

OS IMPACTOS DO AGENDAMENTO DA IMPRENSA NO INTERESSE DO CAPIXABA PELO FUTEBOL DO ESPÍRITO SANTO

Gabriel Cavalini Medeiros

Prof^a Mônica Maria Winter Duarte

Resumo

Este trabalho aborda a dificuldade encontrada por clubes de futebol do Espírito Santo em conseguir espaço nas grades de programação das emissoras locais de televisão. Entende-se que essa postura por parte da imprensa representa o interesse de parte da população capixaba, que demonstra preferência por times do Rio de Janeiro. Porém, ao mesmo tempo, tal agendamento promovido pela mídia priva moradores do estado de informações relativas a eventos esportivos locais e influencia comportamentos. Através da aplicação de uma pesquisa de campo, constatou-se que a falta de informação relativa ao futebol capixaba veiculada pela imprensa faz com que a maior parte da população de Vitória sequer tome conhecimento das datas e locais das partidas de futebol no estado, ainda que tais eventos despertem algum interesse em uma parcela significativa dos entrevistados. Fez-se necessário, ainda, analisar as implicações do agenda-setting, já difundidas por diferentes autores; além de debruçar-se sobre os valores-notícia, para tentar compreender as escolhas editoriais adotadas pelas emissoras analisadas.

Palavras-chave: futebol; jornalismo; televisão.

ABSTRACT

This work deals with the difficulty encountered by football clubs in Espírito Santo in finding space in the programming schedules of local television stations. It is understood that this position on the part of the press represents the interest of part of the population of Espírito Santo, which shows preference for teams from Rio de Janeiro. But at the same time, such media-driven scheduling deprives state residents of information regarding local sporting events and influences behavior. Through the application of a field research, it was verified that the lack of information related to football from Espírito Santo conveyed by the press makes most of the population of Vitória not even aware of the dates and places of football matches in the state, even though such events arouse some interest in a significant portion of respondents. It was also necessary to analyze the implications of agenda-setting, already disseminated by different authors; in addition to focusing on news values, to try to understand the editorial choices adopted by the analyzed stations.

Keywords: football; journalism; television; agenda-setting

INTRODUÇÃO

Em busca de contemplar os interesses da audiência, emissoras de televisão utilizam critérios de noticiabilidade para definir as informações que são ou deixam de ser veiculadas ao longo das grades de programação. Fatores como a atualidade, a proximidade, a importância e a proeminência de determinados acontecimentos são utilizados por jornalistas para determinar o valor-notícia destes eventos.

Em outras palavras, esse processo auxilia as redações no momento de selecionar quais fatos, dentre tantos outros, são suficientemente relevantes para

serem levados ao público. Muitos autores ao longo da história debruçaram-se sobre este tema, buscando compreender quais são os principais critérios de noticiabilidade a serem usados pela imprensa. Todavia, um fator surge de forma quase unânime entre os que estudam o assunto: a *proximidade* (FERNANDES, 2004).

Quando é analisada a cobertura jornalística local sobre o futebol do Espírito Santo, no entanto, esse critério parece ser minimizado ou nem mesmo levado em conta pelas emissoras de televisão. Ao observar as grades de programação dos principais veículos televisivos do estado, percebe-se que pouco ou nenhum espaço é destinado ao futebol capixaba, bem como aos clubes e às competições que o envolvem.

A TV Vitória, por exemplo, ocupa um extenso espaço na grade da Record TV, à qual é afiliada, no Espírito Santo. São cerca de oito horas de programação local, distribuídas entre cinco programas jornalísticos diferentes. Porém, nenhum deles é destinado à cobertura esportiva. Ao direcionar o olhar para outras emissoras locais, como TV Gazeta (afiliada à TV Globo) e TV Tribuna (afiliada ao SBT), percebe-se que o cenário não se altera: nenhum programa dos veículos tem como foco o esporte capixaba.

O cenário exposto chamou a atenção de Nossa (2018), que ao estudar o tema e analisar pesquisas de opinião realizadas pelo Instituto Futura (2013), identificou uma preferência da população do Espírito Santo por clubes de futebol do Rio de Janeiro. Ao trabalhar o assunto, o autor afirma que “dentro desse contexto de relação do capixaba com o futebol e dos veículos de comunicação para com ele, é possível concluir que não há muita identificação por parte da população com os clubes de sua região” (NOSSA, 2018, p.11).

O contexto exposto pelo autor oferece uma linha de raciocínio que ajuda a explicar a postura adotada pelos veículos de imprensa capixabas. Ainda assim, é necessário avaliar os impactos de tal agendamento sobre a população do estado. Afinal, se o público deixa de receber qualquer informação sobre determinado assunto, é possível afirmar que não há interesse por ele?

Para tentar responder a pergunta será necessário recorrer ao estudo de obras que abordam o *agenda-setting*, ou Teoria do Agendamento, bem como seus efeitos

sobre a sociedade, e aplicar este conceito ao cenário da cobertura jornalística e esportiva capixaba.

Para fazer essa correlação, surgem ainda outras questões. Primeiro, como a televisão é o meio de comunicação de massa analisado neste trabalho, é importante entender a real influência dela sobre a população local. Além disso, é necessário mensurar o volume de informação relacionada ao futebol que de fato chega até os moradores da região. Para atingir tais objetivos, este trabalho traz uma pesquisa quantitativa-qualitativa com amostras coletadas em Vitória às vésperas do início do Campeonato Capixaba de Futebol de 2023.

PANORAMA ATUAL DO FUTEBOL CAPIXABA

Antes de se aprofundar no que diz respeito à falta de atenção da imprensa televisiva para os clubes de futebol do Espírito Santo e avaliar os impactos de tal postura no processo de disseminação do futebol local entre a população capixaba, é importante entender o panorama atual em que se encontram as agremiações de futebol do estado e a forma como elas têm se relacionado com a população local.

Desde 2009, quando a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) implementou a Série D do Campeonato Brasileiro no calendário nacional de clubes, nenhuma equipe capixaba conseguiu o acesso para divisões superiores. O fraco rendimento esportivo impacta negativamente na colocação da Federação de Futebol do Espírito Santo no Ranking Nacional de Federações da CBF, utilizado como critério técnico para distribuição de vagas em competições organizadas pela entidade esportiva. Isso faz com que poucos times capixabas possam figurar em competições nacionais e disputar jogos atraentes para o torcedor. Atualmente, apenas dois clubes do estado disputam a Série D a cada ano, sendo eles o campeão e o vice-campeão capixaba da temporada anterior.

Também chama atenção a dificuldade das agremiações mais tradicionais do Espírito Santo em montar grupos de jogadores capazes de competir em alto nível, mesmo sob parâmetros locais. Clubes que mais vezes foram campeões na história do Campeonato Capixaba e apontados como detentores das maiores torcidas do estado entre equipes locais (INSTITUTO FUTURA, 2013 apud NOSSA, 2018), Rio Branco

Atlético Clube e Associação Desportiva Ferroviária conquistaram somente dois títulos cada ao longo deste século na competição estadual.

Apesar do contexto desfavorável, alguns times têm conseguido, desde 2015, êxitos capazes de gerar otimismo em seus respectivos torcedores. Em seis das últimas oito edições da Série D, ao menos uma equipe capixaba conseguiu superar a fase de grupos da competição, aproximando-se do acesso à Série C. Já na Copa do Brasil, representantes do Espírito Santo conseguiram avançar para a segunda etapa do torneio em quatro anos consecutivos, de 2019 a 2022.

Os dados referentes à média de público em partidas de futebol no Espírito Santo não são animadores. Ao analisar os boletins financeiros das partidas do Campeonato Capixaba e do Campeonato Carioca de 2022, percebe-se que a média de público nos estádios do Espírito Santo é bem inferior a das principais competições estaduais do Brasil. Enquanto no *Capixabão* a média não passou de 490 torcedores por jogo, no Rio de Janeiro o número médio de pessoas que foram a cada partida chegou a 6 mil.

Mas ao lembrar as boas campanhas desempenhadas recentemente por equipes capixabas, vale notar que a realização de partidas com maior relevância esportiva parece ser também um dos fatores capazes de alavancar a presença de público nos estádios do Espírito Santo. Em 2015, por exemplo, a final do Campeonato Capixaba, disputada entre Rio Branco e Desportiva levou 12849 torcedores ao Estádio Estadual Kléber Andrade, em Cariacica. Também em 2015, 5963 pessoas assistiram a derrota do Rio Branco para a Caldense-MG, no mesmo estádio, em partida válida pelas oitavas-de-final da Série D.

Em um exemplo mais recente, destaca-se a Final da Copa Espírito Santo de 2022. Disputada entre Vitória Futebol Clube e Rio Branco, que reuniu 3647 espectadores no Kléber Andrade. O jogo também contou com transmissão da TV Educativa-ES pela televisão aberta e por meio do canal do veículo na plataforma digital YouTube. A transmissão online contava com mais de 28 mil visualizações até 26 de abril de 2023.

COBERTURA DO FUTEBOL CAPIXABA E A BUSCA POR AUDIÊNCIA

Mesmo com evidências de que o interesse do capixaba pelo futebol local cresce de acordo com o momento das equipes e com a realização de eventos de maior relevância esportiva, a cobertura jornalística nos veículos de imprensa, em especial nos televisivos, é quase inexistente.

Como abordado anteriormente, algumas das principais emissoras de televisão aberta do Espírito Santo, como a TV Gazeta, a TV Vitória e a TV Tribuna não destinaram qualquer espaço em suas grades para a cobertura esportiva local ao longo dos últimos dois anos. A TV Capixaba, afiliada à Band TV, por sua vez, chegou a operar sem qualquer produto jornalístico local em determinado período ao longo dos últimos anos (SINDIJORNALISTAS-ES, 2022).

Assim, a única emissora que disponibilizou conteúdos relativos ao esporte capixaba com determinada frequência em 2023 foi a TV Educativa-ES. A emissora afiliada à TV Cultura exibe atualmente o *TVE Esporte*, programa semanal com duração de 30 minutos. Além disso, o canal transmitiu as partidas da Copa ES de 2022 e do Campeonato Capixaba de 2023 em tempo real.

Nossa (2013), ao desenvolver o tema, lembra que se a atenção da maior parte dos veículos de imprensa tradicionais do Espírito Santo não é atraída pelo futebol capixaba, por vezes ela parece se voltar para um estado vizinho: o Rio de Janeiro. Isso ficou evidente em 2012, ano da última transmissão de uma edição local do programa Globo Esporte pela TV Gazeta. Desde então, a edição carioca do jornal esportivo foi inserida integralmente na grade.

Em um exemplo mais recente, a TV Vitória lançou ao ar o Dividida FC, excepcionalmente durante a disputa do Campeonato Carioca de 2021, na época em que a competição tinha os direitos de transmissão vinculados a Record TV. O programa tinha duração de uma hora e ia ao ar de forma semanal, aos sábados.

A opção das emissoras em priorizar produtos esportivos de outros estados pode ser explicada como uma resposta à preferência futebolística do próprio telespectador capixaba. A última pesquisa por amostragem relacionada ao assunto no Espírito Santo foi realizada pelo Instituto Futura em 2013 e evidencia a preferência

dos moradores do estado por clubes de outras unidades federativas do país (NOSSA, 2018).

Em 2017, o site *Globoesporte.com* utilizou o número de curtidas de usuários da rede social *Facebook* para definir os clubes de futebol com mais seguidores em todo o país. Em Vitória, o Flamengo liderou a pesquisa, concentrando mais de 43% dos *likes* no município. Somados, Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo reuniram mais de 71% da preferência. Esse dado é relevante para o desenvolvimento deste trabalho pois evidencia que os moradores da capital do Espírito Santo têm um perfil de preferência clubística semelhante ao notado no restante do estado.

Nossa (2018) reconhece, através da observação de jornais impressos de 2017, que o espaço cedido para equipes cariocas é maior que o ocupado pelas agremiações capixabas. Mas ao analisar a pesquisa do Instituto Futura (2013), em que mais de 70% da população do Espírito Santo afirmou torcer por equipes de outros estados, o autor chegou à conclusão de que este resultado “ajuda a entender o porquê das escolhas editoriais dos jornais, que dão mais peso àquilo que tem potencial de atingir a maior parte de seus leitores, o que reforça a tese de agendamento da mídia” (NOSSA, 2018, p.10).

Esse fenômeno não pode ser considerado recente e tampouco exclusivo do Espírito Santo. Koch (2013) lembra que durante o governo presidencial de Getúlio Vargas, na década de 1930, as rádios foram incentivadas a transmitir jogos de futebol das equipes cariocas, difundindo e idealizando a imagem destas no imaginário popular. Essa opção seria explicada pelo fato de o Rio de Janeiro ser, até então, a capital federal do Brasil.

Crepaldi (2009) alega que o movimento não teve fim com a Era Vargas, ganhando força no início da década de 1950. O autor ainda enfatiza que o momento do futebol brasileiro era diferente atual: não existiam torneios nacionais, restando ao fã de futebol acompanhar partidas de cunho regional ou as transmissões radiofônicas, que viviam sua “Era de Ouro”.

Voltando o foco para a imprensa televisiva do Espírito Santo, é importante pontuar que embora a população do estado tenha a preferência notadamente voltada para clubes cariocas e que os últimos programas destinados a editoria de esporte tenham tido direcionamento para esse público, não é possível afirmar que as

emissoras do Espírito Santo tenham o costume de desenvolver produtos jornalísticos para essa finalidade. A versão carioca do Globo Esporte, por exemplo, é apenas retransmitida pela TV Gazeta, não envolvendo produção própria. Já o Dividida FC foi transmitido por um curto espaço de tempo, durante a realização do campeonato estadual do Rio de Janeiro.

Mesmo considerando que de certa forma a falta de cobertura jornalística sobre o futebol capixaba possa ser explicada pela busca dos veículos de imprensa pela audiência, por outro lado, tal postura priva potenciais espectadores do futebol local de informações referentes aos clubes e às competições disputadas por eles.

Essa impressão é a mesma de Israel Magnago, que acompanha o Rio Branco Atlético Clube diretamente das arquibancadas há 21 anos. Ele é fundador da torcida organizada Comando Alvinegro e responsável pelo *Brancopédia*, um banco de dados que reúne informações de todas as partidas realizadas pelo Rio Branco desde a fundação do clube. Em entrevista ao autor, Israel reconhece que a cobertura esportiva local por parte de veículos televisivos costuma ser escassa no Espírito Santo. Mas ressalta que, quando ela ocorre, causa impacto positivo nas arquibancadas capixabas.

Em 2007 se teve uma boa cobertura de transmissão, com a Copa ES sendo transmitida todo domingo de manhã, com a TV Vitória. O público ao invés de diminuir, cresceu, pois tinha uma referência televisiva que trazia público e visibilidade. Com a visibilidade dos jogos, a divulgação se faz naturalmente. O boca a boca cresce, o público aparece com curiosidade e acaba criando uma ligação (AUTOR, 2023).

Essa influência exercida por parte da imprensa sobre o comportamento da sociedade, notada por torcedores que ao longo de anos acompanham as variações de presença de público nas arquibancadas, como Israel, é abordada na hipótese conhecida como *agenda-setting*, ou teoria do agendamento.

A hipótese em questão teve os contornos estabelecidos a partir de uma pesquisa realizada por McCombs e Shaw, durante as eleições presidenciais norte-americanas de 1968. Nela, a percepção de eleitores sobre os fatores determinantes para os rumos da eleição foi relacionada com os conteúdos veiculados nos jornais consumidos pelos mesmos eleitores durante o período analisado. Os resultados apontaram uma “forte relação entre o destaque dado pela mídia a alguns temas da

campanha [...] e as avaliações dos eleitores sobre a pertinência e importância dessas questões” (McCOMBS-SHAW, 1972 apud WOLF, 2002, p.180).

Traquina (2005), discorre sobre esse poder da imprensa e lembra que em uma análise retrospectiva publicada por McCombs e Shaw, em 1993, os autores reconhecem que a capacidade dos veículos de massa de influenciar debates e comportamentos públicos é ainda maior do que a constatada no primeiro momento, quando acreditava-se que os meios de comunicação não poderiam dizer à população o que pensar sobre algo, mas seriam capazes de dizer sobre o que essas pessoas deveriam pensar. Após investigações posteriores, os autores teriam definido que “os media não só nos dizem no que pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar” (MCCOMBS-SHAW, 1993 apud TRAQUINA, 2005, p.16).

Embora a experiência de McCombs e Shaw tenha sido empregada inicialmente ao campo da política, ao reconhecer a influência da agenda midiática sobre a agenda pessoal dos indivíduos, ela também pode ser utilizada para nortear os estudos relativos aos impactos da cobertura jornalística em outras áreas, incluindo a influência desta na forma como o público consome e debate conteúdos relativos ao esporte.

Portanto, pode-se afirmar que sem a divulgação de informações sobre o futebol local, é natural que não haja engajamento do público em prol de assuntos e eventos relacionados a este. Em outras palavras, a questão é: em um território político-jurídico onde os eventos esportivos locais não são divulgados, como é notadamente o caso do Espírito Santo, não é possível definir se os moradores da região não se interessam por tais eventos ou se o público sequer toma conhecimento deles.

Cabe ainda destacar que as decisões editoriais tomadas pelos veículos de imprensa são norteadas por critérios de noticiabilidade, que podem ser entendidos como fatores capazes de influenciar redações no processo de produção da notícia (SILVA, 2014).

Esses fatores foram investigados em diferentes momentos ao longo da história. Ao estudar trabalhos desenvolvidos por diferentes autores brasileiros, norte-americanos e europeus, Fernandes (2004) reconhece que as listas de critérios variam conforme linha de pesquisa adotada por quem as estuda. O autor lembra ainda que “as instituições jornalísticas estabelecem diferentes critérios em razão do contexto no

qual estão inseridas, sua abrangência, seu público, sua periodicidade, etc” (FERNANDES, 2004, p.4).

Os princípios capazes de guiar redações no momento de definir os acontecimentos que virarão notícia variam tanto que, dentre os dez autores pesquisados por Fernandes (2004), percebe-se que são citados setenta diferentes critérios de noticiabilidade. Ainda assim, a proximidade se destaca ao ser citada por todos eles.

É importante destacar que a premissa de proximidade não é necessariamente geográfica, visto que ela “varia tanto com as trocas materiais (o comércio), quanto com as trocas culturais (migrações)” (LAGE, 2001, apud FERNANDES, 2004, p.6). Essa condição delimita duas dimensões pra esse fator: a proximidade temática e a geográfica.

Embora este trabalho não tenha como foco o aprofundamento nas diferentes implicações da proximidade como critério de noticiabilidade, salta aos olhos que um fator tantas vezes citado como relevante por diferentes autores não seja levado em conta pelas redações de TV do Espírito Santo no momento de decidirem pela não cobertura do esporte local, mesmo considerando apenas o conceito geográfico da proximidade que, por si só, pode ser capaz de criar interesses (CORREIA, 2012).

Chama atenção, ainda, o fato de a cobertura jornalística esportiva em emissoras de televisão do Espírito Santo ser mínima mesmo quando se engloba à análise a prática do futebol em outros estados. Na mesma publicação, Fernandes (2004), identifica um grande interesse da população pelo assunto ao analisar uma pesquisa realizada pelo Instituto Mapa.

Embora a pesquisa analisada tenha observado a preferência de consumidores de jornais impressos, ela ajuda a mostrar o gosto popular pela editoria em questão. Nela, 33% dos entrevistados colocaram a editoria de esportes como a seção mais lida. O tema “esportes” ainda foi citado como a “seção preferida” de 14% das pessoas analisadas, ficando atrás somente de “classificados”. Mesmo que esses dados evidenciem que o assunto é bem recebido pelo público, quando questionados sobre os “assuntos que os jornais deveriam dar mais atenção, 4% do público ainda citou o tema “esporte”.

Mesmo com tamanha capacidade do esporte em despertar interesse no público, emissoras televisivas do Espírito Santo optam por não desenvolver produtos próprios com esse foco, deixando a responsabilidade da cobertura esportiva para as geradoras das quais são afiliadas.

INVISIBILIDADE DO CAMPEONATO CAPIXABA

Para entender os impactos da falta de cobertura jornalística no futebol capixaba, fez-se necessário elaborar uma pesquisa de campo. Às vésperas da primeira rodada do Campeonato Capixaba de 2023, foram entrevistadas 70 pessoas aleatoriamente no Centro de Vitória, no dia 18 de janeiro de 2023, quando faltava um dia para o início do Capixabão, como é conhecido o Campeonato Capixaba. A escolha da data é justificada pela própria proximidade com o início dos jogos, como um prazo limite para que as pessoas tivessem recebido qualquer informação relativa à realização da competição.

O tamanho da amostra foi estipulado a partir da aplicação da técnica de Amostragem Aleatória Simples, com uso do método de Correção para Populações Pequenas (LEVIN; FOX, 2004), visando um nível de confiança de 90% e considerando uma margem de erro de 10%. Por questões logísticas foi necessário limitar a amostra à população de Vitória, estimada em 369534 habitantes (IBGE, 2021). A partir disto, foi estipulado um número mínimo de 69 amostras a serem coletadas.

Vale lembrar que, a partir do cruzamento das pesquisas realizadas pelo Instituto Futura (2013) e pelo *Globoesporte.com* (2017), pôde-se constatar que o morador da capital do Espírito Santo apresenta uma relação com o futebol semelhante a do restante do estado. O local escolhido foi o Centro Histórico de Vitória, devido ao grande fluxo de pessoas que passam pela região diariamente, e a única condição exigida para validação da amostra foi o entrevistado ser morador da capital, para não contaminar o cálculo exposto anteriormente.

Para obter resultados não apenas quantitativos, mas também qualitativos, foi elaborado um questionário com seis perguntas, sendo elas:

1. Você gosta de futebol e/ou tem costume de consumir informações sobre o esporte em questão?;

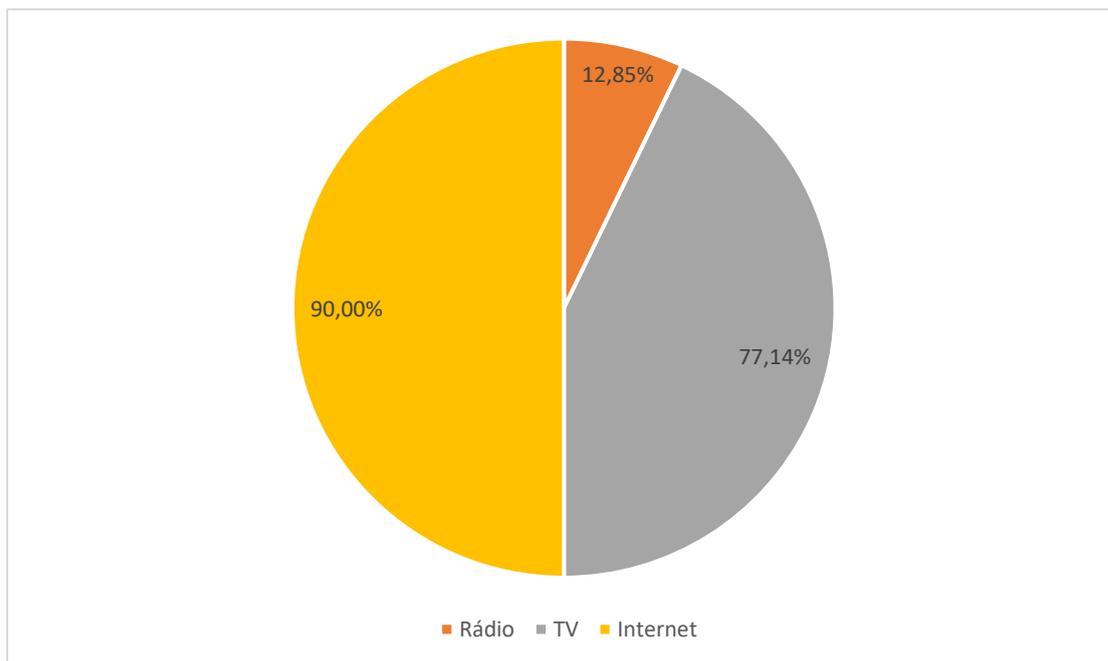
2. Como você avalia seu nível de interesse em futebol?;
3. Como você avalia seu nível de interesse no futebol capixaba?;
4. Quais meios de comunicação você usa para se informar?;
5. Você consumiu alguma informação relativa ao Campeonato Capixaba de Futebol 2023 que tenha sido disponibilizada pela imprensa?;
6. Você sabe quando começa o Campeonato Capixaba de Futebol 2023?

Para as perguntas 1, 5 e 6, foram oferecidas duas alternativas de resposta, sendo elas (i) sim ou (ii) não. Ao avaliar o nível de interesse dos entrevistados pelo futebol e pelo esporte em questão praticado no Espírito Santo, foram oferecidas três alternativas, sendo elas (i) muito interesse; (ii) pouco interesse e (iii) nenhum interesse. Já para a pergunta 4, que teve como objetivo entender os meios usados pelos entrevistados para obter informações noticiosas, foram atribuídas cinco possíveis respostas: (i) jornal impresso; (ii) rádio; (iii) televisão; (iv) internet e (v) outro. Neste último tópico foi oferecida ainda a possibilidade de escolher mais de uma opção, visto que as pessoas podem utilizar mais de um meio de comunicação de massa para se informar.

Foco da análise deste Trabalho no que diz respeito à cobertura esportiva, a televisão é citada como meio de comunicação utilizado para obter informações por 74% do público entrevistado, ficando atrás somente da internet como mídia mais utilizada. Esse dado é importante para mostrar o impacto que a cobertura televisiva causa sobre a população de Vitória. Jornais impressos e outras plataformas não foram citados por nenhum dos entrevistados (Gráfico 1).

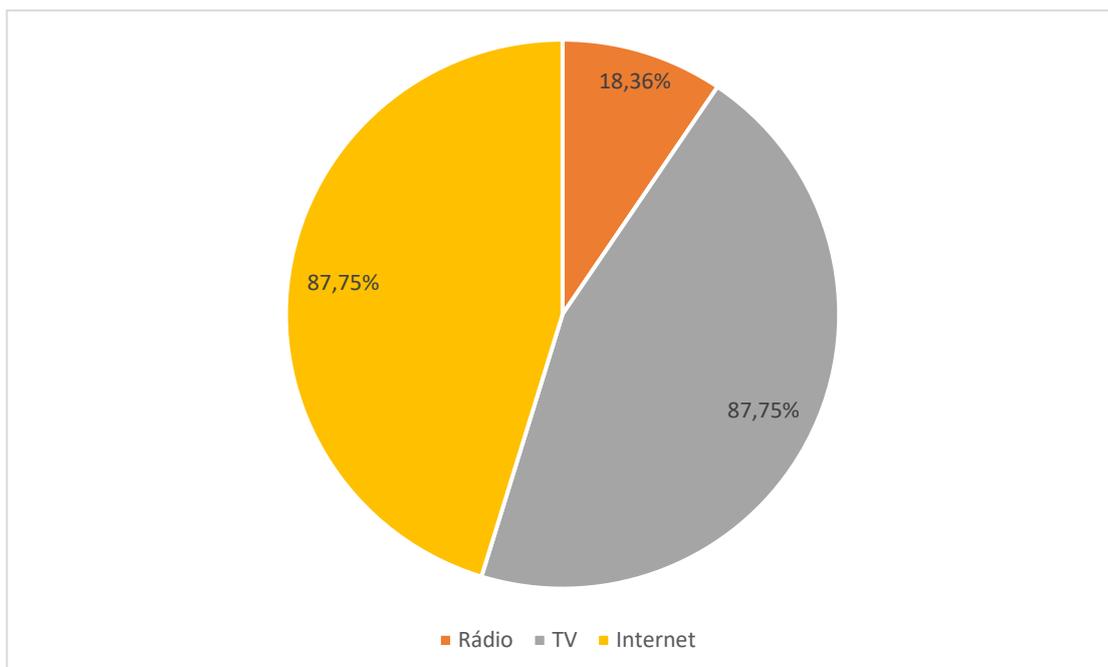
Quando analisado especificamente o público que afirma ter o costume de consumir informações relacionadas ao futebol, o percentual de entrevistados que afirmam usar a TV para se informar sobre para aproximadamente 87%, empatando com a internet como meio de comunicação mais lembrado e mostrando que a influência destes veículos é ainda maior em pessoas interessadas no esporte em questão. Também pode-se afirmar que o número evidencia a importância da cobertura televisiva no âmbito esportivo para este público, como pode ser visto na representação gráfica apresentada no Gráfico 2.

Gráfico 1. Meios de comunicação utilizados para se informar



Fonte - Elaborado pelo autor, 2023

Gráfico 2. Meios utilizados por pessoas que consomem informações sobre futebol



Fonte - Elaborado pelo autor, 2023

Anais da XV Mostra Científica da Faculdade Estácio de Vitória – FESV

ISSN: 2358-9515

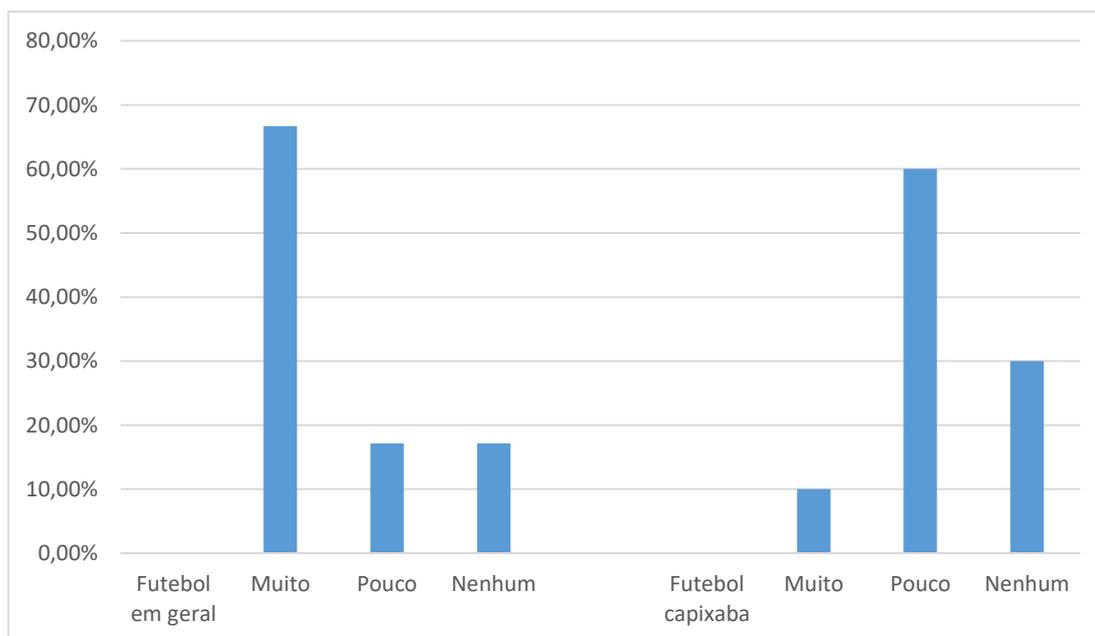
<https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/AMCF>, n. 15, v.1, p. 120-136, ago.2023.

Ao serem analisadas as respostas das perguntas que visam medir o interesse da população pelo futebol, nota-se que a maior parte dos entrevistados demonstra possuir alguma afeição pelo assunto.

Quando perguntados sobre o interesse pelo futebol de forma geral, mais de 65% dos entrevistados afirmaram possuir muito interesse sobre o assunto, enquanto aproximadamente 17% alegam se interessar pouco. Quando a pergunta diz respeito à afeição dos entrevistados pelo futebol praticado no Espírito Santo, o percentual de muito interessados cai para 10%, o que a princípio endossa a tese de que o capixaba se interessa mais pelo futebol praticado em outros estados.

Porém, em relação a essa mesma pergunta, nota-se um grande número de entrevistados que se dizem pouco interessados pelo futebol espírito-santense, correspondendo a 60% das amostras coletadas. Deste modo, ainda que não seja o polo esportivo predileto dos moradores de Vitória, pode-se concluir que um grande percentual da população amostrada tem algum interesse pelo futebol local, totalizando 70% dos entrevistados, como pode ser visto no gráfico a seguir:

Gráfico 3. Nível de interesse por futebol



Fonte - Autor, 2023

Com o cruzamento dos dados é possível traçar um perfil superficial da população de Vitória. Percebe-se que a maior parte dela alega ter algum interesse pelo futebol capixaba, e que a televisão é uma importante fonte de informação para esse grupo. Como dito ao longo do Trabalho, essa demanda não é atendida pelos veículos televisivos locais que destinam pouco ou nenhum espaço na grade de programação para a cobertura esportiva local.

Esse raciocínio ajuda a explicar os resultados obtidos nas últimas perguntas da pesquisa de campo, quando apenas 12% dos entrevistados alegaram ter tido acesso a alguma informação relativa ao Campeonato Capixaba de 2023, que começaria no dia seguinte. Quando perguntados sobre a data de início da competição, pouco mais de 5% afirmaram saber a resposta.

Com isso pode-se concluir que, ao ignorar a existência de competições de futebol no Espírito Santo, os veículos de imprensa induzem a população a adotar a mesma postura, uma vez que esta não recebe nem mesmo dados básicos, como horários e locais dos jogos.

Embora existam hoje diversas formas de buscar acesso a tais informações, nota-se, a partir dos resultados da pesquisa, que o público que alega possuir algum interesse por futebol capixaba dá grande importância para os veículos de televisão. Além disso, o acesso a tais dados na internet, por exemplo, exige muitas vezes uma busca ativa pelas informações, sendo assim necessário que a curiosidade deste indivíduo tenha sido despertada previamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise das grades de programação de emissoras de televisão do Espírito Santo é possível confirmar algo que já tinha sido atestado por outros autores, como Nossa (2018): a ausência de produtos jornalísticos locais com foco na cobertura esportiva. Também é notável que os poucos exemplos encontrados destinam as atenções ao futebol praticado em outros estados, especialmente o Rio de Janeiro.

Assim como o agendamento jornalístico é capaz de promover pautas que ganham espaço nas agendas pessoais da população, os assuntos descartados pelas redações podem se tornar 'invisíveis' para o público dos jornais, uma vez que deixam de ter o debate fomentado pela mídia.

No âmbito do futebol capixaba, é possível afirmar que a falta de notícias relativas ao tema deixa esse público desinformado sobre tópicos básicos, chegando ao ponto de o morador do Espírito Santo não saber sequer que está sendo disputada uma competição de futebol entre clubes espírito-santenses. Isso foi confirmado ao analisar os dados obtidos através da pesquisa desenvolvida ao longo do artigo.

Ainda que analisadas somente as pessoas entrevistadas que dizem ter algum interesse pelo futebol capixaba, poucas delas afirmam ter tido acesso a alguma notícia sobre o assunto, mesmo às vésperas do início da principal competição de clubes do estado. Deste modo, a afirmação de que a população capixaba não possui interesse em relação ao futebol local é relativizada, uma vez que notícias sobre o assunto sequer são oferecidas para ela.

Embora o trabalho se empenhe em traçar uma relação entre a falta de cobertura do futebol capixaba por parte da imprensa e o comportamento da população capixaba sobre o tema, ele aponta para um impacto negativo também sobre os clubes locais. É como se fosse configurado um ciclo negativo para a fomentação do esporte local: os clubes enfrentam dificuldades financeiras e sofrem com baixos públicos; sem jogos atraentes, o público não se sente interessado em frequentá-los e, por fim, com o público desinteressado pelo tema, as emissoras optam por cobrir outros assuntos e acabam por contribuir para que a população fique desinformada sobre a realização dos eventos.

A principal dificuldade encontrada para a elaboração deste trabalho foi a dificuldade em encontrar artigos e pesquisas previamente publicadas com temática semelhante, focadas na cobertura jornalística do futebol capixaba. Mesmo em outros estados do país, trabalhos que discorram sobre a importância e os impactos da cobertura esportiva local sobre a população são escassos. Essa escassez se torna ainda mais evidente quando pesquisados trabalhos de publicação recente.

Para trabalhos futuros que se aprofundem na temática abordada neste artigo, recomenda-se a elaboração de uma pesquisa com amostragem que possibilite traçar um perfil de moradores não apenas da capital do estado, mas também da Grande Vitória, a fim de verificar se os resultados obtidos neste trabalho se estendem aos outros municípios da região.

Além disso, torna-se interessante entrevistar profissionais que atuam como gatekeepers em redações do Espírito Santo. Isso porque, embora, note-se uma preferência dos moradores do estado em questão pelo futebol de outras unidades federativas do país, nem mesmo produtos com esse enfoque são desenvolvidos. Essas entrevistas teriam por objetivo entender o motivo de a editoria de esportes, popular em diversos estados, não prosperar em emissoras capixabas.

Além disso, é interessante que se pesquise a forma como os torcedores que frequentam os estádios capixabas se informam sobre as datas e locais dos jogos. Como o assunto afeta também os clubes locais, seria importante entender como os dirigentes dessas agremiações têm tentado lidar com o problema, e quais alternativas podem ajudar as equipes a divulgar e promover seus jogos, suas contratações e, enfim, manterem, mesmo que sob dificuldades, clubes tradicionais de pé ao longo dos anos.

REFERÊNCIAS

BOLETINS FINANCEIROS. **Federação de Futebol do Espírito Santo**. Disponível em: <https://futebolcapixaba.com/campeonatos/temporadas/2022/>. Acesso em: 22 de janeiro de 2023.

BOLETINS FINANCEIROS. **Federação De Futebol do Estado do Rio de Janeiro**. Disponível em: <https://www.fferj.com.br/Campeonatos>. Acesso em: 10 de outubro de 2022.

COM O FIM DO JORNALISMO LOCAL, SÁ CAVALCANTE PODE PERDER CONCESSÃO DA TV CAPIXABA. **Sindijornalistases.org**, 2022. Disponível em: <http://www.sindijornalistases.org.br/com-o-fim-do-jornalismo-local-sa-cavalcante-pode-perder-concessao-da-tv-capixaba/>. Acesso em: 30/04/2023

CORREIA, João Carlos (Org.) (2012) **Ágora** – Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades. Covilhã: LabCom Books.

CREPALDI, Daniel Damasceno. **A participação da rádio nacional na difusão do futebol no Brasil nas décadas de 1930 e 40**. 2009.

FERNANDES, Mario Luiz. A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade. **IX Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**, p. 01-17, 2004.

KOCH, Rodrigo. Apontamentos das lutas de poder na trajetória política do futebol brasileiro. **Diálogo**, n. 23, p. 49-60, 2013.

LEVIN, J. e FOX, J.A. (2004). **Estatística para ciências humanas**. 9ª edição. Pearson, 2004.

NOSSA, Leandro. A construção da identidade capixaba por meio da cobertura da imprensa sobre o futebol do Espírito Santo. In: **Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. 2018. Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte. 14 f. 1 – 14.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Investigación de la Comunicación de Masas**. Barcelona: Paidós, 2002.

