Oliveira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro – RJ

SPORTS JOURNALISM HISTORY'S ASPECTS

RESUMO: Assim como os clubes de futebol, ao longo de sua trajetória a cobertura jornalística especializada em esportes também acumulou conquistas e derrotas. Se, por um lado, o esporte estabeleceu-se como editoria permanente e de destaque nos principais veículos brasileiros, por outro, foi relegado a uma visão estigmatizada que, embora em menor escala, ainda perdura, caracterizando a atividade como uma área de menor prestígio quando comparada às demais coberturas. Ao longo de seus pouco mais de cem anos, a imprensa esportiva se desenvolveu concomitantemente ao esporte mais popular do país e ao cargo mais subestimado da profissão – o jornalista esportivo – passando por diversas transformações significativas em seu *modus operandi*. Essa trajetória de altos e baixos é o que se pretende descrever neste artigo, ilustrado a partir da experiência de quatro emblemáticos representantes do jornalismo esportivo impresso brasileiro: *A Gazeta Esportiva*, o *Jornal dos Sports*, a revista *Placar* e o diário esportivo *Lance!*.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo esportivo; *A Gazeta Esportiva*; *Jornal dos Sports*; *Placar*; *Lance!*

ABSTRACT: Like football clubs, throughout its history, journalistic coverage specialized in sports also accumulated achievements and defeats. If, on the one hand, sport established itself as a permanent and prominent area in the main Brazilian vehicles, on the other, it was relegated to a stigmatized view that, although to a lesser extent, still persists, characterizing the activity as a less prestigious area when compared to the other coverages. Over the course of its little more than a hundred years, the sports press has developed simultaneously the country's most popular sport and the most underrated position of the profession – the sports journalist – undergoing several significant transformations in its *modus operandi*. This trajectory of ups and downs is what I intend to describe in this article, illustrated by the experience of four emblematic representatives of Brazilian's sports journalism: *A Gazeta Esportiva*, *Jornal dos Sports*, *Placar* and *Lance!*.

KEYWORDS: sports journalism; *A Gazeta Esportiva*; *Jornal dos Sports*; *Placar*; *Lance!*

1 | INTRODUÇÃO

Pensa-se em introduzir o futebol, nesta terra. É uma lembrança que, certamente, será bem recebida pelo público, que, de ordinário, adora as novidades. Vai ser, por algum tempo, a mania, a maluqueira, a ideia fixa de muita gente. Com exceção talvez de um ou outro físico, completamente impossibilitado de aplicar o mais insignificante pontapé a uma bola de borracha, vai haver por aí uma excitação, um furor dos demônios, um entusiasmo de fogo de palha capaz de durar bem um mês. (RAMOS, 1962, p. 90).

Ao primeiro olhar, em uma análise acalorada e subjetiva como a do torcedor na arquibancada diante de seu time do coração, a declaração acima tende a ser vista como uma profecia equivocada: deu zebra, como diria o jargão que hoje é comum no futebol, mas que, na verdade, surgiu de outro jogo bastante conhecido por aqui, o jogo do bicho. Porém, olhando-se friamente para o excerto, em uma análise objetiva como se pressupõe ser a do repórter em uma redação de jornal, é possível interpretar esse trecho da crônica “Traços a Esmo” de Graciliano Ramos – escrita para o Jornal *O Índio* em 1921 – não como uma descrença amadora no esporte bretão recém-chegado ao Brasil, mas, sim, como uma sátira à apropriação cultural, sob uma ótica nacionalista. Ou, mais especificamente no caso do escritor nordestino, sob uma ótica regionalista, como ele próprio sugere no mesmo excerto: “Estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho. O futebol, o boxe, o turfe, nada pega.” (RAMOS, 1962, p. 92).

A terra do espinho, de fato, era o Nordeste, assim caracterizado pelo autor na intenção de criticar o dualismo entre as metrópoles brasileiras que começaram a crescer vertiginosamente no final do século XIX – sob a forte influência civilizatória europeia – e as vidas secas do sertão nordestino. “Não é que me repugne a introdução de coisas exóticas entre nós. Mas gosto de indagar se elas serão assimiláveis ou não.” (RAMOS, 1962, p. 92), explica o romancista, revogando as interpretações de suas crônicas futebolísticas enquanto meras profecias equivocadas. Esse discurso satírico utilizado pelo autor seria, para Soares e Lovisolo (1997), uma maneira de criticar os diversos problemas sociais, políticos e culturais enraizados no país, de modo que “talvez, o texto viesse a ser melhor entendido, se o futebol fosse visto meramente como instrumento retórico para Graciliano expor suas críticas românticas à cidade.” (p.7).

Porém, se ainda restam dúvidas de que Graciliano estava mesmo sendo irônico, basta acompanhar o desfecho da referida crônica: “A rasteira! Este, sim, é o esporte nacional por excelência! Todos nós vivemos mais ou menos a atirar rasteira uns nos outros. [...] No comércio, na indústria, nas letras e nas artes, no jornalismo, no teatro, nas cavações, a rasteira triunfa.” (RAMOS, 1962, p. 93). No futebol, sabe-se que a rasteira é passível de cartão amarelo, quiçá vermelho. No jornalismo, contudo, na maioria dos casos esse golpe sequer é punido. Pelo contrário: muitas vezes dá-se rasteira nos fundamentos da profissão como trunfo para vender jornais, tendenciar

pontos de vista ou manipular audiências, jogando o Código de Ética para escanteio.

A audiência, inclusive, foi um dos fatores preponderantes para o desenvolvimento do jornalismo esportivo no Brasil e no mundo, juntamente com a popularização do futebol e a sua conseqüente profissionalização, que ocorreu em percurso simultâneo à profissionalização do próprio jornalista. Nesse sentido, a seguinte pergunta proposta por Melo (2012) ajuda a compreender como a relação causa-consequência entre imprensa e esporte se consolidou devido à popularização das práticas desportivas na sociedade: “A popularidade crescente da prática esportiva dever-se-ia a esse espaço privilegiado que obteve na imprensa ou, pelo contrário, esse espaço na imprensa dever-se-ia à popularidade crescente da prática esportiva?” (p. 23).

Respondendo ao seu próprio questionamento, o autor argumenta que essa relação é como uma via de mão-dupla, de modo que “a imprensa progressivamente noticiou o esporte porque ele crescentemente tornou-se uma prática socialmente valorizada”. E, por sua vez, “a prática também se tornou crescentemente valorizada porque foi progressivamente noticiada na imprensa” (p. 48).

Todavia, mesmo diante desse duplo e progressivo avanço – tanto na prática quanto na divulgação desportiva – pode-se dizer que a história do jornalismo esportivo no Brasil e no mundo é recente, com pouco mais de cem anos, podendo ser datada da segunda metade do século XIX, quando começaram a surgir as primeiras notas sobre os típicos esportes praticados pelas elites sociais, como a caça e o turfe. Nesse sentido, Melo (2012) explica que, “mesmo que o esporte em si não fosse determinante dos rumos políticos e econômicos do país, em torno dos clubes se organizava gente influente da sociedade, a quem à imprensa interessava relacionar-se.” (p. 25). Ainda que nessa passagem o autor estivesse se referindo ao futebol – que em seus primórdios também era uma prática elitista – o argumento é válido ao se pensar nas demais relações de interesse mútuo que vigoravam entre a imprensa e as elites sociais da época.

Isso esclarece o fato de que os primeiros registros esportivos dos quais se tem notícia (literalmente) tenham sido, segundo Fonseca (1997, p. 127), de autoria da revista francesa *Le Sport* (1854), que publicava crônicas sobre os esportes mais praticados pelas elites até então – haras, turfe e caça – e notas sobre canoagem, natação, pesca, boxe, bilhar e outras práticas também consideradas elitistas na época. Além da revista *Le Sport*, outras publicações esportivas pioneiras que merecem destaque são os jornais *Sportsman* (Inglaterra, 1852), *Gazzetta dello Sport* (Itália, 1896) e *El Mundo Deportivo* (Espanha, 1906); e as revistas *El Cazador* (1856) e *El Sport Español* (1869), ambas espanholas.

Quanto ao jornalismo esportivo brasileiro, este tem como marco inicial o ano de 1856, em um cenário onde o futebol ainda estava longe de se tornar o protagonista, conforme afirma Ribeiro (2007):

O jornalismo esportivo brasileiro teria nascido em 1856, com O Atleta, passando

receitas para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro. Pouco depois, em 1885, circularam *O Sport* e *O Sportsman*. Em 1891, surgiu em São Paulo *A Platea Sportiva*, um suplemento de *A Platea*, criado em 1888. Dez anos depois, em 1898, também em São Paulo, surgiram a revista *O Sport* e o jornal *Gazeta Sportiva* (que não tem nada a ver com o jornal que seria criado futuramente), periódico de distribuição gratuita que circulava somente aos domingos. Em nenhuma das publicações o futebol era prioridade: apenas notícias de turfe, regatas e ciclismo. (RIBEIRO, 2007, pp. 26-27).

No entanto, até o final do século XIX, o noticiário esportivo carecia de um espaço específico tal qual o que se conhece hoje por editorias. Naquela época, as notícias esportivas “se misturavam com informações comerciais, políticas, econômicas, por vezes inseridas no bloco dos acontecimentos sociais” (MELO, 2012, p. 26). Nesse sentido, Melo destaca o *Jornal do Brasil* que, de acordo com o autor, já nos seus primórdios dedicou atenção especial ao esporte, publicando em seu segundo dia de circulação, 10 de abril de 1891, uma coluna denominada “Sport”.

Os primeiros registros nas publicações brasileiras eram as escassas notas sobre as práticas desportivas inerentes ao cotidiano das elites sociais do final do século XIX – caça, turfe e remo. O futebol, em si, só viria a ser oficialmente noticiado no ano de 1901. O feito, segundo Ribeiro (2007), foi do jornal *Correio da Manhã* que, em 22 de setembro do referido ano, publicou em sua coluna “Sport” informações sobre a partida realizada entre as equipes do Paysandu Cricket Club e Rio Cricket and Athletic Association, as únicas existentes no Rio de Janeiro até então.

Por mais que algumas publicações estivessem começando a dedicar espaço noticioso ao esporte – inclusive com colunas específicas – o jornalismo esportivo já nascia como uma atividade subestimada e arraigada de preconceitos desde a virada do século. Isso porque, nessa época, o esporte era visto como recreação, sendo, portanto, inadmissível a possibilidade de notícias de entretenimento ocuparem as manchetes antes destinadas a temas nobres como política e economia, conforme afirma Coelho (2003). Ainda de acordo com o autor, o fato de a prática desportiva ser, em princípio, quase exclusiva às classes de maior poder aquisitivo, também freava o desenvolvimento das editorias esportivas. A lógica era a seguinte: sendo o esporte interesse apenas das elites – minoria no país – isso implicaria em menor vendagem de jornais. Logo, não seria lucrativo noticiá-lo.

Em suma, desde sua chegada ao Brasil – passando pelo percurso da popularização, profissionalização e até a consagração das editorias esportivas – o futebol demorou mais de 50 anos para conquistar o destaque que atualmente tem na imprensa brasileira. O caminho foi longo e ainda continua em traçado. Contudo, não se pode deixar de citar alguns dos principais expoentes responsáveis pela consolidação da imprensa esportiva simultaneamente à profissionalização do futebol. Para tanto, este estudo pontuará em seguida alguns aspectos históricos envolvendo a criação de publicações que são referências nesse sentido, como o *Jornal dos Sports*, *A Gazeta Esportiva*, a revista *Placar* e o diário *Lance!*.

2 | A GAZETA ESPORTIVA E O JORNAL DOS SPORTS

As versões oficiais dedicam o título de primeiro diário voltado exclusivamente à cobertura esportiva ao *Jornal dos Sports*, do Rio de Janeiro. Porém, para Coelho (2003), *A Gazeta Esportiva*, de São Paulo, pode ser considerada a primeira publicação a lutar ferozmente pela consagração do noticiário de esportes. Isso porque, em 1928 – e, portanto, antes da criação do *Jornal dos Sports* – *A Gazeta Esportiva* já havia nascido como um suplemento do jornal *A Gazeta*. Fundada pela figura icônica de Cásper Líbero, *A Gazeta* existe desde 1906, tornando-se um diário exclusivamente esportivo em 1947. *A Gazeta Esportiva*, inclusive, é a única referência ao jornalismo esportivo que aparece na obra de fôlego do historiador Nelson Werneck Sodré, de 1966, a “História da imprensa no Brasil”, como bem observaram Buarque de Hollanda e Melo (2012).

Abrindo parênteses para contextualizar um importante dado da imprensa esportiva no Rio Grande do Sul, vale ressaltar que, logo depois da criação de *A Gazeta* diária, foi lançada em Porto Alegre pela Companhia Jornalística Caldas Júnior a *Folha da Tarde Esportiva*, que circulou diariamente de 15 de setembro de 1949 a novembro de 1969, quando o jornal especializado acabou e foi incorporado – como caderno, com o nome de *Folha Esportiva* e com os mesmos colunistas – pela recém-criada *Folha da Manhã*, que circulou até 1980. *A Folha da Tarde Esportiva* começou a circular em 12 de abril de 1937, semanalmente, às segundas-feiras. E passou a circular diariamente em 15 de setembro de 1949. *A Folha da Tarde Esportiva* era voltada ao esporte profissional e amador, chegando a circular com mais de 50 páginas. Conforme Hatje (1996), para muitos profissionais da imprensa gaúcha, esse fato é considerado o ápice da história do jornalismo esportivo impresso do Rio Grande do Sul.

Voltando à região Sudeste, como se sabe, nas primeiras décadas do século XX, a cidade de São Paulo passou por um avassalador processo de urbanização, como resultado do sucesso econômico de uma cidade que vivia a transição da economia cafeeira para a industrial. E foi justamente nesse contexto da modernização de São Paulo que *A Gazeta Esportiva* se consolidou enquanto diário totalmente voltado à cobertura de esportes. Essa conjuntura foi, portanto, inevitavelmente refletida nas publicações do jornal que, segundo Toledo (2012), tratavam do esporte sob um viés nacionalista, valorizando sua feição popular – o futebol de várzea, por exemplo – e seus aspectos técnicos, como a disciplina e o coletivismo.

Nesse sentido, *A Gazeta Esportiva* rivalizava com a perspectiva da malandragem do futebol-arte dominante na cobertura de esportes dos principais jornais do Rio de Janeiro, sobretudo com o *Jornal dos Sports* e o seu time de cronistas de peso, que “exerciam múltiplas funções simultâneas: cronistas, dirigentes de clubes, presidentes de entidades esportivas, bacharéis, políticos e literatos” (RIBEIRO, 2007, p. 96). Em uma dessas rugas entre os dois pioneiros do jornalismo esportivo no Brasil, o

correspondente de *A Gazeta* no Rio Janeiro, José Silveira, chegara a escrever:

O público deve ser educado por uma escola mais esportiva e menos literária. [...] O grande fato, todavia, é que os literatos conquistaram o futebol. Duvidamos, entretanto, que eles conquistem o público futebolístico. Pelo menos, enquanto teimarem em escrever sobre futebol com a mesma tinta que escrevem seus romances. (José Silveira, *A Gazeta*, 24 jun. 1944).

De acordo com Toledo (2012), todas essas críticas endereçadas aos diários cariocas se referiam, na verdade, não apenas ao embate futebol-arte *versus* futebol moderno; mas, principalmente, à suposta incapacidade de os cronistas do time de Mário Filho escreverem com isenção sobre futebol. Acredita-se que o recado acima, por exemplo, tenha sido destinado a José Lins do Rego, “levando-se em conta o seu partidarismo inconfessável pelo Flamengo” (p. 75), clube pelo qual se apaixonou graças à figura de Leônidas da Silva, o artilheiro do Mundial de 1938, que também jogara pelo Flamengo. Lins chegou até mesmo a entrar para a política do clube, assumindo a secretaria geral rubro-negra em 1942.

Fazendo o contraponto, Ribeiro (2007) sugere que o partidarismo de José Lins não era tão inconfessável assim, já que a parcialidade do escritor paraibano foi justamente a característica responsável por demarcar sua carreira na crônica esportiva, mais precisamente na coluna “Esporte e Vida”, a qual assinou entre 1945 e 1953 pelo *Jornal dos Sports*. “Escrevia sobre tudo, mas especialmente de seu Flamengo e sem a menor vergonha de expor sua parcialidade. Criticava os rivais rubro-negros a ponto de ser agredido com objetos atirados por torcedores nas tribunas dos estádios que frequentava.” (p. 117). Essa experiência de José Lins do Rego na crônica esportiva, inclusive, teria deixado até a ele próprio impressionado com a repercussão de suas palavras, como citado por Ribeiro (2007, p. 117):

A um escritor vale o aplauso, a crítica de elogios, mas a vaia, com a gritaria, as laranjas... os palavrões, deu-me a sensação da notoriedade verdadeira. Verifiquei que a crônica esportiva era maior agente da paixão que a crítica literária ou jornalismo político. Tinha mais de vinte anos de exercício de imprensa e só com uma palavra arrancava, de uma multidão enfurecida, uma descarga de raiva como nunca sentira. (José Lins do Rego, *Jornal dos Sports*, 07 mar. 1945).

A Gazeta Esportiva, até então menos simpática às crônicas românticas do futebol, chegou a ter tiragens recordes de mais de 500 mil exemplares. Contudo, com o surgimento e a consagração do rádio e da TV, o seu declínio foi gradativo. Em 2001, quando completou 73 anos de existência, o jornal vendia apenas 14 mil exemplares diários. Em seus piores momentos, registrou tiragens de 4 mil exemplares. Por conta dessa insignificante marca, desde 19 de novembro de 2001 *A Gazeta Esportiva* parou de ir às bancas e, “pela impossibilidade de simplesmente desaparecer, pois a dona do jornal, Fundação Cásper Líbero, era obrigada a manter o título no mercado” (RIBEIRO, 2007, p. 302), acabou migrando-se para o portal *gazetaesportiva.net* e para a agência de notícias *Gazeta Press*, que hoje detém um dos maiores acervos de

fotos e notícias esportivas no país.

Enquanto em São Paulo a iniciativa pioneira partiu de Cásper Líbero, no Rio de Janeiro coube à família Rodrigues – mais precisamente a Mário Leite Rodrigues Filho, o irmão mais velho de Nelson Rodrigues – o feito de fazer história no jornalismo esportivo brasileiro, o que se deu por meio do *Jornal dos Sports*, criado em 1931. Como dito, seus fundadores foram Argemiro Bulcão, que antes dirigia o jornal Rio Sportivo, e Ozéas Mota, proprietário da gráfica que imprimia essa publicação. Em seus primórdios, porém, o *Jornal dos Sports* ainda estava longe de ser o protagonista da cena esportiva, dividindo a concorrência com as seções esportivas de jornais já consagrados na época, como o *Jornal do Brasil* (1893) e o *Correio da Manhã* (1903).

Entretanto, esse cenário se inverteu drasticamente a partir de 1936, quando os sócios desfizeram o acordo e venderam o *Jornal dos Sports* para Mário Filho, o típico personagem bem-relacionado em todas as esferas da sociedade. Antunes (2004) afirma que “a opção de Mário Filho por escrever de forma dramática situações que poderiam parecer corriqueiras aproximou definitivamente o torcedor do jogador e da vida do clube” (p. 103), o que poderia ser uma das explicações para a rápida ascensão do *Jornal dos Sports* (*JS*).

Nesse sentido, Buarque de Hollanda (2012) afirma que a experiência de periódicos estrangeiros na unificação de informações esportivas, bem como na invenção de prêmios, torneios e taças diversas – como o *L'Équipe* (França, 1900) e o *Gazzeta dello Sport* (Itália, 1896) – também foi fator de influência para a consagração do *JS*, popularmente conhecido como O cor-de-rosa, devido à tonalidade de sua impressão gráfica, outra inspiração advinda das publicações estrangeiras.

Ademais, ainda segundo o autor, desde o início da experiência de Mário Filho no *JS*, o diretor esteve cercado por um seleto grupo de colaboradores dos mais altos escalões do esporte e da política, como Vargas Neto, Luiz Galotti e Mário Pollo, além de nomes como João Lyra Filho, José Lins do Rego e de seu próprio irmão Nelson Rodrigues, tudo isso graças às suas articulações enquanto empresário e homem público de esportes. Ribeiro (2007) também chama atenção para o poder articulador de Mário Filho:

Em suas mãos, o jornalismo esportivo ganharia novas dimensões. Na forma, quase tudo mudava: título, subtítulo, legendas. O conteúdo abria espaço para a vida dos personagens que faziam o espetáculo. Jogadores passaram a ser endeusados, especialmente os negros. Nos bastidores, Mário criava uma rede de informações poderosa. (p. 75).

O jornal de Mário Filho pautou grande período de competições esportivas e futebolísticas durante as décadas de 1940, 1950 e 1960. E, mesmo que o futebol sobressaísse, todas as modalidades eram contempladas: do tênis ao golfe, do remo ao atletismo, do boxe ao hipismo – nacionais e internacionais. Além disso, nas páginas do *JS*, havia espaço também para ciência, educação e cultura, sobretudo

pela presença desses “cronistas-cartolas” (BUARQUE DE HOLLANDA, 2012, p. 105) que escreviam diariamente no jornal.

Quanto às linhas editoriais do *JS*, Mário Filho nunca escondera sua proposta de utilizar o futebol enquanto símbolo de fortalecimento do nacionalismo. Exemplo disso é a cobertura que antecedeu o início da Copa do Mundo de 1950 e que trazia, além dos registros da construção do Maracanã (oficialmente batizado de Estádio Jornalista Mário Filho), o trabalho do cartunista Otelo, por meio do personagem “Moço do Samba” (MOURA, 1998), que personificava traços característicos do futebol brasileiro, como a alegria, a malícia, o improviso e a malandragem.

Por outro lado, com um viés disciplinador, parte da imprensa que cobria a concentração da Seleção às vésperas daquela Copa, fazia circular diariamente em seus periódicos cartilhas de regras para os jogadores, tradicionalmente contrários ao regime de concentração: “Era proibido circular na boate, no bar e no salão de jogos do hotel, também era proibido fumar no alojamento e salas de refeições, ingerir bebidas alcoólicas e jogar carteadado a dinheiro.” (RIBEIRO, 2007, p. 130). Avessos ou não a esse sistema, fato é que o clima de “já ganhou” havia tomado conta não somente da delegação brasileira da Copa de 1950, mas também, de toda a imprensa esportiva às vésperas do que seria o fatídico Maracanazo.

Os treze gols marcados contra suecos e espanhóis deixaram essa certeza. Dois dias antes, na sexta-feira, uma empresa de cinema presenteou todos os jogadores da seleção com permanentes válidas por cinco anos. Até aí nada de mais, não fosse a frase datilografada na cortesia: “Aos campeões do mundo de 1950.”. (RIBEIRO, 2007, p. 131).

A linguagem doutrinária do jornal de Mário Filho, sua centralização na capital nacional, o contexto de profissionalização do futebol e, claro, o time de colaboradores do *JS*, tudo isso contribuiu para justificar a experiência de *O cor-de-rosa* como um marco da emancipação do jornalismo esportivo brasileiro. (BUARQUE DE HOLLANDA, 2012). Contudo, ainda de acordo com o autor, seria injusto atribuir todo o sucesso do *Jornal dos Sports* apenas à figura influente de Mário Filho, já que, nesse contexto simultâneo da profissionalização do jornalista, os profissionais da área também foram grandes responsáveis pela qualidade técnica das publicações.

Se Mário Filho foi um grande agente de mediação entre diversas esferas da vida esportiva, política e cultural do Rio de Janeiro, não é o caráter personalista de sua “obra” que está em jogo aqui. Tem-se em mira, ao contrário, a capacidade coletiva do jornalista esportivo de “inventar tradições” e de “inventar multidões”, assim como de pregar sua pedagogia esportiva. Isso se dava não de maneira isolada, mas em conjunto com outros atores, dentre profissionais, redatores e técnicos qualificados. (pp. 83/84).

Apesar de o *Jornal dos Sports* poder ser considerado a experiência de jornalismo esportivo mais bem-sucedida até então, perdurando por cinco décadas no auge, o jornal começou a definhar com a morte de Mário Filho em 1966, enfraquecendo-se

gradualmente até 1990 e findando-se de vez em 2007. Porém, esse fato coube tanto às vicissitudes trágicas da família Rodrigues quanto à inserção de outro periódico que marcaria a virada dos anos 1960 para os anos 1970 na imprensa esportiva brasileira: a revista semanal *Placar*.

3 | A REVISTA *PLACAR* E O DIÁRIO ESPORTIVO *LANCE!*

Fundada no início de 1970 e pertencente ao grupo Abril, a *Placar* surgiu como concorrente direta do *Jornal dos Sports* – resistindo ao tempo e ao contexto da ditadura e da censura prévia – e chegando a vender mais de 100 mil exemplares semanais durante a Copa de 1970. Nesse aspecto, Coelho (2003) relembra que, enquanto no Brasil a primeira revista esportiva com publicação regular só se estabeleceu nos anos 1970, países como a Itália e a Argentina já possuíam revistas dedicadas exclusivamente aos esportes desde 1927.

Segundo Buarque de Hollanda (2012), essa concorrência direta com o *JS* ia além do plano da vendagem – onde a *Placar* chegou a alcançar a marca de 500 mil exemplares vendidos já em sua primeira edição – para abranger também a contratação de profissionais consagrados que antes faziam parte do quadro de funcionários de Mário Filho e que agora migravam para as páginas da revista, a exemplo do cartunista Henfil. A charge, inclusive, junto da crônica esportiva, funcionava como uma licença editorial para possibilitar o discurso crítico e engajado que, desde o início, compunha as linhas editoriais da *Placar*, como demonstram os dois excertos abaixo:

A maior e melhor revista esportiva do Brasil, publicada pela Editora Abril, surgiu no auge da efervescência política do país e no olho do furacão da crise instalada com a demissão do técnico da Seleção Brasileira às vésperas da disputa da Copa do Mundo do México. *Placar*, idealizada pelo jornalista e advogado Cláudio de Souza, era destinada a leitores interessados em reportagens mais elaboradas, inteligentes, escritas por feras do jornalismo esportivo. (RIBEIRO, 2007, p. 208).

Temos hoje no país uma nova mentalidade no jornalismo esportivo: a paixão clubística, as preocupações pessoais, os interesses menores foram substituídos pela crítica construtiva, pela análise ponderada, pela reportagem desassombrada e imparcial. E tudo isso faz parte da filosofia da *PLACAR*. (Victor Civita, editor da ed. 1 da *Placar*, *apud* MALAIA, 2012, pp. 153/154).

Ao longo de sua trajetória, a revista *Placar* passou por várias mudanças editoriais que, segundo Malaia (2012), contribuíram para sua manutenção no jornalismo esportivo, sobretudo ao se considerar um cenário onde a divulgação da informação esportiva dividia-se entre o jornal impresso, o rádio e a TV. Nesse sentido, o autor destaca a proposta de cunho social da revista, ao dar “voz a jogadores que não se furtavam a declarar seu posicionamento político no período” (p. 169), destacando, por exemplo, a contratação do sociólogo e jornalista esportivo Juca Kfoury e a cobertura de movimentos sociais como a Democracia Corinthiana na luta pelas Diretas Já.

O autor ressalta, ainda, as sucessivas mudanças nos slogans da revista como uma estratégia editorial para manter a aproximação de seu público no contexto sócio-econômico e esportivo ao longo de cada período da publicação: “Se no início dos anos 1980, Placar passou a se chamar ‘Placar Todos os Esportes’, no final da década já era a ‘Placar Mais’ e nos anos 1990 passou a ser a ‘Placar: Futebol, sexo e rock & roll’.” (p. 169).

Todavia, quanto às estratégias editoriais para fidelizar a audiência, pode-se considerar que nenhum jornal foi mais efetivo nesse quesito do que o diário esportivo *Lance!*, criado em 1997 pelo economista Walter de Mattos Júnior, com conceito editorial e projeto gráfico comprados – assinados pelo designer catalão Antoní Cases – e público-alvo bem definido: o torcedor consumidor. Em formato tabloide, esse seria o primeiro jornal totalmente em cores publicado no Brasil, além de ser pioneiro também no âmbito de sua fundação, já que foi o primeiro projeto midiático do eixo Rio-São Paulo formado por investidores, e não por grupos familiares.

Inspirado nas experiências editoriais de Antoní Cases em diários estrangeiros como o argentino *Olé* e o espanhol *Marca*, em poucos meses o multicolorido *Lance!* se tornaria o diário esportivo mais popular do país, testemunhando a decadência de seu concorrente direto em São Paulo, *A Gazeta Esportiva*, e também do *Jornal dos Sports* no Rio de Janeiro. Além disso, na proposta de Cases, a cobertura do *Lance!* deveria sempre priorizar os aspectos positivos das equipes, surpreendendo por seu enfoque original e humanizado, sendo “um lugar para o torcedor encontrar prazer, não sofrimento” (STYCER, 2012, p. 196).

Em 2012, perto de completar quinze anos de existência, o *Lance!* figurava entre os dez jornais mais vendidos em banca no país, segundo Stycer (2012), com tiragem acima de 100 mil exemplares diários, fato que comprova sua consagração no mercado editorial brasileiro. Com a aposta na valorização do design gráfico como forma de aprimorar o conteúdo informativo, foi também no *Lance!* que, pela primeira vez no jornalismo esportivo, o texto perderia sua primazia absoluta nas páginas dos jornais. E não somente a linguagem visual passava a ser mais valorizada, mas, também, o conteúdo publicitário, explorando uma vasta gama de produtos relacionados ao esporte. Conforme explica Stycer (2012), “o *Lance!* visava, claramente, desde o início, ser uma espécie de vitrine, um canal de comunicação entre o mundo do futebol e o seu potencial público consumidor” (p. 197).

A estratégia foi eficiente ao se considerar, sobretudo, o contexto de reestruturação do futebol nesse período, como as recorrentes crises administrativas da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a comercialização dos direitos de transmissão para a TV e o desenvolvimento do marketing esportivo, onde muitas agremiações passaram a ostentar a figura de clubes-empresas. Nesse contexto, Buarque de Hollanda e Melo (2012) salientam que a proposta do *Lance!* em criar um tabloide voltado para o público consumidor de renda elevada, situado majoritariamente entre as classes A e B, “dá insumos também para se pôr em suspeita a visão estereotipada do perfil medíocre

que cerca a imagem do leitor-torcedor” (p. 19).

Ou seja, além de priorizar as angulações positivas – aproximando o leitor-torcedor de seu time do coração – e de desfazer a primazia do texto nas publicações esportivas, o diário também coloca em xeque o estereótipo que caracteriza o consumidor de informação esportiva enquanto público de interesses menores, confirmando que esse “esforço do *Lance!* em realçar o ‘jovem qualificado’ está em total sintonia com a compreensão de que, na fase do ‘futebol-empresa’, a busca pelo leitor-torcedor está intimamente relacionada à sua capacidade de consumo.” (STYCER, 2012, p. 197). Contudo, o próprio Stycer (2012) faz o contraponto com base em pesquisas que, em 2005, apontaram um acréscimo de leitores do *Lance!* pertencentes às classes B e C, que já somariam 45% do público do jornal.

Visualizo o leitor do *Lance!*, por um lado, como um jovem de classe média abonada que vai à janela do apartamento gritar “chupa!” quando seu time ganha, protegido de um outro leitor do jornal, de origem humilde, que passa embaixo, na calçada, e não pode alcançá-lo. (STYCER, 2012, 199).

Em seus 20 anos de existência, o *Lance!* segue como principal diário esportivo impresso do país, contando também com versões regionais e conteúdo multimídia, como forma de se adequar ao processo de convergência midiática pelo qual passa a mídia brasileira desde o início do século XXI. Entre idas e vindas, a revista *Placar* também sobrevive no mercado editorial brasileiro, adaptando-se frente às transformações midiáticas da virada do século. Isso dá indícios para se pensar nos motivos que levaram os dois principais jornais da época – *A Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports* – a começarem a cair e não se levantarem mais.

Segundo Stycer (2012), não há dados suficientes para se chegar precisamente a essa resposta, mesmo porque não se pode justificar com exatidão o argumento de que esses dois periódicos tenham perdido espaço para a TV – que ainda engatinhava nas transmissões esportivas – ou para o rádio que, apesar de já ser um veículo de força expressiva na cobertura de esportes, não afetava o interesse do público pelos jornais esportivos. Nem tampouco se pode dizer que *A Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports* tenham sido abalados pela concorrência, uma vez que, até então, a única novidade de peso no mercado era a *Placar*, de circulação semanal.

Portanto, a explicação mais plausível para a decadência dos dois periódicos considerados o marco do jornalismo esportivo brasileiro está relacionada ao momento de crise e desorganização das entidades esportivas nacionais no final dos anos 80, fato que, ainda segundo o autor, culminou no processo de modernização do futebol brasileiro, agora na era do marketing e do patrocínio esportivo.

É possível pensar no impacto da televisão, que passa a transmitir jogos de futebol com alguma frequência (e em cores, com o advento da nova tecnologia) a partir da década de 1970, e em ritmo massificado na década seguinte, mas é uma hipótese de difícil verificação. É notório que o rádio, usado de forma intensiva em transmissões esportivas justamente a partir da década de 30, não afetou o

interesse pelos jornais esportivos, muito pelo contrário. Se for correta a hipótese que A Gazeta Esportiva e o Jornal dos Sports cresceram apoiados na popularização do futebol, faz sentido imaginar que tenham começado a decadência no momento em que a desorganização atingiu o auge e os clubes enfrentaram a maior crise de sua história. (STYCER, 2012, p. 191).

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta breve contextualização dos aspectos históricos da mídia esportiva impressa brasileira, percebeu-se que a quantidade de mudanças pelas quais o jornalismo esportivo passou desde sua origem é inversamente proporcional ao seu escasso tempo de existência no Brasil e no mundo. Compreender essa trajetória histórica se faz necessário para traçar paralelos entre a consolidação da editoria esportiva e a performance do profissional da área nos dias de hoje, considerando-se as especificidades de uma seção que, por tratar de esportes, lida mais de perto com os aspectos da subjetividade humana.

Mesmo ciente do desafio da profissão e, sobretudo, da editoria, Beting (2005) considera um privilégio cobrir esportes, sobretudo o futebol, paixão nacional. “Amo o que faço: sou pago para ver jogos de futebol. Sei de amigos que venderiam a mãe para fazer o que faço – pena que alguns coleguinhas vendam a alma ou se vendam para continuar no meio.” (p. 14). Unzelte (2008), por sua vez, faz o contraponto: “Só mesmo com uma dose maciça de paixão é possível trabalhar à noite e nos finais de semana em uma das áreas de menor valorização e remuneração da atividade jornalística.” (p. 12).

Esse percurso instável e desafiador da editoria é justamente o que permite debater sobre os caminhos que o jornalismo esportivo já traçou e sobre os rumos que vem tomando desde então, principalmente quanto às minúcias de seu fazer-notícia e ao arraigado papel de editoria secundária. No ano de 1956, em um tempo onde sequer sonhava-se com a internet, Nelson Rodrigues, citado por Antunes (2004, p. 173), já dava pistas para se refletir sobre esses dilemas: “Hoje, nós temos tudo: jornal, rádio e tevê. O que nos falta é, justamente, a capacidade de admirar, de cobrir o acontecimento com o nosso espanto.”.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Fátima. **Com brasileiro não há quem possa**: futebol e identidade nacional em José Lins do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues. Editora Unesp, 2004.

BETING, Mauro. **Pago para ver**. In: VILAS BOAS, Sérgio (Org.). Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus Editorial, 2005, p. 12-41.

BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges. **O cor-de-rosa**: ascensão, hegemonia e queda do Jornal dos Sports entre 1930 e 1980. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO,

Victor Andrade de (Orgs.). O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil. Rio de Janeiro: FAPERJ/7 LETRAS, 2012, v. 1, p. 80-106.

BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO, Victor Andrade de (Orgs.). **O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil**. Rio de Janeiro: FAPERJ/7 LETRAS, 2012.

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

FONSECA, Odair. **Esporte e Crônica Esportiva**. In: TAMBUCCI, Luiz Pascoal; OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de; COELHO SOBRINHO, José. (Orgs.). *Esporte & Jornalismo*, São Paulo, CEPEUSP, 1997.

HATJE, Marli. **O jornalismo esportivo impresso do Rio Grande do Sul de 1945 a 1995**: a história contada por alguns de seus protagonistas. 136f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 1996.

MELO, Victor Andrade de. **Causa e consequência**: esporte e imprensa no Rio de Janeiro do século XIX e década inicial do século XX. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO, Victor Andrade de (Orgs.). *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro: FAPERJ/7 LETRAS, 2012, v. 1, p. 21-51.

MOURA, Gisella de Araújo. **O Rio corre para o Maracanã**. Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998.

RAMOS, Graciliano. **Linhas Tortas**. São Paulo: Martins, 1962.

RIBEIRO, André. **Os Donos do Espetáculo**: história da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

SOARES, Antonio. & LOVISOLO, Hugo. **O Futebol é Fogo de Palha**: a ‘profecia’ de Graciliano Ramos. In: *Pesquisa de Campo – Revista do Núcleo de Sociologia do Futebol – UFRJ*. N. 5, 1997.

STYCER, Mauricio. **Lance! um jornal do seu tempo**. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO, Victor Andrade de (Orgs.). *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro: FAPERJ/7 LETRAS, 2012, v. 1, p. 186-206.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **A cidade e o jornal**: a Gazeta Esportiva e os sentidos da modernidade na São Paulo da primeira metade do século XX. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO, Victor Andrade de (Orgs.). *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro: FAPERJ/7 LETRAS, 2012. v. 1, p. 52-79.

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

SOBRE A ORGANIZADORA

Luciane Pereira da Silva Navarro - é jornalista formada pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2000), com mestrado em Linguagem, Identidade e Subjetividade, também pela UEPG (2014). É especialista em Direção de Arte pelo Centro Universitário Curitiba, Unicuritiba (2005). Com 23 anos de experiência em assessoria de comunicação, foi sócia da agência A4 Comunicação por 13 anos (2001-2014). Desde 2007, leciona nos cursos superiores de jornalismo e publicidade. Foi coordenadora do Curso de Pós-graduação em Comunicação Empresarial no Cescage (2013-2017). Atuou como coordenadora de marketing das Faculdades Ponta Grossa - Cescage (2014-2017). Atualmente, é Coordenadora de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Arte 41, 42, 85, 86, 99, 100, 103, 107, 109, 118, 124, 128, 129, 130, 131, 136, 139, 142, 143, 147, 152, 153, 161, 165, 204, 207, 213

C

Canal 11 156, 160, 163, 165, 167

Censura 45, 78, 83, 89, 94, 157, 183, 185, 186, 187, 188, 191

Cinema 44, 85, 102, 103, 108, 109, 112, 121, 123, 124, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140, 142, 153, 165, 183

Comunicação 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 16, 20, 23, 24, 25, 26, 46, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 80, 83, 85, 86, 90, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 103, 105, 108, 112, 114, 115, 118, 132, 142, 143, 146, 147, 149, 150, 151, 155, 156, 158, 165, 167, 169, 180, 183, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 201, 202, 208, 210

Correspondentes brasileiros 183

Crise política 192, 203

D

Dilma Rousseff 193, 196, 197, 203, 209, 211, 212, 213

Dispositivos móveis 62, 63, 66, 67, 68, 70

Documentário 123, 124, 127, 128, 129, 130, 131, 138, 140, 142, 143, 167, 168

E

Educação 4, 9, 43, 49, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 90, 147, 156, 157, 158, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 211

Evolução curricular 50

Expressão artística 97

H

História 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 39, 41, 43, 48, 49, 50, 54, 60, 63, 64, 74, 75, 78, 79, 80, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 103, 110, 111, 112, 117, 120, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 137, 138, 140, 141, 143, 144, 149, 151, 155, 156, 164, 166, 167, 168, 170, 171, 172, 173, 174, 176, 181, 183, 186, 190, 193, 203, 204, 206, 208, 213

Histórias em quadrinhos 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96

Historiografia 9, 21, 98, 125, 126, 170, 180

I

Ilustração 138, 189

Imprensa 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 37, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 59, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 87, 90, 96, 97, 98, 99, 102, 103, 111, 112, 113, 120, 132, 135, 136, 151, 170, 171, 175, 176, 177, 179, 180, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 197, 199, 200, 201, 210

Imprensa alternativa 190, 192, 193, 194, 195, 197, 199, 200, 201

Impresso 6, 20, 21, 37, 41, 45, 47, 49, 51, 56, 59, 79, 80, 100, 101, 103, 105, 110, 111, 169, 170, 172, 174, 176, 177, 199

J

Jornais 2, 3, 5, 6, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 57, 74, 75, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 98, 99, 109, 110, 134, 136, 146, 147, 171, 174, 175, 176, 179, 180, 181, 184, 188, 189, 191, 193, 194, 195, 196

Jornalismo esportivo 37, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49

Jornalismo literário 114, 119, 121

L

Lugar de memória 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130

M

Mato Grosso 62, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 112

Mato Grosso do Sul 74, 75, 79, 80, 81, 83, 112

Memórias 13, 92, 114, 115, 117, 118, 122, 126, 140, 141, 142, 186, 191

N

Neopentecostalismo 192, 193, 197, 198, 201

O

Orlando Brito 202, 203, 205, 206, 208, 210, 211, 212

P

Pós-memórias 115, 117

R

Radiojornalismo 50, 51, 54, 55, 57, 59, 60

Relações de poder 156, 158, 170, 172, 174, 175, 181

Representação social 169, 170, 172, 173, 174, 176, 177, 178

Revista Ocas 150, 155

Revista Piauí 205, 207, 208, 211, 212, 214

Revistas brasileiras 98, 106

S

Segunda Guerra Mundial 87, 88

Street papers 145, 146, 147, 148, 154, 155

T

Televisão 24, 25, 27, 35, 47, 55, 56, 57, 85, 89, 94, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 156, 158, 159, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 196, 198, 199

Testemunho 132, 133, 134, 135, 136, 139, 140, 141, 144

TV Educativa 156, 157, 158, 161, 163, 164, 166, 167, 168

TV Universitária 156, 158, 160, 161, 165

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-605-8

