

# Entre o objetivo e o subjetivo: a presença de novos valores- notícia no jornalismo esportivo

Daniel Leal  
Giovana Borges Mesquita

## Daniel Leal

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e membro do ReNEme – Rede Nordestina de Estudos em Mídia e Esporte.

E-mail: danielreal87@gmail.com

## Giovana Borges Mesquita

Professora adjunta do curso de Comunicação do CAA-UFPE e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

E-mail: giovanamesquita@yahoo.com.br

## Resumo:

O jornalismo esportivo comporta-se com atrevimento capaz de desafiar determinadas regras basilares da profissão para se tornar uma espécie de laboratório de experimentação, explorando novos caminhos narrativos e formatos (TORRIJOS, 2022). Neste sentido, este artigo propõe uma revisão bibliográfica para abordar alguns dos conceitos relativos à noticiabilidade, ao valor-notícia e à seleção noticiosa, especialmente a partir da visão de Nelson Traquina (2005) e Mauro Wolf (2003; 2005), para realizar uma correlação de como essas classificações dialogam com o jornalismo esportivo. Observamos que este campo é capaz de ressignificar determinados valores e fazer aparecer outros, sendo um fértil produtor de debates que dialogam com o objetivo e o subjetivo. Além disso, este trabalho também propõe novos valores-notícia surgidos, essencialmente, por via das mudanças sociais, do impacto da audiência potente (MESQUITA, 2022) e da evolução tecnológica.

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo; Valor-notícia; Audiência.

## Between the objective and the subjective: the presence of new values-news in sports journalism

## Abstract:

Sports journalism behaves with daring, capable of challenging certain basic rules of the profession to become a kind of experimentation laboratory, exploring new narrative paths (TORRIJOS, 2022). In this sense, this article proposes a bibliographic review to address some of the concepts related to newsworthiness, news values and news selection, especially from the perspective of Traquina and Wolf, to perform a correlation of how these classifications dialogue with sports journalism and how this field gives a new meaning to certain values and makes others appear, being a fertile producer of debates that dialogue with the objective and the subjective. In addition, this work also proposes new news values that have arisen, essentially, through social changes, the impact of the powerful audience (MESQUITA, 2022), and technological evolution.

**Keywords:** Sports journalism; News value; Audience.

## Introdução

A relação entre o jornalismo esportivo e a tríade noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa dos fatos tem despertado cada vez mais a atenção de pesquisadores, especialmente nos mais recentes últimos anos no Brasil (LEAL, 2020; NEVES, 2020; FIRMINO, 2021), assim como em países ibero-americanos de tradicional produção no campo desportivo, como são os casos da Argentina (LÓPEZ, 2020), México (QUISPE, 2020) e Espanha (TORRIJOS, 2022). Um aceno importante de que a preocupação com uma das temáticas mais populares do jornalismo, historicamente tratada no campo acadêmico da comunicação como “um tanto marginal” (GASTALDO, 2020, p. 400), tem ganhado espaço para reflexão e oferecido recursos que podem ser caros e interseccionais aos demais campos da área.

Uma das características do sistema da mídia é a sua particular predisposição para se adaptar a novos cenários, ambientes, valores e contextos históricos. Ou seja, ela é mutável (JORGE, 2013). Alsina (2009, p. 55) defende a comunicação como “um ecossistema em permanente estado de mudança”. Assim como a comunicação é mutável, os processos definidores do que vem a ser notícia também são. Desde o século passado, uma infinidade de pesquisadores têm se debruçado a investigar os critérios que os jornalistas utilizam para selecionar e identificar se uma situação é, de fato, noticiável (GALTUNG; RUGE, 1965; WOLF, 2003; 2005; TRAQUINA, 2005; SILVA, 2014a).

Como apresentaremos a seguir, os valores-notícia seguem o universo midiático: ou seja, não são rígidos tampouco estáticos. Por isso, entendemos que, com o advento das novas tecnologias, com as redes sociais e com o impacto de uma audiência potente (MESQUITA, 2022) existe uma tendência cada vez maior de critérios objetivos dialogarem com um jornalismo dito subjetivo (MORAES, 2022) o que impactaria diretamente na seleção dos fatos, nos valores-notícia e nos critérios de noticiabilidade.

Partindo da premissa de que o jornalismo reproduz uma representação social da realidade (ALSINA, 2009), e o campo esportivo está nele inserido, este artigo tem como objetivo provocar um diálogo entre as abordagens no campo teórico acerca das definições e utilizações dos conceitos de noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa. É fundamental destacar que utilizaremos as nomenclaturas com base na sistematização dos valores-notícia encontrados no jornalismo segundo a categorização de Traquina (2005), com base em Wolf (2003; 2005), para fazer um paralelo dessas perspectivas, de como elas podem ser ressignificadas no jornalismo esportivo, e como resultam novos valores-notícia, como iremos propor.

Observaremos, por exemplo, como valores-notícia (VN) clássicos do jornalismo, a exemplo de Conflito ou Controvérsia (1), Notoriedade (2), Inesperado (3), Relevância (4) e Novidade (5), entre outros, podem ganhar um viés particular quando abordados no campo desportivo. O primeiro pode fazer sentido na rivalidade entre as torcidas; o segundo, emergir no estatuto das estrelas do esporte; o terceiro, de uma derrota histórica (quem não lembra do 7 x 1 sofrido pelo Brasil diante da Alemanha na Copa 2014?); o quarto pode lançar luz à construção de um novo equipamento poliesportivo com função social; e, o quinto, remeter facilmente a uma vitória do Brasil diante da China num esporte como o tênis de mesa, no qual os orientais são uma potência mundial.

### Sobre os valores-notícia

A primeira tentativa de identificar, “de forma sistemática e exaustiva” (TRAQUINA, 2005, p. 69), os critérios que a comunidade interpretativa dos jornalistas utiliza no seu trabalho, ou os fatores que influenciam o fluxo de notí-

<sup>2</sup> Essa noção aciona, ao mesmo tempo, a construção textual do sujeito biografado e a credibilidade/ autoridade atribuídas ao biógrafo, responsável pelos enunciados.

cias, foi de Galtung e Ruge (1965/1993). Em resposta à pergunta “como é que os acontecimentos se tornam notícia?”, os pesquisadores enumeraram doze<sup>1</sup> valores-notícia. Desde então, muitos estudos têm avançado na perspectiva de melhor elaborar os procedimentos intrínsecos às escolhas dos acontecimentos que fazem os jornalistas terem nos seus “óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras (...). Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p. 12).

Não procederemos a uma apresentação exaustiva e sistemática de todas as abordagens já trazidas até aqui, mas daremos foco aos desdobramentos das perspectivas de Wolf (2003; 2005) e de Traquina (2005), sem esquecer, entretanto, de reconhecer críticas e avanços realizados ao sistema, como já fez Gislene Silva (2014a).

Para Wolf (2005, p. 195), “a noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista do aparato do trabalho e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia”. Assim, o autor estabeleceu no seu campo teórico a distinção entre valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Segundo ele, os valores-notícia devem ser reconhecidos como um dos componentes de uma dinâmica abrangente, sendo a noticiabilidade um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos para então transformá-los em notícia (WOLF, 2003).

Neste ponto, antes de avançar com as ideias de Wolf (essas basilares para Traquina), importa trazer à discussão que elementos como “seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia” são concepções que desempenham um papel fundamental no universo da informação periódica, porém “tais facetas da dinâmica de construção da narrativa jornalística nem sempre são analisadas de um modo devidamente diferenciado”, salienta Silva (2014b, p. 30) para reforçar que a tríade, embora muito usada como tal, não deve ser tratada como sinônimo.

Silva (2014a) sugere que os valores-notícia devem ser sempre atrelados às características dos fatos em si, enquanto a seleção, mais ligada ao gatekeeper<sup>2</sup>, “se estende no interior da redação adentro, quando é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar” (SILVA, 2014a, p. 56). Franciscato (2005, p. 171), observa, por sua vez, que os critérios de noticiabilidade surgiram como uma “expressão empregada para delimitar um conjunto de referências estáveis na rotina jornalística de trabalho que, analisadas em sua regularidade, revelariam a noticiabilidade de um evento”.

Feito este importante e breve preâmbulo desses conceitos, podemos avançar com o desmembramento de Wolf (2003) entre os valores-notícia de seleção e de construção. O primeiro está dividido em dois subgrupos, os substantivos – dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse; e os critérios contextuais – dizem respeito ao contexto da notícia. Por sua vez, “os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para apresentação do material, o que deve ser prioritário na construção da notícia” (TRAQUINA, 2005, p. 78).

Silva (2014b, p. 80), a partir de Wolf (2003), portanto, observa que os valores-notícia estão presentes ao longo de toda a problemática da produção jornalística: “do processo de seleção dos acontecimentos ao processo de elaboração da notícia – diferenciação que, pelo fato de transpassar os limites das características intrínsecas do evento, recebe interpretações críticas” - como ressalta, por exemplo, Silva (2014a)<sup>3</sup>.

Sendo assim, são nove os valores-notícia de seleção em termos de critérios substantivos elencados por Traquina (2005): Morte; Notoriedade; Proximidade; Relevância; Novidade; Tempo; Notabilidade; Inesperado; Conflito ou controvérsia; Infração; e Escândalo. No “quadro 1” é possível ver a enumeração também dos demais valores-notícia (com os critérios contextuais e os de valores de construção).

<sup>1</sup> Conferir em: *The Structure of Foreign News* (GALTUNG; RUGE, 1965).

<sup>2</sup> “Diante de muitos acontecimentos, só vieram notícia aqueles que passam por um portão (gate, em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro (gatekeeper), que é o próprio jornalista” (PENA, 2005, p. 133).

<sup>3</sup> Silva (2014a, p. 54) observa que “é reducionista, portanto, definir noticiabilidade ou somente como conjunto de elementos por meio dos quais a empresa jornalística controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimento ou apenas como o conjunto de elementos intrínsecos que demonstram a aptidão ou potencial de um evento para ser transformado em notícia”.

**Quadro 1 – Proposta de Valores-notícia segundo Traquina (2005)**

**Fonte:** Autores, a partir de uma sistematização de Traquina (2005)

Neste artigo, por se tratar de um trabalho exploratório, qualitativo, sustentado em abordagens teórico-metodológicas interdisciplinares e sem pesquisa

Valores-notícia de seleção: critérios substantivos	Valores-notícia de seleção: critérios contextuais	Valores-notícia de construção
Morte Notoriedade Proximidade Relevância Novidade Tempo Notabilidade Inesperado Conflito ou Controvérsia Infração Escândalo	Disponibilidade Equilíbrio Visualidade Concorrência Dia noticioso	Simplificação Amplificação Relevância Personalização Dramatização Consonância

de campo, iremos nos deter apenas aos valores-notícia de seleção com critérios substantivos. O intuito é observar como esse ambiente midiático esportivo se evidencia peculiar a ponto de fazer valores-notícia clássicos ganharem sentidos particulares e como esse mesmo campo pode oferecer novos valores-notícia.

**Entre a objetividade e a subjetividade**

Pode-se apontar que o fazer jornalístico exige um esforço diário de suspensão de cotidianidade que questione o processo de naturalização do senso comum, conforme aponta Moretzsohn (2007). É, então, a todo instante, pensar contra os fatos, como destaca a autora. Mas é justamente a recomendação por um distanciamento crítico, ou seja, pela objetividade, um dos princípios basilares do jornalismo. Reflexo do Iluminismo e do Positivismo, forjados nos contextos das revoluções liberais do século XVIII, com a valorização do “homem centro no universo” e dos métodos científicos, a imparcialidade contribuiria para “encontrar, convenientemente, o caráter ideológico da atividade jornalística” (MORETZSOHN, 2007, p. 107).

A objetividade, de acordo com Pena (2005, p. 50), “é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer a sua inevitabilidade”. Permeado por uma linguagem mais informal, a dita objetividade jornalística é muitas vezes deixada de lado sem cerimônia no campo esportivo, mesmo que para isso seja necessária a utilização de adjetivos e a consequente expressão de juízo de valores.

Durante as transmissões das partidas de futebol, a valorização do acontecimento passa necessariamente por adjetivações e figuras de linguagem: um determinado tipo de saque no vôlei, vira “uma jornada nas estrelas”; um chute forte, uma “bomba”; uma falta dentro da grande área é uma “penalidade máxima”. As expressões, frutos de uma linguagem mais informal, e incorporadas pelo noticiário e pelo público, remetem à natureza do esporte: o entretenimento.

Sousa (2005) defende que, no universo jornalístico, a noticiabilidade seja

constituída a partir da complementação entre o que identificamos como valores jornalísticos, de um lado, e, como estratégias de mobilização da indústria do entretenimento, de outro. Assim como a autora, enxergamos o noticiário esportivo como um produto híbrido de jornalismo e entretenimento, podendo a especialidade transitar por ambos, incorporando características por vezes mais ligadas ao jornalismo e, por outras, mais ligadas ao entretenimento.

Esse fenômeno pode acontecer sem a perda dos critérios clássicos do jornalismo, que “são levados em consideração na hora da seleção e construção das notícias, ao mesmo tempo em que aspectos relacionados ao entretenimento fazem parte da noticiabilidade inerente ao fato esportivo” (SOUSA, 2005, p. 12). Podemos dizer que a discussão sobre jornalismo esportivo e entretenimento é ampla e sequer está perto de ser definitiva (LEAL, 2020).

Não é pretensão desta pesquisa explorar todas as Teorias do Jornalismo relacionadas à notícia. Mas uma em especial faz parte do nosso fundamento teórico para justificar a mutação da noticiabilidade pela qual o jornalismo esportivo não é exceção – pelo contrário. Ela se baseia no *Newsmaking*, estudo que surgiu nos anos de 1970 e se apoia fundamentalmente nas pesquisas sobre a produção da notícia. Este paradigma é uma conjunção de perspectivas teóricas que trabalham o jornalismo como lugar de construção social, logo, longe de ser um espelho do real. O jornalismo é, então, “uma construção social de uma suposta realidade” (PENA, 2005, p. 128).

Não é em vão que o *Newsmaking* (estudos do jornalismo e das rotinas de produção) tem bases claramente construtivistas, dialogando com o conceito de construção social da realidade, cujo solo paradigmático é o da Sociologia do Conhecimento. É por isso que essa Teoria do Jornalismo tanto nos interessa: o fato de ser o jornalismo partícipe da realidade – influenciando, mas também por ela sendo influenciada.

Sem deixar de reconhecer os procedimentos técnicos necessários à prática jornalística, como a rigorosa apuração dos fatos, Moraes (2022, p. 22) faz uma crítica contundente à ideia da objetividade. A autora realiza uma recuperação histórica das origens do conceito que envolvem a “neutralidade” no jornalismo para realçar como a racionalidade objetiva é profundamente racializada, classista e generificada. Como consequência, essa racionalidade seria responsável por “hierarquizar humanidades”, desumanizando pessoas trans, indígenas, negras e nordestinas.

Um exemplo de como o jornalismo esportivo expõe a inconsistência desse discurso de neutralidade produzido pela mídia comercial foi dado em 2019, na cobertura do Fortaleza Esporte Clube. O time nordestino, treinado por Rogério Ceni, ex-goleiro e ídolo do São Paulo Futebol Clube, acabou por ver o técnico se tornar um dos principais da sua história. Os títulos e o sucesso na região logo fizeram diversos sites noticiosos nacionais tradicionalmente ligados aos clubes do Sudeste, que têm maior capital simbólico e cobertura midiática, tratar o Fortaleza como o “Time de Ceni” (SANTOS, BORGES, SOBRINHO, 2020).

De acordo com Santos, Borges e Sobrinho (2020, p. 135), o “apagamento de identidade – do clube Fortaleza – ainda reproduz uma prática recorrente da imprensa do Sul e Sudeste de inferiorização de identidades nordestinas”. Moraes (2022, p. 71) observa que “o racismo, a misoginia e o classismo respaldados por uma ‘objetividade’ se dão não somente sobre pessoas e grupos, sabemos, mas também sobre regiões”.

Márcia Veiga (2010) apresenta na sua pesquisa sobre rotinas produtivas, com especial enfoque nas questões de gênero, como as subjetividades são constituintes no modo de fazer jornalismo. Segundo a pesquisadora, as visões de mundo dos jornalistas são manifestas nas diversas etapas do processo de produção da notícia.

Acompanhando as rotinas jornalísticas na pesquisa de campo, percebi que os valores das notícias estavam muito relacionados às visões de mundo de meus interlocutores, e

que esses valores em muito correspondiam às convenções de gênero e à heteronormatividade (VEIGA, 2010, p. 165).

Márcia Veiga (2010) apresenta na sua pesquisa sobre rotinas produtivas, com especial enfoque nas questões de gênero, como as subjetividades são constituintes no modo de fazer jornalismo. Segundo a pesquisadora, as visões de mundo dos jornalistas são manifestas nas diversas etapas do processo de produção da notícia.

Neste sentido, outras autoras também fazem ponderações mais específicas às questões de gênero, na conjuntura do jornalismo esportivo. Barreto Januário (2019) observa a presença de “valores patriarcais” no esporte e cobertura da imprensa e questiona, por exemplo, a designação de “futebol feminino”, que se torna excludente ao determinar a necessidade de se especificar o gênero apenas quando o desporto é praticado por mulheres.

Belas (2022) questionou em 2022 o posicionamento da mídia no caso de racismo praticado pelo ex-piloto tricampeão mundial de Fórmula 1 Nelson Piquet, que tratou o piloto inglês Lewis Hamilton pejorativamente como “neguinho”. “É uma reflexão que cada vez mais precisa chegar à mídia esportiva, que não é isenta. Mais do que criticar o racismo de Piquet, deve-se refletir seriamente o processo de construção dos conteúdos” (BELAS, 2022).

Este posicionamento é, muitas vezes, estimulado pela audiência, que, através das redes sociais, gera discussões que levam à mídia a repercutir os fatos. O portal *Lance!*, por exemplo, deixa evidente, no título da publicação (“Nelson Piquet chama Lewis Hamilton de ‘neguinho’ e web aponta racismo”) que a notícia foi “impulsionada” pela audiência.

### O efeito audiência nos VN

Conforme apontado no último caso acima, o jornalista pode ser influenciado pela audiência. A mais significativa foi a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador. Com a livre opção de interagir com a notícia, bem como com outros leitores, os atores (pessoas, instituições ou grupos) ganharam um novo meio para expor opiniões e adentrar em debates através das redes sociais. As novas tecnologias possibilitaram ao cidadão uma maior oportunidade de se aproximar do processo produtivo das redações, de contribuir e, conseqüentemente, exigir mais.

A abertura de novos canais de interatividade trouxe maior dinâmica ao jornalismo, especialmente nos últimos anos, quando as emissoras incorporaram em suas rotinas de produção as plataformas digitais, como *WhatsApp*, *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *TikTok* e, mais recentemente, o *Threads*. O encurtamento das fronteiras, possibilitado pelo ciberespaço, trouxe o desenho de um novo tipo de audiência e, por conseguinte, uma nova hipótese, classificada por Mesquita (2022) como “audiência potente”, que ao mesmo tempo que pode contribuir com o campo, tensiona o trabalho jornalístico que se vê constantemente acionado, em tempo real, pela audiência.

A autora apresenta 11 características desse conceito: tecnológica, de conectividade, de rede, de interatividade, de autonomia na apropriação do conteúdo, de testemunha, de coprodução, de vigilância, de reação, de propagação e de amplificação.

Quando nos referimos à audiência potente estamos falando de cidadãs e cidadãos que, de alguma forma, estabelecem uma relação ativa com os veículos de comunicação, envolvendo-se ou sendo envolvidos nos processos, práticas e nas rotinas jornalísticas (MESQUITA, 2022, p. 64).

Uma questão central para a concretização dessa nova modalidade de audiência é a interatividade. Isso nos dá ferramentas para entender, por exemplo, que

os jornalistas do campo esportivo precisaram aprender a lidar com o seu público e se adequar às novas necessidades.

Os noticiários esportivos passaram a ser pautados por ações diretas de torcedores aos seus veículos (PATRÍCIO; BALACÓ, 2021; LEAL, 2022) e muitos jornalistas entenderam que levar essa interferência em consideração passava também por uma questão de sobrevivência. Hoje, pode-se dizer que o hábito de observar os *trend topics*<sup>4</sup> do *Twitter*, para se balizar nos assuntos mais recorrentes do dia, já está devidamente incorporado por uma boa parcela dos jornalistas – “hábito” que pode ser classificado também como valor-notícia (MESQUITA, 2022).

Não se pode concluir, entretanto, que apenas a audiência e o poder das redes sociais possam justificar uma mudança de postura dos jornalistas, mas que, sim, existe um conjunto gradual de mobilização ao qual o agendamento midiático (MCCOMBS; SHAW, 1977) e os efeitos de uma audiência potente (MESQUITA, 2022) têm se mostrado fundamentais.

Como exemplificado por Barreto Januário (2019), outros fenômenos, paralelamente, impactam nessa mudança. A pesquisadora aponta uma revolução, que vem sendo percebida no Brasil desde 2015, o que se pode chamar de uma “primavera feminista”, no que se refere a temas relacionados a empoderamento feminino e a formas de representação da mulher na mídia, mais preocupada com uma retratação mais fidedigna à mulher contemporânea. O jornalismo esportivo precisou lançar luz a temáticas mais sérias, que contornam os esportes, mas que, anos atrás, eram ignoradas ou pouco debatidas, como por exemplo, o futebol de mulheres (LEAL, 2020).

Podemos citar alguns exemplos de notícias e/ou produções jornalísticas em torno de temas relativamente “novos” num campo jornalístico historicamente machista (FIRMINO, 2021), como são os casos da abordagem a atletas transgêneros (aqui podemos trazer o caso da pivô do voleibol Tifanny Abreu<sup>5</sup>); do tabu em torno da homossexualidade num ambiente associado à masculinidade e à virilidade (BARRETO JANUÁRIO, 2019), como o futebol (aqui representado por reportagens oriundas da produção *Nos Armários dos Vestiários*, com a narrativa sobre a vida de atletas LGBTQI+); do debate em torno de corpos pretos no futebol (com o *Observatório da Discriminação Racial no Futebol* à frente de um novo projeto, o *Na Raça*, para combater o racismo na mídia e no futebol); e da cobertura definida por Firmino (2021) como “jornalismo esportivo feminista”, com o projeto *Dibradoras*, que realiza uma cobertura exclusivamente do universo feminino.

Na rotina jornalística, fatores como a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção (WOLF, 2005) que convergem a todo momento para questões mercadológicas e ideológicas, são inevitavelmente levadas em consideração na construção da notícia. Não se pode dizer, portanto, que essas iniciativas estão alheias a uma adaptação do jornalismo – e dos jornalistas – às exigências do mercado.

A transformação da sociedade – acompanhada pelo jornalismo –, então, conduz uma série de mudanças nos últimos anos que permitiu, por exemplo, que Renata Silveira fosse a primeira mulher a narrar um jogo da Copa do Mundo 2022 na televisão aberta no Brasil – e ao lado de um Richarlyson, ex-atleta e agora comentarista que declarou, no corrente ano, ser bissexual.

Na mesma emissora, a *TV Globo*, com a maior audiência do país, Ana Thaís Matos tornou-se a primeira mulher a comentar os jogos da seleção masculina no torneio da Fifa em 2022. Na competição, a *Globo* escalou mais mulheres e negros, uma decisão que passou diretamente pelo diretor de conteúdo de esporte da emissora, Renato Ribeiro (2022):

Queremos que esta seja uma Copa de todos para todos. É importante que o espectador se identifique com as pessoas que estão apresentando os jogos. Por isso, tivemos a pre-

<sup>4</sup> Traduzido como tópico em tendência, mas usado na versão em português como “Assuntos do Momento”; criado em 2010 pela rede social *Twitter*.

<sup>5</sup> A primeira transexual na Superliga Feminina de Vôlei.

ocupação em ter mais mulheres e mais pessoas pretas na cobertura. (...) É preciso tornar natural a voz feminina na narração esportiva. Depois dessa Copa, nada será como antes em relação à participação das mulheres no evento.

Reforçamos que não podemos ser deterministas e afirmar que todas essas iniciativas citadas, ainda que cada vez menos isoladas, representam uma irreversível mudança para o jornalismo. Afinal, estamos a pontuar um fragmento – ainda que importante – da realidade. Além disso, as controvérsias em torno dessa “evolução” ainda são ponderadas pela audiência<sup>6</sup>, por jornalistas<sup>7</sup> e por pesquisadores da área. Costa (2022) é uma das pessoas que fazem críticas à forma como as mulheres foram inseridas na cobertura do Mundial 2022.

Confesso que fiquei decepcionada. Em muitas mesas redondas colocava-se uma mulher fazendo parecer que ela estava ali somente para constar. A narradora Renata Silveira, por exemplo, narrou pouquíssimos jogos. A inserção feminina tem sido maior em comparação a anos anteriores (...). Mas, para uma Copa do Mundo, ainda se faz necessário que haja um investimento em maior participação das mulheres.

Na Rede Nordeste de Estudos em Mídia e Esporte (ReNEME), mais investigadoras da área corroboraram Costa (2022). Um exemplo levado à discussão interna no grupo foi a presença da atriz Deborah Secco entre os comentaristas na *TV Globo*, que mais chamou atenção pelas roupas que vestia do que propriamente pelo atributo técnico da função.

O ponto a se destacar é que, quando se inclui novos atores na cobertura esportiva, conseqüentemente novas perspectivas, antes silenciadas, ganham voz. Um novo ponto de vista que impacta diretamente na construção da notícia. Ao citar projetos de mídia liderados por torcedoras e pela *Revista Marta*<sup>8</sup>, a pesquisadora Vimieiro (2021) afirma que é possível contribuir para a mudança social a partir do jornalismo no campo esportivo, entretanto, para isso, “é preciso reconhecermos que a mídia esportiva brasileira é racista, machista e homofóbica, para vislumbrarmos algum caminho para que ela se transforme numa mídia comprometida com a luta antirracista, antimachista e anti-homofóbica”.

### O impacto da tecnologia e os novos VN no jornalismo esportivo

Para o pesquisador espanhol Torrijos (2022, p. 17) o jornalismo esportivo “se comporta como uma ponta de lança da inovação narrativa digital”. E isso, segundo ele, não seria nada de novo, uma vez que, historicamente:

“este campo da comunicação esteve sempre na vanguarda na forma de apresentar e contar histórias e que a sua natureza se antecipa na exploração de novos caminhos e serve de laboratório de provas para que outras editorias e meios habituados a informar outras temáticas tomem nota e decidam também aplicar essa experiência” (TORRIJOS, 2022, p. 17).

Ou seja, é no jornalismo esportivo que as coisas tendem a acontecer primeiro. Os fatos novos estão sempre a surgir na cobertura esportiva. Neste tópico do artigo, avançaremos na nossa análise exploratória, com cases de alterações na mídia esportiva sob o impacto tecnológico e a consequência disso nas suas noticiabilidades. A finalidade é dar sustentação à nossa proposição de novos valores-notícia.

Na Copa do Mundo 2022, por exemplo, ganhou destaque no Brasil a transmissão realizada pela *CazéTV*, que tem à frente a figura de Casimiro Miguel. O streamer rejeita a TV aberta em nome da sua independência e bateu recordes de audiência no jogo Brasil x Suíça, sendo a maior transmissão online de futebol do Brasil, com as lives mais assistidas simultaneamente da história recente do *YouTube*. Foram 4,85 milhões de espectadores simultâneos no serviço do *Google*, mais 331 mil pessoas na *Twitch*<sup>9</sup>.

<sup>6</sup> Internautas acusam Galvão de “machismo” com a comentarista Ana Thais. Disponível em: <https://bit.ly/3WaXoAg>. Acesso em 17 de dez de 2022.

<sup>7</sup> Ataque a Gabriela Ribeiro prova que machos se incomodam com a Copa do Mundo mais feminina da TV. Disponível em: <https://bit.ly/3j3bk0q>. Acesso em 17 de dez de 2022.

<sup>8</sup> Projeto de ensino e extensão da Universidade Federal de Minas Gerais, que tem como objetivo produzir um jornalismo esportivo engajado, explicitamente antimachista, antirracista e anti-homofóbico.

O canal digital do Casimiro, com aproximadamente 4 milhões de inscritos (até a apuração feita para este artigo), foi a alternativa brasileira às transmissões do grupo Globo. Com um formato que “mescla padrão *Globo* e quinta série nas transmissões” (MACEDO, 2022), o canal manteve um flerte com o entretenimento, essência natural do esporte, sendo uma transmissão mais descontraída, sem a rigidez característica da TV aberta.

Assim como este exemplo nacional, Torrijos (2022) apresenta situações semelhantes por todo o mundo: o inglês *The Guardian*, ao longo dos últimos anos, tem conseguido reformular gêneros jornalísticos tradicionais para o formato videográfico, como a pré-visualização estatística do vídeo, o vídeo perfil, o vídeo resumo animado ou o vídeo obituário. Também tem explorado novos formatos, como o vídeo em 360° e a realidade virtual, o norte-americano *The New York Times*, o francês *L'Équipe* e o alemão *Bild*. Quispe (2020, p. 103) fala sobre a urgência de reinventar-se e diz que o repórter esportivo tem a “obrigação de se atualizar e se dar conta que nas plataformas digitais as distâncias e os tempos se simplificam graças à tecnologia”.

Todos esses agentes estão preocupados em atender melhor aos hábitos das novas gerações e aperfeiçoar a relação com as audiências mais jovens<sup>10</sup>. Torrijos (2022, p. 23) destaca ainda o uso de robôs para escrever matérias do dia a dia e, paralelamente, outro fenômeno, que chama de “gamificação da informação” - que busca entreter e informar, e desta forma engajar o usuário com um duplo objetivo: “divulgar dados vastos e interessantes dos participantes que despertem a curiosidade e permitam múltiplas pesquisas, personalizar os conteúdos e envolver o utilizador, que é estimulado a participar no evento”.

O aplicativo do *Globo Esporte*, por exemplo, envia pop-ups (“convites”) para a sua audiência, explorando o que há de mais moderno na tecnologia esportiva: “Multiangulo Globoplay: os gols do Brasil na vitória sobre a Coreia em nove ângulos”.

Outro exemplo dessa nova configuração da cobertura esportiva vem do projeto pernambucano *Podcast45*. Criado em 2014, o grupo, atualmente, possui programas de debate em formato podcast e um site ([www.ne45.com.br](http://www.ne45.com.br)) onde produz notícias e debates acerca dos clubes da região nordeste.

O projeto notabilizou-se, dentre outros pontos, pelo fato de o núcleo de jornalistas compartilhar grupo no WhatsApp com ouvintes que participam do financiamento do projeto. Nele, jornalistas e audiência interagem, debatem assuntos do cotidiano esportivo, onde organicamente os comunicadores, além de receberem sugestões e críticas, percebem o que está gerando maior comoção da sua audiência. Leal (2022) atesta, em observação não-participante no grupo Whatsapp deste meio, que o acesso direto desse “torcedor-audiência” ao produtor da notícia é capaz de promover questionamentos e uma reflexão a ponto de, sim, alterar os rumos do noticiário.

Trazidos inúmeros exemplos ao longo deste artigo, estabelecemos a seguir uma correlação dos nove valores-notícia apontados por Traquina (2005) e como essas categorias podem atestar a noticiabilidade dos acontecimentos, sendo ressignificados na cobertura esportiva:

- **Morte:** o desaparecimento de um grande desportista;
- **Notoriedade:** o interesse pela vida pessoal de atletas celebridades até fora do desporto;
- **Proximidade:** a cobertura de campeonatos estaduais ou regionais;
- **Relevância:** programas públicos de acesso gratuito a eventos desportivos;
- **Novidade:** a contratação de um novo treinador para uma equipe;
- **Tempo:** marcos históricos temporais, como datas de conquistas mundiais;
- **Notabilidade:** final de um campeonato de futebol;

<sup>9</sup> Plataforma online onde pessoas fazem transmissões ao vivo e interagem com o público através do chat.

<sup>10</sup> O relatório 2022 do *Media Insight Project* observa que é preciso entender os hábitos e interesses das pessoas de 40 anos ou menos. Disponível em: <https://bit.ly/3v0Hdty>. Acesso em 11 de dez de 2022.

- **Inesperado:** uma cesta no basquetebol acertada antes da metade da quadra;
- **Conflito ou Controvérsia:** briga entre torcidas organizadas;
- **Infração:** casos de doping no esporte;
- **Escândalo:** esquema de corrupção entre atletas a beneficiar casas de apostas esportivas.

Todos esses valores-notícia seguem a ser utilizados normalmente por qualquer um dos inúmeros veículos de comunicação enumerados aqui. O que não inviabiliza que outros, essencialmente a partir da tecnologia, também tenham nascido. A partir da necessidade de atualização constante dos critérios de noticiabilidade diante das transformações técnicas e sociais da comunicação, propomos quatro novas categorias de valores-notícia que são inerentes ao jornalismo esportivo, mas que podem ser úteis igualmente para outros campos da comunicação:

- **Tecnologia** – A presença das notícias relacionadas ao uso da tecnologia no esporte tem se tornado cada vez mais um dos atores irrefutáveis do campo. O noticiário pautado pelo uso do VAR (*Video Assistant Referee*, ou Árbitro Assistente de Vídeo, em português); assim como a possibilidade de informações e estatísticas, vídeos em tempo real, inseridos em um número variado de plataformas, têm influenciado diretamente na maneira como se pensa e produz a notícia. A escolha por uma determinada fotografia ou título precisa se adequar bem, por exemplo, àqueles que consomem o noticiário pelo celular. É importante destacar que essa categoria, em muitos momentos, aproxima-se também do valor-notícia “entretenimento” (SILVA, 2014a), quando observamos pontos como a “gamificação da informação” (TORRIJOS, 2022) ou o uso de estúdios imersivos em 360°, que virtualmente viajam ao local do acontecimento a fim de levar uma maior proximidade ao telespectador/internauta.
- **Base de dados** – Poucas especializações jornalísticas usam tanto as estatísticas como a esportiva. O histórico de vitórias, derrotas, gols feitos ou sofridos, artilheiros, número de faltas, de cartões amarelos ou vermelhos, quantidade de pênaltis (inclusive os desperdiçados), defesas difíceis e detalhamento completo da carreira do atleta ou do treinador estão intimamente implicados ao campo esportivo da comunicação. “O jornalismo de base de dados encontra no esporte um dos seus âmbitos com maiores possibilidade de aplicações nos próximos anos” (TORRIJOS, 2022, p. 37). O já citado *Podcast45*, por exemplo, incorporou um estatístico profissional ao seu núcleo de produção.
- **Ativismo** – Chegamos ao momento do gradativo espaço ao ativismo no jornalismo. Assim, observa Moraes (2022, p. 57), ao questionar a objetividade que “tem, por exemplo, raça, classe, território e gênero” e defende um jornalismo de subjetividade, com demarcação de posição, de reflexão, de criticidade ao próprio campo” (p. 96). E esse jornalismo de subjetividade, cada vez mais, ganha voz, especialmente a partir da mídia independente (o *Podcast45* defende o Nordeste; o *Na Raça*, a lutar contra o racismo; o *Dibradoras*, com a bandeira feminista) e a inclusão de novos atores (mais mulheres, negros e LGBTQI+ na cobertura esportiva), fazendo o jornalismo ter lado por determinadas causas e demandas sociais levados ao campo desportivo.
- **Competições** – Um valor-notícia que é inerente ao jornalismo esportivo, e talvez só a ele, está relacionado a competições. De acordo com dados apontados por Vimieiro (2021) quase 80% das notícias se resumem ao pré e pós-jogo. Em geral, trazem informações curtas e básicas, a exemplo de horários e locais de partidas de competições relevantes, como a Copa

do Mundo e os Jogos Olímpicos, mas também campeonatos nacionais e internacionais que passam a ganhar força – como da Copa Libertadores e Campeonato Brasileiro. São informações sobre calendário, resultados, escalação das equipes. Normalmente, classificados no gênero nota, são conteúdos sem profundidade, bastante comuns nos noticiários digitais, impressos, de rádio ou televisão.

### Considerações finais

O estudo apresentado mostrou uma análise dos fenômenos que contornam as noticiabilidades no jornalismo esportivo e fazem dessa especialidade peculiar por uma série de fatores: informalidade, passionalidade, humor, interatividade, inovação e, mais recentemente, “ativismo”.

Essas características do jornalismo esportivo determinam uma possibilidade de transitoriedade entre o tradicional e o novo nos critérios de noticiabilidade deste campo. Valores-notícia como proximidade, tempo ou notoriedade, seguramente, nunca deixarão de fazer parte do jornalismo e, a editoria esportiva, acompanhando as alterações da representação social da realidade, tende a seguir e questionar como esses valores podem e devem ser utilizados num novo contexto, caminhando ao lado dos novos aparatos tecnológicos que passam a influenciar diretamente a forma e o conteúdo das notícias.

A tecnologia e as ferramentas que ela oferece são capazes de aproximar ao máximo jornalista e audiência. E faz o jornalismo, em especial o esportivo, obrigar-se cada vez mais a ser partícipe, como um campo de saber e de poder, dos debates sobre inclusão social de mulheres, negros, homossexuais. Pede passagem para maior respeito às territorialidades e torna fundamental o questionar e o complexificar dos fenômenos. É desse jornalismo de subjetividade que nasce, por exemplo, o valor-notícia “ativismo” no jornalismo esportivo e que faz mulheres, negros e representantes LGBTQI+ passarem a ganhar espaços, especialmente na mídia independente, onde antes a representação beirava a zero.

Este artigo é um fragmento de um estudo maior em curso, portanto não pretende esgotar toda a discussão em torno dos conceitos que contornam as noticiabilidades. Mas já observamos a força da fluidez dos valores-notícia, assim como a ausência de uma uniformização – ponto que pretendemos explorar no futuro.

### Referências

ALSINA, M. **A construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

JANUÁRIO, Soraya Barreto. **Mulheres no campo**: o ethos da torcedora pernambucana. São Paulo: Fontenele, 2019.

JANUÁRIO, Soraya Barreto. **Fala no Grupo ReNEme**. Recife, dez. de 2022.

BELAS, Júlia. Racismo na Fórmula 1: A mídia esportiva precisa mudar a mentalidade. **Ludopédio**, São Paulo, v. 156, n. 32, 2022.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão** – a influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

COSTA, Leda. Entrevista ao Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), da Universidade Federal de Santa Catarina. **ObjETHOS**, 14 de dez. 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3BMiY5Q>. Acesso em 17 de dez de 2022.

FIRMINO, Carolina. Gênero e posicionamento no esporte: a noticiabilidade no jornalismo esportivo feminista do Dibradoras. (Tese de Doutorado). **Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)**, Bauru, SP, Brasil, 2021.

FRANCISCATO, C. E. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GASTALDO, Édison. Futebol e estudos de comunicação no Brasil: caminhos e encruzilhadas de um campo indisciplinar. In: GIGLIO, Sérgio; PRONI, Marcelo. **O futebol nas ciências humanas no Brasil**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.

GALTUNG, J.; RUGE, M. H. **The Structure of Foreign News** – The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. **Journal of International Peace Research**, n.1, 1965.

JORGE, Thais. **Mutação no jornalismo**: como a notícia chega à internet. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

LEAL, Daniel. Noticiabilidade na Placar: a mutação dos valores-notícia em três décadas de cobertura do futebol de mulheres (Dissertação de Mestrado). **Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco**, Recife, PE, Brasil, 2020.

LEAL, Daniel. A interferência da audiência na construção da notícia: o caso do Podcast 45 minutos. **Ludopédio**, São Paulo, v. 153, n. 3, 2022.

LÓPEZ, Andrés. Investigar el periodismo desportivo, una asignatura todavía pendiente en Argentina. In: TORRIJOS, José Luis Rojas. **Como hacer periodismo deportivo**: una visión iberoamericana. Sevilha, Editorial Universidad de Sevilla, 2020.

MACEDO, Sandro. Com Casimiro, CazéTV mescla padrão Globo e quinta série nas transmissões. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 02 de dez. de 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3uY2XpV>. Acesso em: 5 de dez. 2022.

MCCOMBS, M.; SHAW, D.L. (1977). **The emergence of american political issues**: the agenda-setting function of the press. Saint Paul: West Publishing Co, 1977.

MESQUITA, Giovana. **Intervenho, logo existo**: a Audiência Potente e as novas relações no Jornalismo. 1. ed. - Florianópolis, SC: Editora Insular, 2022.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**: subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. Porto Alegre: Arquipélago, 2022.

NEVES, Thalita. Noticiabilidade, Valor-notícia e Seleção Noticiosa no Jornalismo Esportivo. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Co-

municação – 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020.

PATRÍCIO, Edgard; BALACÓ, Bruno. As apropriações das redes sociais no processo de interação com a audiência no radiojornalismo esportivo: a experiência das emissoras de Fortaleza. **Revista Pauta Geral** - Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.8.e2119583, p.1-17, 2021.

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

QUISPE, Héctor. México: la urgencia de reinventarse. In: TORRIJOS, José Luis Rojas. **Como hacer periodismo deportivo: una visión iberoamericana**. Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla, 2020.

RIBEIRO, Renato. Na Copa, Globo escala mais mulheres e negros. **Valor Econômico**, São Paulo, 2 de set. de 2022. Disponível em: <http://glo.bo/3hwEa9l>. Acesso em 28 de nov. de 2022

SANTOS, A. D. G.; BORGES, M. A. R. S.; SOBRINHO, C. P. F. Quando um treinador substitui o nome do clube: uma análise do “Time de Ceni” como exemplo da lógica do clickbait na cobertura esportiva do Brasil **FuLiA / UFMG**, v. 5, n. 1, jan.-abr., 2020.

SATUF, Ivan. A rua manda notícias: dispositivos móveis e manifestações sociais na atualização dos critérios de noticiabilidade. In.: **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.317-329, maio 2014.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: G. Silva, M. P. Silva, M. L. Fernandes (orgs.). **Crítérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014a.

SILVA, Marcos Paulo. Seleção Noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. In: G. Silva, M. P. Silva, M. L. Fernandes (orgs.). **Crítérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014b.

SOUSA; Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Cobertura esportiva na televisão: jornalismo ou entretenimento?**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional**, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TORRIJOS, José Rojas. **Radar: pistas y tendencias en el periodismo deportivo**. Sevilla: Ediciones Héroes de Papel, 2022.

VEIGA, Marcia. Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção das notícias. Dissertação (Mestrado). **Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2010.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.