



Mayo 2017 - ISSN: 1988-7833

## O ESPORTE CLUBE FLORIANO E A MÍDIA LOCAL: 1960 – 1964

Cleber Prodanov<sup>1</sup>  
Everaldo Pedrozo de Oliveira<sup>2</sup>  
Paula Regina Puhl<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cleber Prodanov, Everaldo Pedrozo de Oliveira y Paula Regina Puhl (2017): "O Esporte Clube Floriano e a mídia local: 1960 – 1964", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (abril-junio 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/02/esporte-clube-floriano.html>

**Resumo:** Este artigo analisa a cobertura e o posicionamento editorial do periódico Jornal NH, uma das mais importantes mídias impressas da cidade de Novo Hamburgo e Vale do Sinos, em relação ao Esporte Clube Floriano no período compreendido entre os anos de 1960 a 1964. Analisa ainda, as mudanças ocorridas em relação ao Floriano, com o avanço e cobertura dos clubes de futebol da capital do estado, Porto Alegre, especialmente do Grêmio e Internacional.

**Palavras chave:** Futebol, Mídia, Clube de Futebol, Rivalidade.

### EL ESPORTE CLUBE FLORIANO Y LOS MEDIOS LOCALES: 1960-1964

**Resumen:** Este artículo examina la posición de cobertura editorial del periódico Jornal NH, uno de los medios impresos más importantes de la ciudad de Novo Hamburgo y región de Valle de Sinos, en relación a Esporte Clube Floriano en el periodo comprendido entre los años 1960-1964. También examina los cambios en relación con Floriano, con el avance y la cobertura de los clubes de fútbol en la capital del estado, Porto Alegre, en particular las asociaciones de Gremio y Internacional.

**Palavras clave:** Fútbol, Medios, Club de fútbol, Rivalidad.

### ESPORTE CLUBE FLORIANO AND THE LOCAL MEDIA: 1960 – 1964

**Abstract:** This article examines the coverage and editorial position of the newspaper Jornal NH, one of the most important printed media of the city of Novo Hamburgo and Vale do Sinos, in relation to Esporte Clube Floriano in the period between the years 1960 to 1964. It also examines, the changes in relation to Floriano, with the advancement and coverage of the state capital of football clubs, Porto Alegre, especially Gremio and Internacional.

**Key words:** Football, Media, Club Soccer, Rivalry.

<sup>1</sup> Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo/USP. Professor titular do programa de Processos e Manifestações Culturais e pesquisador da Universidade Feevale, Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: [prodanov@feevale.br](mailto:prodanov@feevale.br).

<sup>2</sup> Graduando em Relações Públicas da Universidade Feevale, bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul (FAPERGS), Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: [everaldopedrozo10@gmail.com](mailto:everaldopedrozo10@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Professora do Curso de Comunicação Social e no Curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: [paularpuhl@gmail.com](mailto:paularpuhl@gmail.com).

## 1. A MÍDIA LOCAL

A importância que os jornais possuem para todas as comunidades vai muito além de apenas informar fatos e notícias. Essas mídias fazem parte da história tanto quanto os fatos que neles foram escritos. São eles que ligam as comunidades, os cidadãos com o mundo ao seu redor e em muitas vezes constroem uma ligação entre os diversos atores da sociedade local

Os jornais do interior tinham uma missão importantíssima registrando a história política, econômica e social da cidade e de seus líderes, pois os grandes jornais não teriam espaço para a publicação de tais acontecimentos para cada município. Sabendo disso, podemos afirmar que a imprensa de Novo Hamburgo se destaca notavelmente, sendo em alguns casos, a única fonte de informação. (DORNELLES, 2003, p. 15).

Em Novo Hamburgo isso não é diferente. Ao longo sua trajetória como distrito ou cidade a partir de 1927, possuiu muitos meios impressos de comunicação. De todo modo, citaremos aqui os dois jornais que foram decisivos e que tiveram uma ampla circulação, os jornais “O 5 de Abril” e o “NH”.

“O 5 de Abril” foi fundado em maio de 1927, tornando-se o primeiro jornal da cidade de Novo Hamburgo. Criado um mês após sua emancipação, foi publicado até fevereiro de 1962. O criador do jornal, Hans Behrend, era um tipógrafo que nasceu em Berlim, mas veio para o Brasil com quatro anos de idade, foi o diretor nos primeiros anos do jornal, mas a partir da década de 30, foi seu filho, Werner Behrend, quem assumiu a condução dos negócios. O jornal teve uma marcante atuação política, tanto que seu redator, Leopoldo Petry, foi um dos mais ativos cidadãos durante o processo de emancipação da cidade.

Mesmo com as ligações políticas de seus colaboradores, o jornal se auto definia como “semanário de interesses gerais”. O jornal possuía 4 páginas, que se dividiam da seguinte forma: primeiro, havia uma matéria comprada de alguma agência do centro do país com notícias nacionais ou internacionais, além de uma parte de algum romance nacional. Na segunda e terceira página eram apresentadas as notícias locais, normalmente referentes a temas político, econômico, social e cultural, sendo que nessas páginas apareciam também as notas de utilidade pública e as policiais. Na última página residiam os anúncios comerciais.

Essa constituição do veículo, bem como de seus colaboradores, revela a construção social e cultural montada na sociedade e que tem um jornal como expressão local. Segundo Robert Darnton, é indicado desvendar:

[...] quem escrevia nesses jornais, como procuravam se popularizar - ou seja, que estratégias, apelos e valores esses veículos invocavam no seu discurso -, como funcionavam essas empresas e de que forma esses textos chegavam ao público. Percorrido esse caminho é preciso ver ainda como os leitores entendiam os sinais na página impressa, quais eram os efeitos sociais dessa experiência [...]. (DARNTON, 1990.p.112).

Já o Jornal NH, foi criado em 1960 pelos irmãos Mario Alberto Gusmão e Paulo Sérgio Gusmão, mais de 30 anos após a emancipação da cidade de Novo Hamburgo. O NH apareceu em um momento de declínio acentuado e esgotamento do jornal O 5 de Abril e ingressou na comunidade defendendo a ideia de que um jornal deveria participar de todo e qualquer processo construtivo de

uma sociedade, portanto, ter uma existência ligada aos grandes e pequenos problemas da comunidade local.

Até os dias de hoje o NH mantém essa característica em seus diversos veículos, onde o “jornalismo comprometido não só com a informação, como também com o desenvolvimento e necessidades das comunidades onde atua, tem sido o maior responsável pelo seu crescimento e sucesso [...]” (ARAÚJO; SCHEMES; MAGALHÃES, 2010, p. 170).

Os fundadores do Jornal NH seguiram, ao longo das décadas, esse preceito, se envolvendo com a comunidade, aderindo e criando campanhas em prol do desenvolvimento de Novo Hamburgo e região. Segundo Ávila

[...] três campanhas que tiveram atuação decisiva do jornal: primeiro a campanha em prol da FENAC (Feira Nacional do Calçado), que impulsionou o setor coureiro calçadista, chamando a atenção do mundo para o Vale do Sinos; depois a campanha pela telefonia, pois a mesma até o início dos anos 60 era via telefonista, e qualquer contato telefônico poderia levar horas; e por fim, a campanha para a implantação de cursos superiores na cidade que acabou levando à criação da ASPEUR (Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo) e, mais tarde, à FEEVALE (Federação de Estabelecimentos de Ensino Superior em Novo Hamburgo)[...] (ARAÚJO; SCHEMES; MAGALHÃES, 2010, p. 171).

Dessa forma mais envolvida e engajada, o Jornal NH foi avançando e no início dos anos 1960, pouco tempo depois de sua fundação já tinha se tornado o principal veículo da cidade de Novo Hamburgo, realidade que perdura até os dias atuais, onde mesmo os veículos da capital tem papel secundário na cidade.

Dentro desse contexto de um grande envolvimento dos jornais locais com as questões da comunidade, é que os clubes sociais e esportivos apareceram como elementos importantes da agenda e da cobertura desses veículos. Assim sendo, este artigo apresenta uma reflexão sobre como era retratado pelo Jornal NH o Esporte Clube Floriano, entre anos de 1960 até 1964.

Os meios de comunicação ao selecionar o que se passa no mundo, o que vai ou não ser notícia, o que vai ser editado com destaque ou sem relevo, estão, na verdade, procedendo a criação do próprio acontecimento. Longe de serem apenas veículos de divulgação, são eles próprios criadores do acontecimento. E, dessa forma. Constituem uma memória privilegiada do presente que vai ser objeto de análise do historiador num futuro. Os impressos são, sobretudo, documentos e como tal *monumentos da memória*. (BARBOSA, 1987.p.87)

Por este motivo foi escolhido o Jornal NH como principal fonte de pesquisa, pois segundo teóricos da comunicação, os meios de comunicação de massa influenciaram fortemente na construção da realidade dos seus públicos. A partir dessa perspectiva, pode-se compreender que, de alguma forma, a percepção que a comunidade de Novo Hamburgo construiu sobre o clube Floriano foi fortemente influenciada pelo jornal referido.

## 2. A ORIGEM

Em um país como o Brasil, com mais de 500 anos de história, muitos elementos poderiam ser significativos para a construção de uma identidade nacional. Entretanto, o futebol tornou-se um fenômeno, uma marca nacional reconhecida mundialmente.

O futebol é o ritual de maior substância da cultura popular brasileira, metáfora privilegiada das nossas estruturas básicas. Estudá-la é abrir um leque inimaginável de possibilidades temáticas, de trabalho, de pesquisa e de conhecimento em torno da realidade. (MURAD, 1996, p. 16).

O Rio Grande do Sul, mais especificamente na cidade de Rio Grande, se destacou das outras regiões do país por ter o primeiro clube de futebol oficialmente criado no Brasil, o Sport Club Rio Grande, fundado no dia 19 de julho de 1900. Em sua homenagem, a Confederação Brasileira de Futebol - CBF oficializou como o Dia Nacional do Futebol. Embora as histórias da chegada desse esporte tenham várias vertentes, teses e informações, o futebol do Rio Grande do Sul é um dos mais antigos do país. Um grande marco para a região sul.

É sobretudo nos primeiros anos do século XX que o futebol se disseminará pelas pequenas cidades do interior do Uruguai, até atingir a fronteira com o Rio Grande do Sul. Se na Argentina o futebol percorreu os trilhos das ferrovias que "civilizaram os pampas", no Uruguai este processo de difusão espacial se utiliza também das ferrovias e se estende à Campanha Gaúcha, para além do território nacional uruguaio, área de plena influência urbana de Montevideú. Tais conexões propiciaram as vias "platinas" de penetração do futebol em terras rio-grandenses[...]. (JESUS, 2000, p.4).

Foi no final do século XIX que o futebol foi introduzido no Brasil e também no Rio Grande do Sul. A partir desta data iniciou-se as fundações dos primeiros clubes desta nova modalidade no país, introduzida por ingleses, potencializada pelos vizinhos platinos e praticada em território gaúcho pelos descendentes de imigrantes alemães e italianos.

Por outro lado, é preciso salientar que essa entrada do futebol ao país, devido à sua configuração e dinâmica territoriais, obedeceu a um formato peculiar, amparado na base local, sendo o esporte introduzido no território brasileiro simultaneamente por vários pontos sem conexão entre si, mas intensamente conectados com o exterior. (PRODANOV; FERNANDES, 2008, p. 01).

O Rio Grande do Sul também acompanhou o processo acelerado de expansão deste novo esporte em terras brasileiras, recebendo, em nosso caso particular, uma grande influência na organização dos clubes mesmo na forma de jogar futebol da região da fronteira com o Uruguai e Argentina.

Esse novo esporte possibilitou a adesão de uma massa de pessoas antes excluídas de clubes tradicionais e que poderiam praticar um esporte com regras simples e equipamentos, a bola, também simplificado. Essa expansão do futebol teve grande impulso nas cidades, especialmente naquelas que apresentavam fábricas e um operariado organizado. Nesse contexto, aparece a cidade de Novo Hamburgo.

[...] possuía um intenso crescimento das atividades fabris, especialmente com a introdução dos curtumes de couro e depois com as empresas artesanais e, posteriormente, com a indústria calçadista na cidade [...]. Com esta grande riqueza gerada pelo couro e calçado antes mesmo de sua emancipação política em 1927, Novo Hamburgo, em termos de esporte, acompanha as tendências ditadas pela não muito distante capital. (PRODANOV; MOSER, 2009, p. 02).

Logo, o futebol na região de Novo Hamburgo começou a crescer junto com a cidade, tendo já na primeira década do século XX, a fundação dos seus principais clubes futebolísticos. O Esporte Clube Novo Hamburgo (ECNH), mais tarde rebatizado de Floriano e o Foot-Ball Club Esperança (FBC Esperança).

O Esporte Clube Novo Hamburgo - ECNH foi fundado em primeiro de maio de 1911, no Dia do Trabalho, na região central da cidade que, na época, já aglutinava a maior parte do comércio e da indústria da cidade, por um grupo de funcionários da Fábrica de Calçados Sul-rio-grandense, de propriedade de Pedro Adams Filho, que dezesseis anos depois iria ser um dos personagens principais da emancipação da cidade.<sup>i</sup>

Entretanto, o ECNH quase recebeu a denominação de Adams Futebol Clube, defendida por parte dos fundadores, buscando uma ligação da fábrica com o nascente clube; todavia, saiu vencedora a ideia de não vincular o clube à empresa, adotando o nome da localidade central da cidade, que, anos depois, viria a ser um município.

Nesse mesmo ano, além da realização da tradicional partida de futebol que servia como integração entre os funcionários da empresa e de um churrasco festivo, foi fundado o Esporte Clube Novo Hamburgo, que adotou como cores o branco e o azul anil. (PRODANOV, FERNANDES, 2008, p.2).

Outra singularidade sobre o nome o ECNH aconteceu nos anos 40. Durante a Segunda Grande Guerra Mundial, no momento em que o Brasil declarou guerra aos países do Eixo, o nome do clube foi trocado para Floriano, em homenagem ao Marechal Floriano Peixoto, militar nacionalista e ex-presidente do Brasil. O clube manteve a denominação de Floriano entre os anos 1942-1969, retornado posteriormente a sua nomenclatura original.

Após a fundação do ECNH, o Football-Club Esperança surgiu justamente como contraponto para o rival. Foi fundado três anos após a criação do Floriano, no dia 10 de maio de 1914, por um grupo de trinta e oito comerciantes e industriários do bairro de Hamburgo Velho, núcleo inicial da colonização teuto-brasileira em Novo Hamburgo.

Os fundadores do FBC Esperança, diferentemente do seu maior rival, o Esporte Clube Novo Hamburgo, eram, em grande parte, proprietários de estabelecimentos fabris e comerciais de Hamburgo Velho. Desse modo, esta elite local sentia a necessidade de possuir um time de futebol próprio, para poder se sentir em pé de igualdade com a localidade vizinha – e rival – de Novo Hamburgo. (PRODANOV; MOSER, 2011, p.7)

Logo, tal disputa por espaço e importância no cenário econômico e social da cidade de Novo Hamburgo, foi reproduzida dentro dos gramados de futebol, onde a rivalidade entre Hamburgo Velho e Novo Hamburgo se mostrou de modo muito particular durante as primeiras décadas, mas a supremacia do Floriano no campo esportivo e social nos suscitou a escolher para analisa-lo nesse artigo.

### **3. O JORNAL NH E O FLORIANO**

O Jornal NH, em seu primeiro ano de vida, em 1960, tinha uma tiragem quinzenal e os cadernos de esportes, política, colunas policiais tinham sua ordem trocada a cada edição, não existindo uma padronização editorial.

Para analisar as reportagens que se referem ao Esporte Clube Floriano será usada como viés da observação, a hipótese de Agenda Setting de acordo com Hohlfeldt (2012). Além disso, foram escolhidas reportagens do Jornal NH sobre o Floriano, entre os anos de 1960 a 1964, que foram analisadas e selecionadas para demonstrar a evolução de cada publicação anual.

O critério de seleção das matérias foi incluir aquelas de maior destaque e relevância, entre os anos citados. Dentre elas temos momentos importantes, tanto pela data quanto para a publicidade do clube, como seu 49º aniversário e o momento em que as notícias deixaram de ser quinzenais para virarem semanais, tendo sido um grande passo para o clube assim como para o Jornal NH. A aparição de novos clubes, tanto da região do Vale do Sinos, como da capital e evolução e atualização das publicações desde o seu primeiro ano até o último analisado.

A ideia é que o público valoriza determinada informação e descarta outra a partir da forma com que essas recebem destaque (HOHLFELDT, 2012). E os meios de comunicação, são muito importantes nesse “agendamento” por trazerem para a pauta algumas notícias em destaque. Traquina (2000, p. 21) complementa que “se os media não nos dizem nada acerca de um tópico ou de um acontecimento, então, na maioria dos casos, ele existirá apenas na nossa agenda pessoal ou no nosso espaço vivencial”.

Para Hohlfeldt (2012) o objetivo principal da Agenda Setting é relacionar a agenda dos meios de comunicação de massa (MCM) com a agenda da audiência. Ao escolher e abordar determinados temas, os meios de comunicação formulam a agenda do público. Os MCM também influenciam a forma como se entende ou se recebe a notícia. Ou seja, não só colocam o assunto em agenda, como possivelmente condicionam a forma de pensar, debater determinados assuntos.

Hohlfeldt (2012, p.201 a 203) apresenta 10 conceitos para a análise da mídia pela hipótese de agenda-setting. O primeiro é o denominado *Acumulação*: entendido como a capacidade da mídia de dar relevância a determinado assunto em detrimento a um imenso conjunto de acontecimentos diários; a *Onipresença*: quando o assunto sai do espaço normal em que é publicado (quando um assunto político, por exemplo, é pautado também em outro editorial); O *Frame temporal*: o quadro de informações que se forma ao longo de um determinado período de tempo nas duas agendas (dos veículos e do receptor) e que permite a interpretação contextualizada do acontecimento de validade do assunto; o *Time-lag*: que se refere ao intervalo de tempo entre o período de agendamento da mídia e a agenda do receptor (como se pressupõe a existência da influência, já se sabe que não é imediata, mas sim a médio e a longo prazo); a *Centralidade*: analisa a posição da informação entre as outras existentes; a *Tematização*: observa se há variedade do tema no seu enfoque, e ocasiona os desdobramentos de determinado assunto; a *Saliência*: valorização individual que o receptor dá ao tema e a *Focalização*: modo como o tema é abordado pela mídia, ou seja, a atenção dada pelo veículo de comunicação ao assunto.

Por último, apresenta-se o conceito de *Consonância* que é utilizado para analisar as semelhanças que diferentes tipos de veículos apresentam na maneira de transformar o fato em notícia e o conceito de Relevância, quando o assunto está em veículos de diversas empresas, independente do enfoque que esteja sendo dado. Esses dois conceitos não serão usados para

embasar a análise, no caso desse artigo, visto que não é nosso objetivo fazer uma análise comparativa entre veículos de comunicação.

É importante destacar que para Hohlfeldt (2012) a percepção do receptor, a partir do agendamento poderá alcançar três níveis: o mais superficial, que leva em conta somente o título da área temática; o secundário, em que há conhecimentos mais aprofundados, como causas, efeitos, soluções propostas e a verificação se o público percebeu e fixou informações ainda mais específicas, como argumentos favoráveis ou não as soluções apresentadas, os grupos que apoiam ou estão contra determinada postura. A seguir são analisadas algumas reportagens do Jornal NH.

Na página de esportes, suas publicações eram totalmente voltadas para um único clube, o Esporte Clube Floriano. Grande parte das publicações deste ano enalteciam a entidade local, carinhosamente chamado de anilado, em virtude de suas cores, branco e azul anil. No NH inicialmente existiam duas colunas, “Chutando Bola” e “Meu Comentário”, que usavam de uma maneira peculiar para comentar sobre as partidas de futebol e o clube.

Temas como o cinema, rádio ou piadas eram usadas como referência nessa coluna, a fim de que todos entendessem de uma maneira um tanto cômica os jogos e seus desdobramentos. A linguagem dessa coluna não era formal, como era de costume em grande parte dos veículos e, com isso, criava uma atmosfera descontraída para chamar a atenção para o futebol.

Figura 1 - Coluna “Chutando Bola” do ano de 1960





Fonte: Jornal NH (1960, p. 5).

Já na coluna Meu Comentário, eram mencionadas todas as informações que envolviam o clube Floriano, dentro e fora das quatro linhas. Essa coluna citava as novas contratações, saídas de jogadores e técnicos, perdas e lesões dos atletas, alterações de última hora, além de mudanças de horários e jogos. A coluna tinha uma característica de ser meramente informativa, não incorporando nenhuma impressão, comentário ou análise.

Figura 2 - Coluna “Meu Comentário” do ano de 1960



Fonte: Jornal NH (1960, p. 5).

No material acima citado, nota-se que o agendamento ocorre pela *Acumulação* e o *Time-lag*: que se refere ao intervalo de tempo entre o período de agendamento da mídia e a agenda do receptor. Também é percebida a *Centralidade* e a *Tematização*, já que as colunas abordam diversas



informações a partir do Floriano, ocasionando de alguma forma os desdobramentos sobre assuntos relacionados ao clube. A *Focalização* também é percebida já que pelo menos duas colunas na mesma edição citaram as atividades do clube.

No ano de 1960 o clube Floriano completou seu 49º. aniversário e o jornal NH utilizou seu espaço para destacar o clube, reverenciando e promovendo uma publicidade gratuita para o Floriano.

[...]. Com este progresso, o E.C. Novo Hamburgo foi evoluindo também. Tempos depois, passou a se chamar E.C. Floriano. Este Floriano que todos nós conhecemos, este Floriano que é o orgulho de uma terra, este Floriano que amanhã estará completando seu 49º. Aniversário. [...] Jornal NH (1960, p. 8).

O 49º. aniversário do Floriano foi muito explorado pelo NH. Foi destacado a importância que o clube teve para a cidade, os momentos marcantes, os craques e tudo que o clube conquistou até seu aniversário.

[...] Ao completar, portanto, o Floriano, seu quadragésimo nono ano de existência, deste, levar a toda família anilada, os que remos aqui deste nosso cantinho maiores votos de felicidades, de alegrias e de vitórias. O Floriano é um orgulho de Novo Hamburgo, e como tal devemos unir-mos em torno dele, porque sendo Novo Hamburgo parte de nossa vida e sendo o Floriano par de Novo Hamburgo, nos hamburgueses somos também um pouquinho do Floriano. Parabéns Floriano pelo teu aniversário. Parabéns família anilada pela não demonstrada em todas as ocasiões e parabéns Novo Hamburgo, pelo Floriano. [...] Jornal NH (1960, p. 8).

Ainda em 1960 este jornal abriu uma seção onde as empresas poderiam saudar o Clube Floriano pelo seu 49º. Aniversário, o que foi feito por um grande número de empresas que ao mesmo tempo que evocavam as conquistas do anilado, faziam o ingresso de receita para o jornal através de publicidade paga.

Figura 3 - Jornal NH libera espaço para saudações no aniversário do Floriano.

Nesta data, milhares antes do clube, estavam perfilados os atletas do atual E. C. Floriano, que tiram logo após derrotar a Internacional pelo score de 3 a 1, encerrando assim com chave de ouro, as festividades comemorativas da sua 49ª aniversário.

Encerrando as festividades comemorativas para a boa vontade, e o pendor: imediatamente: "Frasco de: Kröner, Schmitt, Peron, Hiss, Arnaldo Bruno Schmidt, Schuster, Arns, Figue, Rinaldo V. Rosarita, e outros localizados: anilados: - todos menos não: nos: - todos os momentos: - não: - todos e continua: boa vontade

O presidente Oscar Sperk, que deseja saudar a seu clube de futebol, em homenagem

## Estas Firmas Saudam o E. C. Floriano Pelo Seu Aniversário

<b>João Alvicio Mattje</b> <b>CURTUME SÃO JOÃO</b> Rincão do Cascalho, S.S. do Cai DEPÓSITO: Rua Bento Gonçalves, 2500 <b>ESPECIALISTA EM SOLAS</b>	<b>CARNEIRAS FORRO, CAMURÇAS, NAPAS, PELICAS BOTAS, CABRAS FORRO E TRESSE</b> Rua Joaquim Pedro Soares, 485 End. Tel.: "Thoen" Representantes e depositários exclusivos para o Rio Grande do Sul <b>CURTUME VICTÓRIA LTDA.</b> Salvador — Bahia	<b>Calçados CEMA Ltda.</b> <b>FABRICANTE DE CALÇADOS MODELO LUIZ XV e BABY</b> Rua Santos Dumont, s/ n. Caixa Postal, 211 <b>NOVO HAMBURGO</b>
<b>E. von Berg &amp; Cia.</b> <b>NOVO HAMBURGO — Rio Grande do Sul</b> Av. Pedro Adams F., 5241/2221 — Fone. 149 Instalações de luz e força — Consertos de rádios e aparelhos elétricos. Completo sortimento de material elétrico. Lustres, Globos, etc. Refrigeradores, Bieleleas, Enceradeiras, Aspiradores de pó, Maq. de Costura, Liquidificadores, Rádios, Discos, Brinquedos, Artigos de Bazar — Televisores G.E.	<b>Kruse &amp; Cia. Ltda.</b> <b>NOVO HAMBURGO — Rio G. do Sul</b> Caixa Postal, 70 — Fone 103 Rua 5 de Abril, 93 <b>Fábrica de Calçados: RELUZ — DUREX</b> Morsa Regatada Especialista em tipos "L 15"	<b>Criações Sulex</b> <b>FABRICA DE CALÇADOS de A. ILMO CASEL &amp; CIA. LTDA.</b> Especialistas em Luiz XV Rua 5 de Abril, 68 - NOVO HAMBURGO Rio Grande do Sul
<b>Hammer Irmãos &amp; Cia. Ltda.</b> Ferragem — Distribuidores dos produtos <b>BRAHMA — Chopp em barris</b> Av. Pedro Adams Filho, 5134 — Fone 6	<b>Weidle &amp; Cia.</b> Fábrica de Saltos de Madeira em Geral Marca "WEIDLE" Especialistas em Saltos Luiz XV Rua Cristóvão Colombo N.º 88 e 94 Cx. Postal 78 — NOVO HAMBURGO	<b>Marks, Adams &amp; Cia. Ltda.</b> <b>DEPÓSITO DE MADEIRAS</b> Materiais para Construção em Geral Avenida Pedro Adams Filho, 2844

**Fonte: Jornal NH (1960, p. 7).**

Durante o ano de 1961, o Clube Floriano continuou em destaque nas páginas do Jornal NH. A partir deste ano o jornal deixou de ser quinzenal e passou a semanal. Munidos com mais informações que no ano anterior e uma melhor organização em suas publicações, o jornal no ano de 1961 tinha uma diagramação mais organizada e constante ao ser comparado com as edições do primeiro ano, em 1960.

As colunas “Meu Comentário” e “Chutando Bola”, presentes em 1960, deixaram de ser publicadas, mas o clube de Novo Hamburgo ainda manteve seu lugar de destaque nas reportagens esportivas. Foi neste ano em que o jornal começou a publicar notícias referentes a outros clubes, dentre os quais destacam-se o Grêmio, o Internacional e o Clube Esperança, este fundado no bairro de Hamburgo Velho e que foi o maior rival local do Floriano.

Além dos conceitos de agenda Setting já citados, o frame temporal aparece nesse conjunto de publicações relacionadas ao aniversário do clube, até o ano de 1961, pois verificou-se que as informações seguiam tanto o agendamento da mídia como do receptor que começava a ter interesse sobre outros times de futebol.

Sobre a aparição de novos clubes e suas coberturas jornalísticas, o Esperança foi o clube que teve seu primeiro destaque nas páginas do Jornal NH quando comemorava seu 47º aniversário. Nesse momento nascia o Esperança para a cobertura do NH. Por isso, o conceito de *centralização* e *focalização* do agendamento aqui começam a não serem tão destacados.

Seu aniversário teve uma cobertura parecida, mas nada comparada com o que ocorrera com o Floriano em 1960, ao completar 49 anos.

Figura 4 - Jornal NH mencionando o aniversário do clube Esperança



Fonte: Jornal NH (1961, p. 10 e 11).

No ano seguinte em 1961, com a comemoração do 50º aniversário do Floriano houve um grande movimento no NH. Além das coberturas tradicionais houve uma publicação de página inteira, destacando o acontecimento, com o uso das cores para chamar mais atenção deste grande dia na história do clube. Mais uma vez nota-se o destaque especial dado ao clube Floriano e os conceitos de *Acumulação*, *Onipresença* e *Centralidade* estão presentes na cobertura do NH.

Nesse segundo ano de existência do Jornal NH ficou visível a melhoria de sua editoração e a organização das páginas, colunas e matérias. Do ponto de vista da cobertura futebolística, já não tinham como foco principal o Floriano. Se no ano anterior fora nítido o destaque do clube local, as publicações a partir de 1961 começaram a abrir um espaço cada vez maior para o rival Esperança e os times da capital do estado, ou seja, a dupla Grenal.

Ainda em 1961 houve a campanha do Floriano pela busca dos quatro mil (4.000) sócios. Uma campanha envolvente que, recorrendo as páginas do jornal, convidava a comunidade e os leitores a ingressarem como sócios do Floriano. O clube também passou a incentivar a presença nos jogos, através de uma chamada feita pelo jornal pedindo para que cada torcedor que fosse ao estádio deveria trazer outro e, desta maneira, rapidamente o Floriano alcançaria sua meta.

Nesse levantamento de reportagens, o *Time-lag* do agendamento se fez presente, pois a mídia colaborou com a agenda do receptor. Assim como a reportagem buscou a *Focalização* devido ao tratamento diferencial dado ao assunto.



Figura 5 - Campanha dos 4 mil sócios do Esporte Clube Floriano

**Floriano Inicia a Campanha dos 4.000 Sócios**

O Esporte Clube Floriano, na primeira dia, iniciou a campanha dos 4.000 sócios. Visa com este número, o clube prosseguir por ficar. Segundo, conseguir com a adesão de um grupo social e desta forma proporcionar melhores condições para o desenvolvimento do clube.

Esta iniciativa, que foi iniciada pelo sr. Arydo Nogueira, presidente do Floriano, e que está tendo parte ativa na campanha, juntamente com todos os departamentos do clube.

Atualmente a Floriano conta com 2.500 associados, portanto um quarto social de respeito. Contudo a crescente elevação no índice populacional da cidade, a cada altura, trazendo a cada dia milhares de habitantes, propiciando possibilidades ao Floriano conseguir atingir sua meta.

BASTA QUE CADA SÓCIO CONTRIBUA MAIS UM.

Uma missão difícil de alcançar e a qual que faz o Esporte Clube Floriano, é de que cada um dos sócios, sempre trazer mais um para se tornar de seu clube. Desta forma todos estarão se beneficiando, pois o Floriano poderá realizar maiores investimentos em sua estrutura física, proporcionando maior conforto aos seus atletas e funcionários.

**DIVULGADO EM FOMAS**

Segundo ainda o responsável, a campanha será feita em 10 dias, e a cada dia, haverá uma distribuição de 400 folhetos, com o objetivo de levar a campanha a um destino célere.

**GRÁFICA HAMBURGUEZA**  
Impressos em geral  
Seção de Estampagem  
TRESSÊS e FORRAÇÃO SALTO SOLA  
BENTO GONÇALVES - 1947

**RIFU BAZAR**  
Av. Pedro Adams F.  
5043 — quase esquina  
Marechal Delfino

**OK**  
V. aumenta a durabilidade de seu vestuário!

Fonte: Jornal NH (1961, p. 18).

Ao final de 1961 as publicações do Jornal NH eram feitas com ênfase em quatro equipes que seriam destaque nas reportagens esportivas, sendo elas: o Floriano, perdendo espaço para as outras três equipes no caderno de esportes do jornal, o rival e a dupla Grenal.

A verdadeira corrida à dupla grenal por parte dos fabricantes de mercadorias iniciou no segundo semestre de 94 e, em pouco mais de um ano, o Inter já possui mais de sessenta e o Grêmio mais que o dobro de produtos licenciados disponíveis no mercado. A diversidade dos produtos é notável; de bonés, fitas e camisetas até lençóis, toalhas de banho e roupas íntimas; de balas, biscoitos e sorvetes até massas e erva-mate; de bicicletas, cadeiras de praia, suco de laranja e cervejas até velas, relógios e carvão vegetal. (DAMO, 1996, p.5)

Um ano de grande mudança e evolução editorial para o Jornal NH, aconteceu em 1962. Diferentemente dos anos anteriores e primeiros de sua existência, em 1962 o jornal tinha a preocupação em unir informação e publicidade. Essa modificação iniciou no final de 1961, quando ele passou a receber uma grande quantidade de publicidade de empresas locais, criando um jornal comercialmente bem situado. Esse momento do veículo foi determinante para que ele implementasse um crescimento de sua atuação, lançando as bases do que se tornaria hoje, uma referência em mídia e detentora de cinco jornais no interior do estado, uma rádio e um provedor de internet. Segundo Schemes (2010, p.169), "Por esta perspectiva, buscamos explorar através do jornal [...] e suas representações veiculadas no Jornal NH, principal veículo de comunicação da cidade de Novo Hamburgo e região".

A partir desse momento, a cobertura esportiva e o espaço dedicado aos clubes passaram a depender muito de seu desempenho esportivo. O Floriano, juntamente com seu rival, Esperança, disputavam dentro das quatro linhas a vitória, pois somente desta forma apareceriam nas páginas do NH. Sem uma preferência mais tão clara, os clubes, principalmente o Floriano, teriam que vencer e convencer para que obtivessem um grande texto e cobertura.

Por sua parte, o Jornal NH em 1962, possuía público diversificado, centrado menos na venda avulsa e mais fortemente em assinatura doméstica e comercial, característica que preserva até os dias atuais<sup>ii</sup>.

Para o Floriano, este foi um ano de mudanças na cobertura do NH, pois agora havia disputa de espaço nas páginas, o que anteriormente era dedicado somente a ele e seus torcedores. Agora, o espaço era dividido entre outras equipes da região e da capital e também anúncios de empresas e a publicidade, que aumentava a cada ano. Para Shaw citado por Wolf (2007) a forma com que as mensagens são direcionadas faz com que as pessoas deem mais ou menos importância a elas. A ênfase dada a uma determinada informação por um meio de comunicação de massa, colabora para que o assunto entre ou não na pauta de discussão da sociedade.

Em 1962 passou-se a usar fotos com mais frequência para destacar equipes, jogadores ou algum acontecimento importante relacionado ao esporte. A grande maioria das fotos eram dos jogadores que marcavam o gol da vitória ou do goleiro que tivesse salvo o seu clube.

O ano de 1963 veio e junto com ele, mudanças editoriais importantes para os clubes, como o caderno de esportes, por exemplo, que deixou de existir e, com isso, a presença da dupla Grenal passou a ser cada vez maior nas suas páginas, embora houvesse ainda um destaque maior para os clubes da região.

Outro grande diferencial do Jornal NH nesse ano foi o estilo de fonte utilizada em suas publicações. De uma maneira variada, o jornal alterava as fontes tipográficas, utilizando uma para cada texto, tentando facilitar a procura das seções para o leitor.

Foram poucas as mudanças editoriais e de estilo no NH em 1963. Com destaque para a diagramação, o restante das publicações continuavam da mesma maneira do ano anterior, sem ter um clube como destaque e com uma boa quantidade de propaganda em suas páginas.

Em 1964, o Grêmio e o Internacional passaram a ter mais espaço nas publicações do jornal e com um pouco mais de frequência. Os clubes da região agora tinham este rival não somente dentro de campo, mas na principal mídia da região. Iniciava aí uma virada na cobertura esportiva que, ajudada pela forte presença de rádios da capital e mais a televisão, colaborariam para esvaziar pouco a pouco o local em detrimento dos acontecimentos da capital. Um processo que foi gradativamente solapando os espaços dos clubes de futebol do interior do Estado. Conforme Peruzzo (2002) mesmo com a mídia local tendo como ponto de partida a informação gerada na região, a fim de ressaltar o sentimento de pertença e da identidade do local, ela está ligada a política editorial dos veículos de comunicação. E como foi apontado o Jornal NH não deixou de informar sobre as agremiações da cidade, mas com um forte investimento em publicidade, optou em também veicular as notícias dos times de futebol da capital como uma forma de atrair os leitores.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunidade de Novo Hamburgo, desde sua formação, manteve uma tradição de mídia impressa local, com foco na comunidade. Desde a criação de O 5 de Abril, em 1927, houve um movimento de integrar ao jornal as ações de desenvolvimento político, econômico e social da nova cidade. Esse veículo se esgota no início dos anos 1960, que tem a chegada de um novo jornal com uma visão mais comunitária e ligada as causas locais, o NH. Esse novo veículo rapidamente se estabelece com supremacia, mesmo em relação aos jornais da capital do estado, fato que se mantém vivo até os dias de hoje.

A partir da hipótese de Agenda Setting, verificamos que proposta pelo NH cobria os principais acontecimentos e encampava as grandes causas locais, destacando informações ancoradas no local, organizando a agenda da cidade. Entre elas estava a questão esportiva, especialmente do futebol. Nesse contexto de envolvimento, pudemos observar como os movimentos de cobertura jornalística aconteceram e como o jornal NH evoluiu em sua organização editorial e com os espaços originalmente reservados com maior densidade aos clubes locais, foram disputados e novas oportunidades surgiram para o Floriano bem como, posteriormente, para os clubes de futebol de Porto Alegre, especialmente a dupla Grenal.

Em seu primeiro ano de publicação em 1960, o NH foi um jornal com foco em um único clube, o Floriano, mas as publicações sobre o clube eram vagas e com pouca profundidade de informações e análises. No ano seguinte, começou um processo de incluir na cobertura outros clubes, como o rival Esperança e, posteriormente, a dupla Grenal. O jornal começou a ser publicado semanalmente e próximo do fim notou-se um grande aumento de publicidade no NH, no qual em alguns momentos interferiu na publicação das informações, principalmente na parte esportiva.

Essa abertura a outros clubes, em detrimento a quase exclusividade do Floriano, em seu primeiro ano de circulação foi cada vez mais sendo ampliado. A chegada das ondas de rádio da Capital e, posteriormente, a televisão foram decisivos para esse alargamento das fronteiras e a inclusão de clubes de fora da comunidade na cobertura do NH.

De um jornal quinzenal, com pouca informação e um único clube em suas páginas, para um jornal semanal, com muita informação, variedade e organização gráfica e editorial, o Jornal NH foi transformando-se de ano a ano. Esse processo contínuo transformou o Jornal, já o Floriano, voltou ao seu nome original em 1969 e atualmente o Esporte Clube Novo Hamburgo, ou anilado, disputa a primeira divisão do Estado e divide as páginas esportivas do Jornal NH com a dupla Grenal além dos grandes clubes brasileiros e internacionais.

#### REFERÊNCIAS

ALVES, Sady. **Técnicos & Técnicos**. Jornal NH, Novo Hamburgo, RS, 26 mar. 1960, p. 5.

\_\_\_\_\_. **Aniversário do Esporte C. Floriano**. Jornal NH, Novo Hamburgo, RS, 30 abr. 1960, p. 8.

ARAUJO, Denise Castilhos de; SCHEMES, Claudia; MAGALHÃES, Magna Lima. Enfoques de uma crise: o jornal como fonte de pesquisa. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências**

**Humanas**, Florianópolis, SC, v.11, n. 99, p. 167-185, 2010. Disponível em: < <http://livros-e-revistas.vlex.com.br/vid/enfoques-uma-crise-jornal-fonte-pesquisa-264495182>>. Acesso em 12 nov. 2015.

BARBOSA, Marialva. Jornalismo e História: um olhar e duas temporalidades. In: Neves, Lúcia; MOREL, Marco (orgs). **História e Imprensa: Homenagem a Barbosa Lima Sobrinho – 100 anos Anais Colóquio**. Rio de Janeiro: UERJ/IFCH, 1987.

BARBOSA, Marialva. Como escrever uma história da imprensa. **Grupo de trabalho História do Jornalismo**, 2004.

BEHREND, Martin Herz. **O 5 de Abril**: o primeiro jornal de Novo Hamburgo. Novo Hamburgo, RS: [s.n.], c2002. 188 p.

CHUTANDO a Bola. **Jornal NH**, Novo Hamburgo, RS, 26 mar. 1960, p. 5.

DAMO, Arlei Sander. **Futebol, consumo e publicidade**: novas modalidades de apelo e representação do pertencimento clubístico. 1996. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/030e155e6727479d371afee53d7e55cd.pdf>> Acesso em: 30 out. 2015

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e Revolução. 1. ed. São Paulo, SP: Cia de Letras, 1990

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo do interior atende expectativas dos assinantes. **A Comunicação, o Social e o Poder: cultura, complexidade e tolerância**, v. 1, p. 9-31. 2003.

ESTAS Firms Saudam o E. C. Floriano Pelo Seu Aniversário. **Jornal NH**, Novo Hamburgo, RS, 06 mai. 1960, p. 7.

FLORIANO Inicia a Campanha dos 4.000 Sócios. **Jornal NH**, Novo Hamburgo, RS, 24 jun. 1961, p. 18.

GUZZELLI, Cesar Augusto Barcellos. 500 anos de Brasil, 100 anos de futebol gaúcho: construção da “província de chuteiras”. **Anos 90**. Porto Alegre, v.08, n.13, p.21-50, 2000.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antônio Jorge Gonçalves; LOVISOLO, Hugo Rodolfo. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Mauad Editora Ltda, 2001.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 12. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

JESUS, Gilmar Mascarenhas. A via platina de introdução do futebol no Rio Grande do Sul. **Lecturas: Educación Física y Deportes**. Revista Digital. Buenos Aires, Ano 5, n. 26, 2000.

\_\_\_\_\_. Imigrantes desportistas: os alemães no sul do Brasil. **Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales**, v. 5, 2001.

KESKE, Humberto Ivan; PRODANOV, Cleber Cristiano; MOSER, Vinicius. O 'maior espetáculo da terra': o futebol e sua capacidade de transgredir os níveis de cultura de massa. **Intexto**, Porto Alegre, RS, n. 26, p. 245-259, jul. 2012.

MALTZAHN, Paulo Cezar. **A Construção da identidade étnica teuto-brasileira em São Lourenço do Sul** (década de 1980 até os dias atuais). Tese de Doutorado de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/94725>>. Acesso em: 20 nov. 2015.



MURAD, Mauricio. **Dos pés à cabeça: elementos básicos de sociologia do futebol**. Irradiação Cultural, 1996.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências.

**Comunicação e Sociedade**, Vol 1, nº38, p. 67-84, 2002. Disponível em:

<[http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs\\_umesp/article/view/196/154](http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/cs_umesp/article/view/196/154)>. Acesso em: 5 out. 2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FERNANDES, Luis Fernando. Foot-Ball Club Esperança, Esporte Clube Novo Hamburgo e a rivalidade futebolística na cidade industrial. **Lecturas: Educación Física y Deportes**, Revista Digital. Buenos Aires, ano 14, nº.135, 2008.

PRODANOV, Cleber Cristiano; MOSER, Vinicius. O futebol ítalo-germânico no Rio Grande do Sul

**Lecturas: Educación Física y Deportes**, Revista Digital, Buenos Aires, Argentina, año 14, n. 135, 8 f., ago. 2009.

\_\_\_\_\_. Marcas de uma história, marcas do futebol: o Football Club Esperança. **Lecturas:**

Educación Física y Deportes, Revista Digital, Buenos Aires, Argentina, ano 15, n. 152, 6 f., jan. 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; PUHL, Paula Regina; KERBER, Alessander. Jornalismo e identidade: O caso do jornal “O Cinco de abril” em Novo Hamburgo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **V Congresso Nacional de História da Mídia** – São Paulo – 31 maio a 02 de junho de 2007.

RIBEIRO, Neusa Maria Bongiovanni; BRAGANÇA, Maria Alice. A história do jornalismo em Novo Hamburgo: apontamentos iniciais. **Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**, Florianópolis, SC ,2.: 2004 abr. 15-17: Florianópolis, SC

SANTOS, João Manuel Casquinha Malaia; DRUMOND, Maurício. A construção de histórias do futebol no Brasil (1922 a 2000): reflexões. **Revista Tempo**, v. 17, n. 34, p. 21-23, 2013.

SCHEMES, Claudia; ARAUJO, Denise Castilhos de; MAGALHÃES, Magna Lima. Enfoques de uma crise: o jornal como fonte de pesquisa histórica. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, Florianópolis, SC, v.11, n. 99, p. 167-185, 2010

SCHEMES, Claudia. As relações de trabalho em Novo Hamburgo: O jornal o 5 de (1934/1935). Alcar, **Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia**, 2011. Disponível em:

<[SEQUÊNCIA do Cinquentenário: Floriano X Internacional. \*\*Jornal NH\*\*, Novo Hamburgo, RS, 13 mai. 1961, p. 10 e 11.](http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-20051/AS%20RELACOES%20DE%20TRABALHO%20EM%20NOVO%20HAMBURGO.doc/view.>.</a> Acesso em: 20 nov. 2015.</p>
</div>
<div data-bbox=)

TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo** – Análise de Textos da Teoria do Agendamento – Coleção Comunicação, Media, Minerva Coimbra, Coimbra, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

<sup>i</sup> O Floriano, originalmente Sport Club Novo Hamburgo, é um clube de futebol da cidade de Novo Hamburgo/RS. Sua trajetória iniciou no dia 1º de maio de 1911, quando um grupo de funcionários da fábrica de calçados Adams fundou a agremiação. Em 1944, o **Sport Club Novo Hamburgo** não resistiu à pressão política do Estado Novo que obrigou a troca de nomes de clubes, escolas e hospitais. Houve então a transformação para **Esporte Clube Floriano**. Esse nome permaneceu até 1968, quando retornou a nomenclatura original, passando a chamar-se Esporte Clube Novo Hamburgo.

<sup>ii</sup> De acordo com o Instituto Verificador de Comunicação (IVC), o NH é o oitavo jornal do Brasil em número de assinantes. Informação disponível em: <<https://assinante.gruposinos.com.br/loja/assine/veiculo/jornal-nh>>. Acesso em: 4 out. 2016.