

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
Cidade Universitária – Campus Liberdade

GABRIEL FRANCISCO FERREIRA

REPORTAGEM: ESPORTE VS ENTRETENIMENTO

Crescimento de torcedores de futebol americano é facilitado pela internet e aplicativos, mas segundo especialistas, não significa impacto direto da prática esportiva no país

Belo Horizonte2022

GABRIEL FRANCISCO FERREIRA

REPORTAGEM: ESPORTE VS ENTRETENIMENTO

Crescimento de torcedores de futebol americano é facilitado pela internet e aplicativos, mas segundo especialistas, não significa impacto direto da prática esportiva no país

Relatório técnico-científico apresentado
ao Centro Universitário UNA – Cidade
Universitária, campus Liberdade – como
requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Aurélio José

Belo Horizonte.

2022.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	9
2.1	A reportagem e seus elementos	9
2.2	O Jornalista e o esporte especializado	10
2.3	Futebol americano no Brasil: da descoberta à redenção	11
2.4	Popularidade do futebol americano no Brasil	12
3	MEMORIAL DESCRITIVO	12
3.1	Da criação:	12
3.2	Do produto jornalístico:	13
3.3	Do planejamento:	13
3.4	Do projeto editorial:	13
4	RELATO INDIVIDUAL	13
4.1	Relato reflexivo de experiência pessoal	14
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
	REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	18

AGRADECIMENTOS

Como fonte de minha inspiração ao longo dos quatro anos de curso, agradeço ao ex-diretor de comunicação do **Clube Atlético Mineiro**, Domênico Bhering. Ele não só inspirou minha jornada acadêmica como também a ver a comunicação com outros olhos. Ímpar em suas colocações, trouxe até mim a prova de que acreditar é possível.

Também pelo **Clube Atlético Mineiro**, agradeço ao Cássio Arreguy, José Naves e Emerson Santos. Hoje estando no Galo Futebol Americano e mantendo contato diretamente com o setor é um privilégio estas três pessoas estarem ao meu lado como fonte de conhecimento da área de jornalismo e desportiva.

Aos colegas do Rio Grande do Sul, o meu muito obrigado. Entretanto, a gaúcha **Gisele Toretti**, colega de profissão (formada em Marketing) auxiliou-me nas mais difíceis e sombrias horas: quando eu já perdia a esperança em mim mesmo. Meu eterno agradecimento ao seu *levantar as mãos* e ao seu empenho.

Entretanto, o empenho, a dedicação e o esforço não vieram à toa. Esses componentes seguem uma linha tênue entre a amizade e a árvore genealógica. Portanto, ao doutor **Gabriel Ferreira Neto** (meu pai) e **Rejaine Ferreira Rosa** (minha mãe) agradeço por, primeiramente, acreditarem em meu potencial como jornalista-esportivo, idealizando cada vez mais o meu sonho para trabalhar em um ramo cada vez mais concorrido. Mas há uma peça fundamental que outrem não entendem, a minha madrastra: o meu escudo diário de proteção; minha professora; amiga, companheira de pesquisa e linha-base para este relatório técnico. **Majory Taylor Silva** foi de grande valia entre meus tropeços entre o 4º e o 6º período e o alicerce entre o 1º e o último. Vale ressaltar que meu pai indicou: “o futebol americano está crescendo, quem chega primeiro bebe água limpa”

Por fim, agradecimento eterno à instituição **Clube Atlético Mineiro**, forjador de grande torcedor que virou jornalista para conseguir trabalhar com esporte, e com - até a data de entrega deste trabalho - o Galo Futebol Americano.

RESUMO

O presente relatório técnico apresenta os processos relacionados à grande reportagem: “*Esporte vs Entretenimento: mais torcedores significa mais times no Brasil?*”, que se propôs a debater, depois de trinta e seis anos da chegada do futebol americano às praias cariocas, se as plataformas *streaming* auxiliaram na adesão do público torcedor dessa modalidade esportiva norte-americana praticada no Brasil, uma vez que dados da Confederação Brasileira de Futebol Americano (CBFA) contabilizam 18 mil federados entre a 1ª e 2ª divisão dos seus respectivos campeonatos. Para a execução da reportagem, foram aplicadas as técnicas e aprendizados ao longo do curso de jornalismo, como entrevistas, checagem, documentação e apuração para a transcrição da referida pauta.

Palavras-chave: Futebol americano; editoria esportiva; Trabalho de Conclusão de Curso; produto; grande-reportagem.

ABSTRACT

This technical report presents those related to the big story: “Sports vs. Streaming platforms help support the supporters of this North American sport practiced in Brazil, since data from the Brazilian Confederation of American Football (CBFA) account for 18 thousand federated members between the 1st and 2nd division of the respective championships. For the publication of the report, techniques and learning were applied throughout the journalism course, such as interviews, checking, publication and verification for the evaluation of the publication.

Keywords: American football; sports publishing; Completion of course work; product; big-report.

“É perigoso (...) sair da sua porta. Você pisa na estrada e, se não sabe controlar seus pés, não há como saber até onde você pode ser levado”.

(Bilbo Bolseiro para Frodo em “O senhor dos Anéis”)

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo ainda vive a hegemonia do futebol soccer. A magnitude do esporte praticado com os pés encantaria o mundo já em meados dos anos 1920, e os repórteres das editorias esportivas estariam disputando espaços entre as laterais do campo. Entretanto, o tema a quem destino este relatório técnico como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é o futebol americano. Para além dele, o produto a ser apresentado será uma grande reportagem.

O esporte norte-americano já é expressivo no Brasil de acordo com o ranking a ser apresentado no desenvolvimento deste produto. A National Football League tem papel fundamental na difusão do público no continente americano muito devido aos icônicos shows de intervalo.

Ademais traremos o Galo Futebol Americano como um “*case*” de bom gerenciamento das redes sociais para ampliar o espírito da liga, ainda que amadora no Brasil. A escolha do clube mineiro justifica-se por estar entre os três grandes clubes nacionais, atrás apenas de João Pessoa Espectros (PB) e Timbó Rex (SC), de acordo com levantamento realizado pela página Mapa FABR ¹– Mapa Futebol Americano Brasileiro – .

Por meio desta narrativa busca-se responder à questão: a plataforma *streaming* auxiliou na adesão de público referente à modalidade norte-americana praticada no Brasil?

Neste sentido traçamos os objetivos: produzir um debate, por meio de uma grande reportagem, questionando se as plataformas *streaming* ajudaram no crescimento da modalidade no Brasil; aplicar técnicas de reportagem (como fotografias e *respiros*); contar a história sob a ótica de jornalistas, jogadores, técnicos e torcedores; além da realização de pesquisas históricas. Neste TCC, a escolha pelo tema se justifica porque o autor, antes mesmo de se graduar em jornalismo, estava entretido no meio. Sobre a abordagem acadêmica e o envolvimento com a pesquisa, é justificável que a comunicação social possa utilizar o tema nos seus experimentos e como enfoque para produtos jornalísticos como forma de ampliar o debate em torno do jornalismo esportivo especializado; além de um assunto interessante para os estudos no âmbito cultural, já que é um esporte importado dos EUA e requer necessariamente um tempo para sua adaptação à cultura brasileira.

¹ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CAvhdPfpd50/> > Acesso: 6 de junho de 2022

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A reportagem e seus elementos

A reportagem é o conceito de, entre variadas fontes, narrar a ocorrência de um fato. Sua intensão é transmitir com naturalidade e fluidez: informação, opiniões, além de denunciar atos cometidos contra a sociedade. “Geralmente, os processos que afetam os indivíduos, de modo positivo ou negativo estão ligados aos dramas sociais; colapsos político-econômicos; mudanças culturais; descobertas científicas; catástrofes; avanços tecnológicos” (GUIRADO, 2004 p.50). A reportagem é conduzida e penetrada por três processos: a pauta; a documentação; e a análise. O primeiro item sugere o norte do repórter. Assim, o comunicador precisa se dedicar a uma especificidade (assunto a ser abordado) para alcançar seu objetivo; o segundo supracitado é a checagem de documentações – observação e coleta de dados; pesquisas; entrevistas; depoimentos; verificação das informações com as fontes e arquivos; por fim, a análise: esta pode ser obtida a partir de gráficos, imagens e infográficos.

Tais elementos auxiliam o leitor a se entreter ao tema situado, além de não perder o interesse nele discorrido. Dessa maneira, a reportagem e seus elementos são construída sob uma linha editorial, composta por uma editoria do periódico.

O *jornalista*, embora não seja conhecedor de todas as áreas, circula por diferentes editorias, e, para dominar o assunto sobre os quais discorrer, precisar estudar o tema, pesquisar, entrevistar, checar, e, se preciso for, checar novamente. Maria Cecília Guirado (2004, p.67) afere que todo o jornalista é considerado um *Sherlock Holmes*²e, sendo um detetive está a falar sobre um assunto específico em detrimento de um público específico – assim explicita o conceito de matéria e o de especialização entre os jornalistas:

“O enfoque da matéria deve estar verticalizado com a especialidade do repórter, a fim de que o texto publicado leve informações importantes para leitores daquele universo(...) Visto que a memória em geral é seletiva, o leitor habitual não se interessa por um jornal ou revista de cabo a rabo. Assim como Sherlock, o leitor também é seletivo e só lê com atenção as coisas que habitam seu universo de afinidades. Então, a responsabilidade do repórter deve ser redobrada. Ele não escreve uma matéria qualquer para um qualquer; ele se comunica com pessoa específica, portanto conhecedores do assunto.”

A referida autora atenta para a especialidade do repórter em questão de comprometimento, pois, “não é possível ser especialista, ao mesmo tempo, nas editorias de política, de cultura, de educação e de saúde. Seria necessário o aprimoramento de uma editoria

² Personagem fictício, criado por Sir Arthur Conan Doyle (1859-1930)

para, a partir dela, realizar algumas intersemioses.(interconexões, imbricamentos), com outros campos de interesse afins” (GUIRADO, 2004, p.67).

Para Lima (2009,p 373-378) o processo jornalístico deve se atenuar a quatro seções: a humanização; a voz autoral; o estilo e a imersão. A última requer destaque:

“A imersão é vital. Como o propósito-motriz do jornalismo é a compreensão da realidade, só há uma maneira de um bom repórter aquilatará-la melhor: mergulhando na própria. O autor precisa partir a um campo, ver, sentir (...)Deve vivenciar parte da experiência de vida que eles vivem. É sua tarefa esforçar-se para vencer suas próprias barreiras e seu condicionamento de percepção de mundo, alterando seu próprio olhar para o olhar de seus personagens”.

Cabe ao comunicólogo utilizar este artefato no esporte não apenas às quatro linhas enquanto espetáculo, mas entre os bastidores como ênfase ou cerne da notícia que deseja vincular à editoria esportiva. Aliás, vivenciar o local onde trabalhar pode auxiliar na flexibilidade da informação destinada. Acontece que a editoria esportiva tem perdido sua credibilidade para o entretenimento. Afinal, o esporte é um pretexto para chamar a família, reunir os amigos e recrear-se. E por assim dizer, Barbeiro e Rangel refutam a tese de transformar tal editoria em algo recreativo visto que “jornalismo é jornalismo; seja ele esportivo, político, econômico ou social” (Barbeiro e Rangel, 2006, p.13). Neste sentido, intercalando o processo de reportagem e a especialização do jornalista na editoria esportiva, o denominado *jornalista esportivo* cobria rotineiramente o futebol.

A cobertura acontece desde os anos 1920, dividindo espaço com o turfe³ nos anos 1930. O futebol, no entanto, seria protagonista na década de 1940 em diante.

2.2 O Jornalista e o esporte especializado

A natureza da palavra “esporte especializado” no Brasil pode ser observada por vários ângulos, posto que a maioria dos esportes apresentados nas Olimpíadas não são passadas nas televisões (canais abertos), o que diminui a flexibilização da modalidade, dando margem ao maior esporte do mundo, no caso, o futebol.

Natação, *skate*, ginástica rítmica, *rugby*, boxe, *hockey*, vôlei, futsal, por exemplo, são considerados esportes olímpicos, e, portanto, especializado, sendo assim um *nicho* do jornalismo esportivo.

³ Prado de corridas de cavalos; hipódromo; esporte da corrida de cavalo; hipismo.

A revista Pauta Geral trata o tema “jornalista esportivo” como um dos mais complexos, pois não há, ao certo, sua definição. Pode-se intitular: a pessoa cujo desempenho é falar de esportes, de jornalista atrelado ao esporte, jornalista esportivo, jornalismo com ênfase ao esporte, e apenas jornalismo cuja editoria é esportiva.

Para Mário Erbolato, jornalista *esportivo é especializado*, e deve prezar por toda nuance:

“tais como obtenção de alvará, condições para árbitro, *quórum* para as decisões das assembleias gerais, transferências de amadores e profissionais, obrigatoriedade de divulgação de boletins financeiros mensais, proibições impostas aos atletas, prazo mínimo de horas para realização entre uma partida e outra, criação de ligas, federações e confederações existentes, garantias aos profissionais e amadores que viajam para o exterior, funcionamento da Justiça Desportiva, participação das mulheres em competições”. (ERBOLATO, 1980, p. 13-14)

A jornalista Eva Regina Freitas, em entrevista à revista Pauta Geral⁴, rebate àqueles que detém alcunha de jornalista esportivo, mas trabalha apenas com o futebol, e opina como o jornalista especializado deveria tratar a situação:

“O que existe também são muitos jornalistas (...) que não fazem esporte, fazem futebol. Gosto de futebol, sempre fui apaixonada pelo futebol, mas acima de tudo sou apaixonada pelo esporte. Gosto de acompanhar o máximo que eu puder, mas é claro: ninguém sabe tudo. Quando faço uma matéria sobre determinada modalidade e alguma coisa (prática esportiva) que está começando, eu sempre vou perguntar (...). “Em um esporte novo, como funciona?”, “como que marca ponto?” e “quais são os principais lances?”. Eu acho que assim você está vivendo o esporte, fazendo o que gosta e isso é muito mais legal”. (FREITAS, E.R., 2015. Entrevista com a jornalista Eva Regina Freitas [nov. 2015]. Campo Grande: Palácio das Comunicações)

O depoimento da sul-mato-grossense vai de encontro ao apresentado pela Intecom⁵, em que Erbolato julga relevante o comunicólogo entender de coberturas ou abordagens da modalidade, além de como se disputam; medida de quadras e campos, pois, afinal, “o jornalismo esportivo deve participar do processo de descoberta e de formação pelo qual passa um atleta a temática e divulgar modalidades, porém, respeitando um dos preceitos básicos do jornalismo, a periodicidade” (CARDOSO, 2016, p.6).

2.3 Futebol americano no Brasil: da descoberta à redenção

⁴ Entrevista concedida à revista Pauta Geral em novembro de 2015 <acesso: 24 de maio de 2022 >

⁵ Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIX Congresso de Ciência da Comunicação – São Paulo (SP) 05 a 9 de setembro de 2016. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1761-1.pdf> <acesso em: 25 de maio de 2022>

Diante do contexto abordado acerca do esporte especializado, o futebol americano vem sendo desenvolvido no Brasil ao longo dos seus trinta anos, quando amantes da modalidade iam às praias cariocas praticar *beach football* ⁶em 1986.

A redenção da prática voltaria apenas em 1991, em Santa Catarina, com a fundação do primeiro time de futebol americano, o Joinville Blackwalks. De acordo com Fronteimo e Soares (2006) o estudo ⁷demonstra que entre 1986 e 1991 a crescente da modalidade havia dado um salto de vinte para seiscentas pessoas adeptas da modalidade em solo brasileiro. Atualmente, de acordo com dados cedidos pela CBFA ⁸(2019) há mais de 18 mil adeptos, com 442 equipes entre a 1ª e 2ª divisão. Ainda de acordo com a entidade máxima, o Brasil soma mais de 164 equipes sendo 78 no sudeste; 39 no sul; 23 no nordeste; 13 no norte; e 11 no centro-oeste.

2.4 Popularidade do futebol americano no Brasil

A popularidade da modalidade norte-americana chegou por volta de 1998, quando Luciano do Valle narrou o famoso Super Bowl pela *Band Sports*. Em 2009 houve o primeiro registro da liga de Futebol Americano brasileiro, intitulado Torneio Touchdown. O primeiro campeão foi o Rio de Janeiro Imperadores, que superou o São Paulo Storm pelo placar de 14 a 7. A partida foi realizada em 13 de dezembro daquele ano.

Em se tratando da Liga principal, o Brasil é o 3ª maior consumidor do mundo (19,7 milhões), seguido de México (23,3 milhões) e Estados Unidos (115 milhões) – o levantamento foi publicado pela ESPN e realizado pelo jornal britânico *The Independent*.

3 MEMORIAL DESCRITIVO

3.1 Da criação:

Resolvi criar uma reportagem que tratasse das coisas que mais gosto: o Philadelphia Eagles e o Galo Futebol Americano, que me deu a oportunidade de entender como funcionam seus bastidores e laços políticos. A inspiração para a criação da grande reportagem veio ao saber que mais de quatorze times *soccer* exercem o papel de auxiliar o time da bola oval. Escolhi tratar

⁶ Futebol Americano de praia

⁷ Futebol Americano no Brasil: estratégias e limitações. Disponível em: <https://efdeportes.com/efd102/futebol.htm> Acesso em 14 de abril de 2022

⁸ Confederação Brasileira de Futebol Americano. Documento cedido ao autor no dia 28 de abril de 2022

com naturalidade, comprometimento com a verdade e uma ampla apuração sobre o que modificou para que o esporte pudesse, eventualmente, crescer no Brasil, afinal, este esporte não é nosso; é de outra cultura; de outro âmbito social; e isso resgatei durante a quantidade de páginas percorridas.

3.2 Do produto jornalístico:

O produto escolhido é a grande reportagem, intitulada “*Esporte vs Entretenimento: mais torcedores significa mais times no Brasil?*”. É uma reportagem realizada para tabloide, nas medidas 27 x 38 cujo formato da mancha é 25 x 36, ou seja, a margem do jornal é de 1 centímetro para cada lado. São utilizadas 3 colunas em 8 páginas.

3.3 Do planejamento:

Com um intervalo de dez dias, foi proposto um cronograma a partir do dia 25 a 31 de março com o objetivo de traçar o levantamento de documentação, históricos e entrevistas com pessoas da área como jornalistas, marketing, técnicos, jogadores e torcedores. Já em abril foi proposto na primeira quinzena a realização de entrevistas e checagem das informações, como documentação. Para o relato descritivo, houve a programação seguida e mantida das alterações e do desenvolvimento descritivo da pauta (entre 15 e 25 de abril).

Esses espaços foram assertivos para que o orientador desse as devidas instruções. A sanção foi aplicada para que, depois de entendidas e compreendidas pelo orientando, pudesse estabelecer o prazo de idealização dessas alternativas.

3.4 Do projeto editorial:

Nichado ao público amante de outros esportes - em específico o futebol americano -, as letras para título (*Impact*, nº23) e subtítulo (*Congenial Black*, nº 16) estão sem serifa; já as de leitura as utilizam (*Times New Roman*, nº 12). O público-alvo tem idade próxima acima de 25 anos, sendo a maioria de classe média. O periódico é recomendado para quem aprecia leitura extensa. Formado por uma lauda com três colunas e oito páginas, cujas margens de tabloide são de 1 centímetro para cada lado. Baseia-se nos fatos históricos do futebol americano no Brasil. Os campeonatos começam em junho, portanto o periódico teria pautas longas por cento e vinte dias: tempo suficiente para que um fato-novo o enriquecesse. O jornal circularia em lados nobres de Belo Horizonte, como a região Pampulha e bairro Lourdes.

4 RELATO INDIVIDUAL

Como aprendiz da escola da vida, sempre tive a oportunidade e persistência de ficar perto de duas pessoas ímpares do jornalismo esportivo: Rafael de Souza Lima, criador do *blog* Camisa Doze (direcionado ao público atleticano) e comunicador do programa Alterosa Esporte (SBT). Quando me propus a me centrar no universo desportivo, Felipe Drummond foi importante para incentivo pessoal, profissional e de aprendiz. Em suas bagagens, trouxe o que eu poderia aprender pela comunicação em geral, pelo estilo de *design* e pelo senso crítico. A Universidade abriu portas para que eu me adaptasse aos esportes não somente como um; mas como um todo: narrei pela UNA o Basquete, o Vôlei; executei trabalho sobre Ginástica Olímpica e conheci pessoas do âmbito do futebol (“soccer”). Posteriormente, fui contratado pelo presidente do Galo Futebol Americano, Wesley Oliveira, como assessor do Clube.

Abri minha mente para possibilidades mil de cobertura esportiva não apenas de dois em dois anos (Olimpíadas); sequer de quatro em quatro (Copa do Mundo). Ampliei meu conhecimento mediante estudos de regras e conversas com profissionais da área para entender o universo desportivo e me tornar um profissional capacitado. A universidade ensinou que o senso crítico deve prevalecer antes de tudo, e que você deve retirar qualquer juízo de valor que possa ter. Analisar com frieza e dedicação, ampliar horizontes e mediar para classes distintas.

O esporte esteve sempre atrelado à minha vida; por questões sociais ou de cunho pessoal; No entanto, a preferência pelo futebol americano tem se tornado algo único em meu coração e não preciso dizer muito: é apenas olhar – com outra perspectiva – para qualquer que seja o jogo.

4.1 Relato reflexivo de experiência pessoal

Durante quatro anos de curso, os docentes sempre disseram aos futuros jornalistas que se deve abrir a mente e não se fixar a um só rumo, pois há mundos distintos a serem entendidos, compreendidos e narrados. Assim começou minha jornada na UNA: abri o leque para não somente o futebol, bem como o basquete; futebol americano, e ginástica olímpica, futsal, vôlei. Eis que no 6º período um professor trabalhou com jornalismo transmidiático, em que a partir de uma determinada reportagem, fizemos outras funções que intercalassem com a principal.

A reportagem principal se deu a partir de um menino de Caeté, chamado Diogo Oliveira. Integrante do Minas Tênis Clube, o pai e o garoto de apenas 12 anos de idade percorriam duas horas de carro – ida e volta – para treinar e estudar. Eram doze horas de trabalho árduo juntando o estudo e o alto rendimento desportivo. Então percebi o outro lado dos jogos olímpicos e da olimpíada em geral: alguns atletas sofrem durante dois anos de preparação para seus respectivos campeonatos: pais o bancam do próprio bolso sem saber se haverá o retorno financeiro,

patrocínio ou reconhecimento. Quanto tempo pode-se perder ao se doar ao esporte que é visado de dois em dois anos? Quanto tempo você está disposto a sofrer sem saber que tudo dará certo?

No *caso* do Diogo, o pai (Luciano Caetano) é professor de educação física, tenta entrar no mundo do empreendimento para ter como sustentar o filho. E então, por trás da máscara que é o espetáculo esportivo existe o drama generalizado em todos os esportes olímpicos.

O lado jornalístico entra neste cerne: buscar o que ninguém vê ou finge não ver. Todavia, a depender do esporte, há de levar em consideração sua cultura-raiz (como caso do futebol americano em que estou digitalizando durante este Trabalho de Conclusão de Curso, abrindo parênteses para falar acerca de outrem). Enquanto comunicólogo, independente da área, devemos ser reflexivos; apresentar sentidos críticos, organizar as pautas de acordo com o drama, o “olhar técnico”, diferente de qualquer outra pessoa. Buscar soluções para tais.

Para desfecho deste tópico gostaria de salientar que entre a entrevista do Diogo (ginástica Olímpica) e o futebol americano praticado no Brasil encontrei um resultado semelhante: a dificuldade em tornar o esporte propagado e visto, posto que a NFL transmite atualmente sua marca aos brasileiros e, a partir daí, a modalidade, ainda que amadora no nosso país, seja difundida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do estudo realizado para este Trabalho de Conclusão de Curso em que o objetivo maior foi debater, por meio de uma grande reportagem, se as plataformas *streaming* auxiliaram na adesão de público referente às ligas brasileiras e, portanto, ao consumo da modalidade no Brasil, verificou-se abaixo que:

Há trinta e seis anos o esporte é praticado em solo sul-americano. A reportagem apontou que as versões dos especialistas entrevistados na matéria variam conforme o olhar (entende-se: *jogador, torcedor, jornalista, leigo*), e por isso, resta ao tempo ditar o ritmo.

Ficou evidenciado que os brasileiros gostam e acompanham a liga principal (NFL), e que, por justamente não ser uma cultura brasileira, não seguem o mesmo padrão com as ligas postas no Brasil. Exemplo disso são as medidas de campo e a não-aquisição de um cronômetro nos campos (regra da NCAA).

Os dados trazidos pela Confederação Brasileira de Futebol Americano mostram uma adesão forte de torcedores e praticantes da modalidade, pois, como explicitado no produto e aqui neste relatório técnico, a cada dois para três anos (isso até o censo de 2019), a conclusão é que os números de praticantes da modalidade e consumidores das ligas *amadoras* possam estar aumentando a partir do momento em que – como dito na reportagem – parcerias com veículos de massa, como a *ESPN* e a *Band Sports* invistam no *football brasileiro*.

O olhar de crescimento é subjetivo. Pessoas acostumadas a assistir e vivenciar têm mais clareza ao gostar tanto do esporte *amador* como da liga principal. A subjetividade está aos olhos de quem o encara como um produto, um espetáculo à parte, pois esportes não-democráticos podem estar se expandindo no Brasil. Sendo assim, é possível que haja uma tendência de clubes “soccer” emprestem seus respectivos nomes para a possibilidade de tendência da modalidade.

É interessante salientar que o conceito *modalidade* norte-americana está estagnada nos 18 mil praticantes, diferentemente do crescimento de *consumidor* (produto). O “entretenimento futebol americano” tem atraído novos olhares no Brasil; pessoas cujos clubes de coração têm a modalidade – caso do Galo Futebol Americano – compram camisas e auxiliam na divulgação. No entanto, não dá para afirmar que quem adquire o produto diz ser consumidor da modalidade. Geralmente pessoas assim estão sintetizadas por um elo entre o time *soccer* e exposição de marca.

As plataformas como *GamePass* e *Star+* obtiveram um bom alcance do entretenimento desportivo norte-americano. Falta à mídia convencional (*websites*, jornal impresso e rádio) querer, também no Brasil, ampliar o seu leque.

Fica exposto o quão inapropriado é a alcunha de *jornalista esportivo* devido ao seu desconhecimento às outras categorias que não o futebol. O processo de democratização do denominado jornalista especializado é um procedimento que perdura. Assim, as editorias esportivas terão barreiras e paradigmas a quebrar: alicerçar um espaço que não seja apenas destinado aos grandes times de futebol, mas sim aos grandes times de Basquete (NBB), do Vôlei (como a *superliga*), do futsal (LNF).

Justamente por ser amador, as ligas quiçá aparecem na mídia. A mídia, porém, é a venda do produto, e quando não há este laço, não há divulgação, o que suponho ser o maior problema do futebol americano praticado no Brasil.

Conclui-se, portanto, que os resultados mediante entrevistas, resgates históricos, e registro em solo-pátrio, é inadequado apontar uma direção correta, afinal, o meio esportivo, em especial o esporte especializado, é oscilante justamente por não ter um envolvimento cultural *enraizado*. Com esta conclusão, é de sugestão minha que continuemos acompanhando futuramente o desenrolar (acadêmico) social sobre este esporte, e também a (possível e difícil) modificação das editorias esportivas em um processo curto – mínimo de cinco a dez anos.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Brasil é 2º país com mais fãs de NFL fora dos EUA, diz pesquisa. ESPN, 2015. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/481491_brasil-e-2-pais-com-mais-fas-de-nfl-fora-dos-eua-diz-pesquisa>. Acesso em: 17 de maio de 2022.

BARBEIRO, H; RANGEL, P. **Manual do Jornalismo Esportivo.** São Paulo. Conexto, 2006.

CARDOSO, MARCELO. **Jornalista especializado em esportes: uma discussão para ampliar conceitos e autores.** São Paulo. p.1-8. Setembro, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1761-1.pdf>. Acesso em 25 maio de maio de 2022.

ERBOLATO, M.L. **Jornalista Especializado: emissão de textos do jornalismo impresso.** São Paulo: Atlas, 1980.

FREITAS, Regina Eva, entrevista concedida a Carlos Augusto Tavares Junior. **Revista Pauta Geral.** Disponível em <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6199434>>. Acesso: 24 de maio de 2022.

FRONTELMO, Soares C .A .Paulo; RIBEIRO, Vasconcellos. H Carlos. **Futebol Americano no Brasil: estratégias e limitações no futebol.** Disponível em: <<https://efdeportes.com/efd102/futebol.htm>>. Acesso em: 14 de abril de 2022.

FUTEBOL AMERICANO QUER SER GRANDE NO BRASIL. Exame, 27 de abril de 2022. Disponível em:<<https://exame.com/colunistas/esporte-executivo/o-futebol-americano-quer-ser-grande-no-brasil/>> Acesso em: 28 de abril de 2022

GUIRADO, Maria Cecília. **Reportagem: a arte de investigação,** São Paulo: Artes e Ciências, 2004.

JUNIOR, Tavares Augusto Carlos. **Jornalismo Esportivo o que é.** *Revista Pauta Geral,* Ponta Grossa,v. 4. n. 2 p. 38-59. Jul/Dez 2017. Disponível em <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6199434>>. Acesso em 13 de junho de 2022.

LIMA, Pereira Edvaldo. **Páginas Ampliadas: O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.** 4. ed. Barueri, Manoli, 2009.

LIGA DE FUSTAL, 2022. Disponível em <<https://ligafutsal.com.br/>>. Acesso em: 13 de junho.

MAPA FABR – Futebol Americano no Brasil. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CAvhdPfpd50/>>. Acesso em: 06 de junho de 2022.

OSELAME, Corsetti Mariana. **Padrão Globo de Jornalismo Esportivo.** Porto Alegre. p. 63.

RODRIGUES, Sérgio. **O futebol entre o 'football' e o 'soccer'**. Veja, 2012. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/coluna/sobre-palavras/o-futebol-entre-o-football-e-o-soccer/>>. Acesso em 15 de maio de 2022.

SUPERLIGA DE VOLEI, 2022. Disponível em <<https://superliga.cbv.com.br/>>. Acesso em 13 de junho.

TAVARES, B.M. Frederico. Em questão, Porto Alegre, Porto Alegre, v. 13. n.1. p. 42