

ARTHUR GABRIEL MACEDO NASCIMENTO

**Análise de critérios de noticiabilidade sobre
o futebol da Arábia Saudita em sites
brasileiros**

Trabalho de Conclusão de Curso

São Paulo

2024

ARTHUR GABRIEL MACEDO NASCIMENTO

**Análise de critérios de noticiabilidade sobre
o futebol da Arábia Saudita em sites
brasileiros**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola
de Comunicações e Artes da Universidade de São
Paulo para obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Barbosa.

São Paulo

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Nascimento, Arthur Gabriel Macedo

Análise de critérios de noticiabilidade sobre o futebol da Arábia Saudita em sites brasileiros / Arthur Gabriel Macedo Nascimento; orientador, Alexandre Barbosa. - São Paulo, 2024.

83 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Jornalismo e Editoração / Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia

1. Critérios de noticiabilidade. 2. Futebol da Arábia Saudita. I. Barbosa, Alexandre. II. Título.

CDD 21.ed. - 070

FOLHA DE AVALIAÇÃO

Autor: Arthur Gabriel Macedo Nascimento.

Título: Análise de critérios de noticiabilidade sobre o futebol da Arábia Saudita em sites brasileiros.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Barbosa.

Aprovado em: _____

Banca Examinadora

Prof(a). Dr(a). _____

(Presidente)

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a). _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a). _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Ao esporte futebol. A paixão pela prática e, especialmente, pela experiência de torcer me trouxe legados inestimáveis: momentos de euforia total, dias de tristeza absoluta, experiências, ensinamentos, conhecimento, conexões pessoais e muito mais. Também me ajudou a trilhar caminho na comunicação social, motivando pautas desde a Jornalismo Júnior até as minhas duas experiências como estagiário. Cada experiência com o futebol culminou neste Trabalho de Conclusão de Curso.

À minha mãe, Jocelia Sousa de Macedo, uma presença constante na minha vida. Ela contribuiu especificamente para este trabalho ao longo de duas jornadas pessoais: sendo uma companheira na conexão com o futebol e uma apoiadora no caminho acadêmico. Mesmo sem receber as mesmas oportunidades que eu tive ao longo da vida, sempre ressaltou o aspecto transformador que a educação poderia proporcionar a mim.

Ao Prof. Dr. Alexandre Barbosa, que aceitou o papel de me guiar ao longo do maior desafio do meu trajeto acadêmico até agora, demonstrando total dedicação, atenção e capacidade didática para orientar o andamento desta pesquisa. Ele e muitos outros docentes do CJE impactaram minha formação com ensinamentos e contribuíram para que eu seja uma pessoa e um profissional melhor após o período de graduação.

A Bianca Anacleto Francisco e Lucas Xastre Zacari, duas das minhas pessoas favoritas no mundo e jornalistas extremamente dedicados e apaixonados pelo labor da profissão. Assistir às suas bancas em dezembro de 2023 foi fundamental para que eu obtivesse inspiração e definisse aspectos importantes sobre esta pesquisa. Poder chamá-los de amigos desde 2016 é um privilégio.

A outras amizades que vêm daquele ano, meu primeiro no Ensino Médio – o evento mais transformador da minha vida. Arthur de Moura Guerra, Caio Fernando Gonçalves Francisco, Daniel do Nascimento Ynoue, Henrique Nunes Vieira, Leonardo Pomar Carlos, Lucas Neri Bastos Costa e Paulino Júnior Aparecido Roberto Cassiano são companhias frequentes e essenciais.

Ao “Prainha Boyz”, grupo com os ex-estudantes da Escola de Comunicações e Artes-USP André Arias Soares Netto, Bruno Menegon Nossig, César Costa, Henrique Votto Freitas, João Vitor Ferreira da Silva, Renan Pazini Leite, Renato Navarro do Espírito Santo e

Tiago Sameshima de Medeiros. Todos compartilham uma paixão tão visceral quanto a minha pelo futebol. As discussões quase diárias sobre o esporte e as reuniões para praticá-lo no videogame reforçaram minha conexão com a modalidade, com os membros do grupo e trouxeram momentos de diversão ao longo dos últimos quatro anos.

Por fim, a Luísa Hirata Idrani, a maior amizade que a USP me proporcionou. Sem saber, ela entrou em minha vida no momento que eu mais precisava, ajudando-me a reencontrar o melhor de mim mesmo. Cada conversa, cada risada, cada cobrança, cada filme que vimos juntos, cada trabalho de graduação que fizemos juntos – cada momento – contribuiu para que eu me tornasse uma pessoa melhor e mais preparada para lidar com os desafios que surjam pela frente, incluindo esta pesquisa.

*“É apenas futebol. Nós não salvamos vidas, não plantamos nada,
não criamos nada nem somos bons em cirurgias. Só jogamos futebol.
Se nós não entretivéssemos as pessoas, por que jogaríamos?”*

Jürgen Klopp

RESUMO

NASCIMENTO, Arthur Gabriel Macedo Nascimento. *Análise de critérios de noticiabilidade sobre o futebol da Arábia Saudita em sites brasileiros*. 2024, 83p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Departamento de Jornalismo e Editoração, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

Resumo: Esta pesquisa analisa quais são os valores-notícia encontrados em conteúdos jornalísticos dos sites *ge* e *UOL Esporte* sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita nos anos de 2022 e 2023. O país do Oriente Médio adquiriu protagonismo no cenário do futebol masculino durante o período em questão ao contratar atletas de renome internacional, como Cristiano Ronaldo, Neymar e Karim Benzema. Esse fato motivou a realização da pesquisa, que tem como objetivo compreender por que o tema ‘futebol de clubes na Arábia Saudita’ pode virar notícia na imprensa brasileira. O trabalho recorre à bibliografia de Nelson Traquina para alcançar tal objetivo. O autor fornece definições sobre critérios de seleção de pautas no meio jornalístico e detecta valores-notícia que atribuem noticiabilidade aos acontecimentos. Com base nesses conceitos e nos fatos novos sobre o futebol saudita, a pesquisa formulou a hipótese de que o aumento no volume de notícias nos sites avaliados ocorreria de forma significativa de 2022 para 2023, e que esse crescimento estaria atrelado à notoriedade dos personagens que passaram a atuar profissionalmente no país asiático. Antes de chegar aos resultados, fez-se estudos sobre a atividade jornalística e características da área profissional, e sobre como a cobertura esportiva se desenvolveu na imprensa brasileira, com intuito de obter compreensão ampla e ferramentas para analisar o objeto estudado. Esses materiais foram segmentados por veículo e divididos em cinco seções: os quatro clubes em destaque no período (Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad e Al-Nassr) e o tópico “saudita”, que engloba outros assuntos dentro do escopo. A mensuração das páginas comprovou a primeira parte da hipótese, tendo em vista que o volume de conteúdos sobre o tema aumentou, de maneira geral, 1438,89% no *ge* e 1223,81% no *UOL Esporte*. A avaliação da produção identificou que a notoriedade está, de fato, associada ao crescimento. O critério se mostrou um dos mais recorrentes em todos os recortes. Outro fator não previsto que parece se relacionar de forma significativa à noticiabilidade do futebol saudita é o valor-notícia proximidade, que se manifesta através da presença de figuras e times culturalmente conectados ao público dos veículos em questão, o brasileiro.

Palavras-chave: Valor-notícia. Futebol da Arábia Saudita. Jornalismo esportivo. Análise de critérios de noticiabilidade.

ABSTRACT

Abstract: This research analyses which are the news values found in journalistic content from the websites *ge* and *UOL Esporte* about Saudi Arabian club football in the years of 2022 and 2023. The Middle East country accomplished protagonism in the men's football scene during the mentioned period by acquiring athletes of international renown, such as Cristiano Ronaldo, Neymar and Karim Benzema. This fact motivated this research, which has as objective to comprehend why the theme 'club football in Saudi Arabia' can become news in the Brazilian press. The work resorted to the bibliography of Nelson Traquina to achieve that objective. The author provides definitions about criteria of selecting themes in the journalistic environment and detects news values which add newsworthiness to happenings. Based on these concepts and on the new facts about Saudi football, the research formulated the hypothesis that the increase in news measure on the rated websites would occur in a significant way from 2022 to 2023, and that this would be attached to the notoriety of the people who started to act professionally in the Asian country. Before arriving at the results, studies were conducted about the journalistic activity and characteristics of its professional environment, and about how the sports coverage developed in the Brazilian press, with the purpose to obtain wide comprehension and tools to analyze the object studied. These materials were segmented by vehicle and divided in five sections; the four clubs in highlight during the period (Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad e Al-Nassr) and the topic "Saudi", which includes other subjects inside the same scope. The measurement of pages proved the first part of the hypothesis, considering that the quantity of content about the subject increased, in general, 1438,89% on *ge* and 1223,81% on *UOL Esporte*. The production evaluation identified that notoriety is, in fact, associated with the growth. Another unforeseen factor that seems to be significantly related to the newsworthiness of Saudi football is the proximity news value, which manifests itself through the presence of figures and teams culturally connected to the public of the vehicles in question, the Brazilian.

Key-words: News value. Saudi Arabian football. Sports journalism. Analysis of newsworthiness criteria.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FIFA	Fédération Internationale de Football Association, “Federação Internacional de Futebol” em francês.
PIF	Public Investment Fund, “Fundo de Investimento Público” em inglês.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Gráfico de páginas do site <i>ge</i> com menção ao futebol saudita no título.....	53
Figura 2 – Gráfico de páginas do site <i>UOL</i> com menção ao futebol saudita no título.....	54
Figura 3 – Gráfico com quantidade de conteúdos do <i>ge</i> , divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Hilal em 2023.....	55
Figura 4 – Gráfico com quantidade de conteúdos do <i>UOL</i> , divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Hilal em 2023.....	56
Figura 5 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>ge</i> sobre o Al-Hilal em 2023.....	58
Figura 6 – Gráfico com personagens do Al-Hilal destacados em páginas do <i>ge</i> nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.....	59
Figura 7 – Gráfico com personagens do Al-Hilal destacados em páginas do <i>UOL</i> nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.....	60
Figura 8 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>UOL</i> sobre o Al-Hilal em 2023.....	60
Figura 9 – Gráfico com quantidade de conteúdos do <i>ge</i> , divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Nassr em 2023.....	63
Figura 10 – Gráfico com quantidade de conteúdos do <i>UOL</i> , divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Nassr em 2023.....	63
Figura 11 – Gráfico com personagens do Al-Nassr destacados em páginas do <i>ge</i> nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.....	66
Figura 12 – Gráfico com personagens do Al-Nassr destacados em páginas do <i>UOL</i> nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.....	67
Figura 13 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>UOL</i> sobre o Al-Nassr em 2023.....	68
Figura 14 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>ge</i> sobre o Al-Nassr em 2023.....	68
Figura 15 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>ge</i> sobre o Al-Ittihad em 2023.....	70
Figura 16 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>UOL</i> sobre o Al-Ittihad em 2023.....	71
Figura 17 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>ge</i> sobre o Al-Ahli em 2023.....	72
Figura 18 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>ge</i> sobre o Al-Ahli em 2023.....	73
Figura 19 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>UOL</i> sobre demais conteúdos relativos ao futebol de clubes da Arábia Saudita em 2023.....	75
Figura 20 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do <i>ge</i> sobre demais conteúdos relativos ao futebol de clubes da Arábia Saudita em 2023.....	77

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 TEORIAS DA NOTÍCIA E DO JORNALISMO E CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE.....	21
2.1 Valor-notícia.....	23
2.2 Valores-notícia de seleção substantivos segundo Traquina.....	25
2.3 Valores-notícia de seleção contextuais segundo Traquina.....	27
2.4 Valores-notícia de construção segundo Traquina.....	28
2.5 Ethos jornalístico e objetividade.....	29
3 JORNALISMO ESPORTIVO BRASILEIRO E RELAÇÃO COM O FUTEBOL.....	34
3.1 Um olhar diferente para o futebol.....	36
3.2 Protagonismo da televisão.....	37
3.3 Web: novas características e possibilidades.....	39
3.4 A integração do jornalismo esportivo à web.....	41
3.5 A internacionalização da cobertura sobre futebol no Brasil.....	43
4 PESQUISA SOBRE A PRESENÇA DO FUTEBOL DE CLUBES DA ARÁBIA SAUDITA EM SITES BRASILEIROS.....	47
4.1 Análise dos valores-notícia de seleção substantivos no jornalismo esportivo.....	47
4.2 Resultados.....	50
4.3 Al-Hilal.....	52
4.4 Al-Nassr.....	59
4.5 Al-Ittihad e Al-Ahli.....	67
4.6 Os demais assuntos do futebol saudita.....	71
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	78

INTRODUÇÃO

O dia 30 de dezembro de 2022 marcou o início de um momento de transformação para o futebol da Arábia Saudita. O Al-Nassr, segundo clube com mais títulos na liga nacional masculina, anunciou a contratação de Cristiano Ronaldo, atleta sem vínculo com nenhuma equipe após rescisão contratual com o Manchester United no mês anterior. O português é nada menos que um dos atletas mais premiados da história do esporte, sendo reconhecido pela FIFA (Fédération Internationale de Football Association, “Federação Internacional de Futebol” em francês), como o melhor jogador do mundo em cinco ocasiões. Ele atuara somente por times europeus até aquele momento de sua carreira, com passagens por Sporting (Portugal), Manchester United (Inglaterra), Real Madrid (Espanha) e Juventus (Itália).

A saída de seu continente natal foi uma decisão influenciada por questões financeiras. Cristiano Ronaldo, à época com 37 anos, idade avançada para o meio do futebol, recebia salário anual de 60 milhões de dólares¹ por seus serviços prestados dentro de campo para o Manchester United. A combinação fez outros clubes europeus questionarem o custo-benefício da possível contratação², o que deixou um dos atletas mais prestigiados do planeta com poucas opções viáveis para seguir sua carreira. A única proposta concreta e condizente com o padrão salarial do atacante veio do Al-Nassr, um clube saudita.

O futebol da Arábia Saudita não detinha grande prestígio para o Ocidente. A seleção masculina tem três títulos da Copa da Ásia, mas não conquista o troféu desde 1996 e jamais conseguiu se posicionar entre as dez melhores de uma Copa do Mundo. O futebol de clubes, forte dentro do continente asiático, se tornou uma rota alternativa durante o século XXI, atraindo atletas com salários acima do mercado. O destino-padrão para aqueles que se estabeleciam na elite do esporte, no entanto, era a Europa.

Dessa forma, a ida de Cristiano Ronaldo para o Al-Nassr parecia um fato isolado. Um jogador próximo do fim de sua carreira que desejava alta remuneração e encontrou-a em

¹ KNIGHT, Brett. **The World's 10 Highest Paid Athletes 2022**. 2022. Forbes. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/brettknight/2022/05/11/the-worlds-10-highest-paid-athletes-2022/?sh=3295251e1f6c>. Acesso em: 24 maio 2023.

² A matéria “*Por que 'ninguém' quer Cristiano Ronaldo? Veja os motivos que levaram gigantes europeus a recusarem o craque português*”, publicada pela ESPN em 26 de agosto de 2022, é exemplo que reúne diversas notícias encontradas na imprensa esportiva e retrata razões pelas quais clubes como Chelsea, Paris Saint-Germain e Bayern de Munique não se interessaram pelos serviços do atleta, à época já pouco utilizado no Manchester United.

um mercado que costuma pagar bem a atletas estrangeiros. Não era possível identificar uma tendência quando o clube árabe oficializou a chegada do português. Todavia, novos fatos se desenrolaram em 2023 e mostraram que aquela transferência demarcava o início de um movimento maior.

O PIF (Public Investment Fund, “Fundo de Investimento Público” em inglês), fundo soberano gerenciado pelo Estado saudita, adquiriu em junho de 2023 75% das ações de quatro clubes diferentes do país: dois sediados em Jedá (Al-Ahli e Al-Ittihad) e dois em Riade (Al-Hilal e Al-Nassr)³. A compra pavimentou caminho para uma estratégia governamental de investimento na elite esportiva através da contratação de atletas de destaque no cenário do futebol masculino – ou seja, tirá-los da Europa. O gasto da Arábia Saudita nesse setor é frequentemente associado ao termo “sportswashing”, que aponta a tentativa de um país de melhorar sua imagem internacional através de grandes eventos esportivos ou altos gastos com modalidades – o termo foi amplamente utilizado, por exemplo, no contexto da Copa do Mundo FIFA 2022, realizada no Qatar.

O aporte ao esporte do próprio país foi mais um passo na relação entre o PIF e o futebol. O fundo de investimentos detém 80% das ações do Newcastle United, tradicional clube inglês que convivera com problemas financeiros e competitivos antes de ser adquirido pelos sauditas em outubro de 2021. A transação só foi aceita pela Premier League, liga da elite do futebol masculino inglês, após o fornecimento de “garantias que o Reino da Arábia Saudita não controlará o Newcastle Football Clubs” (Premier League, 2021). Tais garantias são questionadas, tendo em vista que advogados representando o PIF o caracterizaram como “um instrumento soberano do Reino da Arábia Saudita” em ação judicial nos Estados Unidos⁴. Fato é que o dinheiro do país passou a ser associado de forma consistente ao pináculo do futebol mundial ao longo deste início de década. Se o primeiro movimento foi em direção à elite já estabelecida, o próximo veio para alterar as fronteiras dessa elite.

O investimento estatal modificou o patamar de gastos realizados com a montagem de elencos de futebol no país. Relatórios globais de transferências da FIFA de 2022 e de 2023 explicitam tal contraste. No primeiro ano, a Arábia Saudita já era o país mais forte nesse aspecto dentro da Ásia, mas, com 50,4 milhões de dólares investidos no período, estava atrás

³ CHOUKEIR, Jana; SABA, Yousef. **Saudi wealth fund to take control of soccer star Ronaldo's club**. 2023. Reuters. Disponível em: <https://www.reuters.com/sports/saudi-arabia-revives-sports-clubs-privatisation-plan-2023-06-05/>. Acesso em: 23 maio 2024.

⁴ O investimento do PIF proporcionou a criação do campeonato de golfe LIV Golf, concorrente da PGA Tour, torneio estadunidense considerado o principal da modalidade. As duas ligas travaram disputa legal antitruste por 10 meses.

de outras 19 nações (15 europeias, duas sul-americanas e duas norte-americanas). O panorama se modificou drasticamente no ano seguinte. Os gastos sauditas saltaram para 940 milhões de dólares em 2023 (crescimento de 1824,6%), número suficiente para colocar a confederação nacional na terceira posição do ranking, atrás somente de Inglaterra e França. Seu perfil é único entre os grandes gastadores do futebol mundial: as outras cinco nações que ocupam as seis primeiras posições da lista também estão entre as cinco maiores vendedoras, tendo “balança comercial” positiva na maioria dos casos. A Arábia Saudita não: ela é apenas a 39ª em exportações de jogadores de futebol, arrecadando somente 16,9 milhões de dólares. Amostra de como o dinheiro gasto com o futebol no país não foi gerado pelo próprio esporte.

O aporte maciço fez os clubes Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad e Al-Nassr se colocarem como protagonistas no mercado do futebol masculino. A janela de transferências do verão de 2023 (no Hemisfério Norte) transformou o movimento feito por Cristiano Ronaldo no semestre anterior em um prenúncio do êxodo de atletas em direção à Arábia Saudita. As cinco principais ligas europeias – de Inglaterra, Espanha, Itália, Alemanha, e França – perderam 23 atletas⁵ para os quatro times sauditas. A maior parte desses jogadores oriundos do Velho Continente representava equipes de destaque internacional: Manchester City (Inglaterra), Real Madrid (Espanha), Chelsea (Inglaterra), Bayern de Munique (Alemanha), Liverpool (Inglaterra) e Barcelona (Espanha), todos os campeões nas últimas onze edições do Mundial de Clubes da FIFA, viram um ou mais de seus atletas partirem em direção ao Oriente Médio.

Atletas de amplo reconhecimento internacional se juntaram a Cristiano Ronaldo na liga. Exemplo disso é Karim Benzema, vencedor da Bola de Ouro de 2022 – premiação promovida pela revista *France Football* para homenagear o melhor jogador do mundo em uma temporada –, que optou por não renovar vínculo com o Real Madrid para se tornar jogador do Al-Ittihad. Outro caso é Neymar. Motivador da maior transferência da história do futebol mundial⁶, o brasileiro foi protagonista da Seleção nas últimas três Copas do Mundo FIFA e vestia a camisa 10 do Paris Saint-Germain (França) até passar a representar as cores do Al-Hilal. O clube saudita também tentou, sem sucesso, adquirir outros nomes de prestígio na mesma janela, coincidentemente ambos do PSG à época: Lionel Messi e Kylian Mbappé, eleitos os dois melhores jogadores da Copa do Mundo de 2022.

⁵ O Al-Ahli contratou Roberto Firmino, Franck Kessié, Merih Demiral, Edouard Mendy, Allan Saint-Maximin, Gabri Veiga, Roger Ibañez e Riyad Mahrez; o Al-Hilal contratou Yassine Bounou, Kalidou Koulibaly, Sergej Milinkovic-Savic, Aleksandar Mitrovic, Rúben Neves e Neymar; o Al-Ittihad contratou Karim Benzema, N’Golo Kanté, Luiz Felipe e Fabinho; e o Al-Nassr contratou Alex Telles, Marcelo Brozovic, Seko Fofana, Aymeric Laporte e Sadio Mané.

⁶ REUTERS. **Most expensive transfers in club football**. 2023. Disponível em: <https://www.reuters.com/sports/soccer/most-expensive-transfers-club-football-2023-08-12/>. Acesso em: 24 maio 2024.

A já mencionada imposição técnica e econômica de clubes de determinados países da Europa em relação ao resto do mundo é fato estabelecido especialmente a partir de 1995. Naquele ano, uma batalha judicial envolvendo o atleta Jean-Luc Bosman teve como sentença a aplicação do princípio da livre circulação de trabalhadores aos jogadores de nacionalidades que integram a União Europeia⁷. A consequência não prevista da ação foi o fim – ou o afrouxamento – dos limites de atletas estrangeiros nas principais ligas do continente, e a consequente internacionalização dos elencos.

Tal desenvolvimento se deu na mesma década em que o futebol europeu – com destaque para o caso inglês, maior economia da modalidade atualmente – passou por mudanças estruturais em estádios, desenvolvimento de ações comerciais e acordos lucrativos de direitos de transmissão. O processo teve consequências como a mudança na relação entre clubes e torcedores para uma lógica comercial, o endividamento e a falência de equipes tradicionais (Kennedy e Kennedy, 2012). Entretanto, esse conjunto de alterações cumpriu o papel de enriquecer o meio do futebol e, principalmente, alguns clubes de destaque. Estes ampliaram paulatinamente seu domínio econômico em relação aos rivais históricos pelo protagonismo no futebol global, os times sul-americanos.

Diante do surgimento relativamente repentino de um novo ator, a Arábia Saudita, no papel de desafiante às ligas europeias firmadas como protagonistas no futebol mundial, é natural que haja mudanças no comportamento da imprensa que cobre o dia a dia do esporte. Ao menos esse é um fenômeno previsto por este trabalho. A pesquisa supõe que o futebol praticado por clubes sauditas não era assunto de interesse significativo do público brasileiro até 2022, e que as atenções se voltaram ao país em 2023. Isso teria forçado veículos a produzirem material jornalístico sobre o tema em maior quantidade e de forma mais consistente.

Mais do que somente mensurar a quantidade de conteúdos veiculados sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita, esta pesquisa tem como objetivo analisar por que o tema se torna notícia no Brasil. Dessa forma, recorre-se à obra do jornalista Nelson Traquina, que reuniu estudos sobre a noticiabilidade e desenvolveu uma classificação própria de valores-notícia detectados e abordados de forma frequente pela comunidade jornalística.

Dentre os valores-notícia de seleção substantivos – categorização que será explicada com mais detalhamento em 2.2 – está a notoriedade. Em suma, “o nome e a posição da pessoa

⁷ BLANCO, Jordi. '**Os jogadores ganham milhões graças a mim, mas eu vivo na miséria**'. Há 25 anos, Jean-Marc Bosman transformou o futebol. 2020. ESPN. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/7908355/os-jogadores-ganham-milhoes-gracas-a-mim-mas-eu-vivo-na-miseria-ha-25-anos-jean-marc-bosman-transformou-o-futebol. Acesso em: 24 maio 2024.

são importantes como fator de noticiabilidade. O que o Presidente da República faz é importante porque o Presidente da República é importante” (Traquina, 2005, p. 80). Ao transportar o conceito para o objeto de estudo, esta pesquisa acredita que a notoriedade será um valor-notícia encontrado frequentemente no noticiário do futebol da Arábia Saudita. Espera-se que as figuras notáveis, atletas reconhecidos internacionalmente como Cristiano Ronaldo, Neymar e Karim Benzema, sejam evidenciados em grande parte dessa produção.

Assim, a hipótese desta pesquisa é que há aumento significativo no volume de conteúdo jornalístico sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita, e que isso possui relação com o valor-notícia notoriedade, atrelado a atletas que passaram a atuar profissionalmente no país em 2023. A hipótese entende que o crescimento no volume de conteúdo está associado às personalidades porque elas são o fato novo dentro do contexto esportivo, no qual os times sauditas continuam a disputar as mesmas competições de anos anteriores, mas com novos indivíduos. Prevê-se que o destaque a jogadores de renome nos títulos, lides e ganchos noticiosos será um dos critérios mais importantes para o tema ganhar destaque na imprensa brasileira, junto de valores-notícia tradicionalmente recorrentes – conforme será abordado no capítulo 2 –, como notabilidade, novidade e relevância (no caso, esportiva).

O objeto de estudo selecionado para conduzir à comprovação ou não da hipótese é a produção jornalística dos sites *ge* e *UOL Esporte* sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita. A escolha se dá pelo alcance e impacto dos portais de notícias aos quais estão atrelados – *globo.com* e *UOL* – dentro do mercado brasileiro, proporcionando amostra de quais aspectos do futebol internacional despertam interesse em parcela significativa da população.

A escolha por veículos de atuação na internet é motivada principalmente por um fator de ordem prática. Tendo em vista o intuito de mensurar a quantidade de conteúdo jornalístico inserida no recorte da pesquisa, portais na web fornecem as melhores ferramentas para acesso rápido e direcionado a todos os conteúdos relevantes, enquanto outros meios exigiriam contato com materiais irrelevantes à pesquisa e monitoramento constante, o que consequentemente diminuiria o espaço amostral avaliado.

A coleta de dados ocorreu através de ferramentas de pesquisa de notícias disponíveis no Google. Todas as páginas de ambos domínios com menção na manchete a Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad ou Al-Nassr nos anos de 2022 e 2023 foram catalogadas em planilhas, separadas por veículos e times. O mesmo se fez com o termo “saudita”, maneira mais eficiente verificada de encontrar material que trate o futebol da Arábia Saudita de forma generalista ou que faça menção a outros times. Houve, nesse caso, necessidade de lidar com páginas de *ge* e *UOL Esporte* relativas a temas que não condizem com o recorte estabelecido,

como a seleção da Arábia Saudita e o GP de Fórmula 1 no país. Essas matérias integraram o conteúdo analisado.

Com o objeto de estudo devidamente organizado, o primeiro passo foi a observação deste material sob a ótica dos critérios de noticiabilidade. Analisou-se todas as páginas catalogadas, categorizando-as por presença ou não de cada valor-notícia de seleção substantivo. Entendeu-se durante a realização da pesquisa que era necessário avaliar como os critérios propostos por Traquina se adequam à realidade do noticiário esportivo. Essa análise, detalhada em 4.1, não adiciona novos valores, e sim os interpreta e adiciona nuances para melhor adequação ao tema. Essa etapa, assim como a próxima a ser descrita, compõe a abordagem hipotético-dedutiva que induz a respostas sobre a linha de pensamento motivadora desta pesquisa.

O passo seguinte foi a comparação. Ao longo da monografia serão expostos números gerais que ajudam a encontrar padrões, tanto em volume de produção sobre o futebol saudita quanto em critérios de noticiabilidade. O primeiro foco desse processo foi mensurar a quantidade de páginas sobre cada um dos cinco termos-chave em *ge* e *UOL Esporte* a cada ano. A comparação utilizando os dados categorizados também ajudou a fornecer explicações sobre os motivos pelos quais o tema é abordado em cada veículo, assim como também permitiu que se verificasse diferenças editoriais entre os dois portais avaliados.

É com base nesses métodos que se pretende alcançar o objetivo geral da pesquisa: verificar a relação entre valores-notícia de seleção substantivos e a cobertura jornalística dos sites *ge* e *UOL Esporte* sobre o futebol da Arábia Saudita. As metas específicas deste trabalho incluem mensurar se, como previsto na hipótese, há aumento no volume de produção sobre o recorte temático estabelecido; categorizar os critérios de noticiabilidade que permeiam a cobertura dos veículos avaliados; e apontar, a partir do caso estudado, valores-notícia potencialmente recorrentes no trabalho da imprensa esportiva brasileira.

A busca pela produção de conhecimento sobre o tema estudado passa também pela compreensão ampla do campo jornalístico profissional. Esse caminho foi trilhado antes de qualquer etapa prática do projeto, e será aprofundado ao longo do capítulo 2. Tendo os dois volumes da obra *Teorias do Jornalismo*, de Nelson Traquina, como base, essa parte do trabalho aborda o que é uma notícia – e do que ela é constituída –, relações que influenciam no fazer jornalístico, valores-notícia, dinâmicas de trabalho, objetividade, *ethos* jornalístico e práticas disseminadas em sua comunidade. O estudo desses aspectos traz nuances sobre o dia a dia daqueles que trabalham na área, fatores privilegiados na seleção de pautas e abordagens que aproximam os trabalhadores dos princípios que orientam a profissão jornalística. O

conhecimento desses elementos fornece ferramentas para uma análise mais aprofundada acerca dos dados obtidos na pesquisa.

O jornalismo sobre esportes tem, no entanto, suas particularidades. Faz-se essencial entrar em contato com obras especializadas e também situar o panorama atual do setor. O capítulo 3 desta monografia apresentará a história do jornalismo esportivo no Brasil – paralela à história de como o futebol se tornou a modalidade mais popular do país e, consequentemente, a que desperta maior interesse da imprensa –, a ascensão de diferentes meios de comunicação nesta área e sua atuação em meio ao impacto do desenvolvimento da web e de seus diferentes formatos de produção de conteúdo.

A última parte desta pesquisa abordará o já explicado mote da pesquisa: a análise de critérios de noticiabilidade em matérias sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita dos portais *ge* e *UOL Esporte*. Será introduzida no capítulo a análise sobre como os valores-notícia propostos por Traquina são adotados no contexto do jornalismo esportivo. Na sequência, serão apresentados dados gerais sobre a produção dos dois sites no recorte preestabelecido. Por fim, será detalhado o caso específico de cada clube e do termo “saudita”.

TEORIAS DA NOTÍCIA E DO JORNALISMO E CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Definir o que constitui uma notícia é uma questão latente no campo da comunicação. Um dos estudiosos da área que busca entender o tema é Nelson Traquina. Ele se debruça sobre diversas teorias em *Teorias do Jornalismo Volume I: Porque as notícias são como são* (2005) e não chega a uma resposta cabal e definitiva, mas indica caminhos para uma melhor compreensão acerca do campo jornalístico.

Traquina recorre a diversas teorias – ou explicações plausíveis, já que a própria obra questiona o uso do termo “teoria” para alguns casos – desenvolvidas ao longo do século XX que tentam resolver a questão “por que as notícias são como são?”. Teorias como a do espelho, na qual as notícias seriam um reflexo da realidade, e a do *gatekeeper*, que atribui às opções pessoais do jornalista seletor a escolha do que é notícia, são tratadas como limitadas e têm algumas de suas bases refutadas pelo autor estadunidense de origem portuguesa. A corrente de pensamento na qual ele se aprofunda e parece encontrar mais sentido é a interacionista.

Nessa teoria, “As notícias são resultado de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (Traquina, 2005, p. 180). Dentro de tal princípio, é fundamental que o campo jornalístico possua estrutura profissionalizada para exercer monopólio⁸ sobre a noticiabilidade, ou seja, tenha liberdade na seleção das matérias-primas .

Diante de uma matéria-prima tão vasta, as empresas jornalísticas visam estabelecer rotinas para facilitar seu trabalho, criando uma rede noticiosa, conceito proposto por Tuchman (1978). Essa é uma estratégia para cobrir o espaço, privilegiando determinados locais e dividindo os profissionais em organizações (como polícia ou Assembleia) e temas de especialidade. O tempo também é um fator dentro do “biorritmo” de uma organização jornalística. Assim, os fatos com horário marcado e/ou que ocorrem durante o turno de trabalho são privilegiados. Tais características indicam uma tendência do campo de abordar

⁸ Traquina utiliza o termo “monopólio” como forma de explicitar que um campo jornalístico autônomo e profissionalizado deve possuir total liberdade na tomada de decisão sobre a noticiabilidade dos fatos, ou seja, o que será reportado ao público ou não. “Perder esse monopólio é pôr em causa a independência do jornalismo e a competência dos seus profissionais” (Traquina, 2005, p. 181), adiciona o autor.

com maior foco acontecimentos ao invés de problemáticas, tendo em vista que o primeiro é mais facilmente identificado no espaço e no tempo.

A rotinização das empresas jornalísticas contribui para que elas sejam capazes de lidar com fatos inesperados através da divisão de tipos de notícias. Existem as *soft news*, “interessantes porque lidam com a vida de seres humanos”, e as *hard news*, que “interessam aos seres humanos” (Mott, 1952 apud Tuchman, 1973, p. 114). Mesmo dentro dos acontecimentos mais urgentes (*hard news*) há diferenciação em como estes são tipificados – a disseminação de um fato por si é *spot news*, a contínua coleta de dados sobre o tema caracteriza o *developing news* (notícia em desenvolvimento) e a retomada de temas já abordados constitui o *continuing news*.

Organizações jornalísticas conseguem processar eventos aparentemente inesperados, incluindo emergências e desastres, porque elas tipificam eventos-como-notícias pela forma que acontecem e em termos das ramificações “desse tipo de evento” acarretam para a organização do trabalho. Cada uma das tipificações é ancorada numa estrutura organizacional básica preocupada com o controle do trabalho. (Tuchman, 1973, p. 111)

Uma notícia também é influenciada, segundo o pensamento interacionista exposto por Traquina, pela relação entre o jornalista e a fonte. Há uma seriedade nesta conexão, pautada na garantia de sigilo sobre a identidade de quem fornece as informações. É necessário realizar investimento para “cultivar” fontes, e os membros da comunidade jornalística devem saber avaliar as interações com estas em termos de credibilidade e produtividade – tendo em vista que, em tese, qualquer pessoa pode contribuir para um produto jornalístico dessa forma.

Outro elemento importante na construção das notícias é a interação entre os membros da comunidade jornalística. Traquina caracteriza-os como uma “tribo”. O termo é utilizado pelo autor como forma de ressaltar o referencial comum ao qual os jornalistas recorrem e, ao mesmo tempo, caracterizá-los como seres “de ação”, anti-intelectualistas em certa medida. Os profissionais da área “não são simples observadores passivos mas participantes ativos da realidade. As notícias devem ser encaradas como um processo de interação social” (Traquina, 2005, p. 204). A troca de conhecimento entre colegas e até mesmo entre concorrentes contribui para a criação de uma linguagem comum dentro da tribo.

A existência de um trabalho jornalístico rotinizado combinada com todos esses fatores acaba por culminar, de acordo com a teoria interacionista, na dependência de fontes oficiais. Diferentes fontes possuem diferentes níveis de acesso ao campo jornalístico. Movimentos sociais encontram dificuldade para levar suas pautas à imprensa, enquanto membros que

provêm da estrutura de poder estabelecido têm mais caminhos. Para Gitlin (1980 apud Traquina, 2005), os critérios de noticiabilidade que privilegiam o desvio à norma apoiam, implicitamente, o *status quo*.

Segundo Gitlin, os próprios processos de enquadramento pelas pressuposições tradicionais do jornalismo: 1) as notícias envolvem acontecimentos e não as pressuposições que envolvem acontecimentos; as notícias privilegiam as pessoas e não o grupo; 3) as notícias destacam o conflito e não o consenso; 4) as notícias privilegiam o fato que ‘alimenta’ a história e não o que a ‘explica’. (Traquina, 2005, p. 198)

A rigidez do campo jornalístico não significa que ele seja um plano impenetrável e restrito à manutenção da ordem vigente. Traquina aponta que o jornalismo, caracterizado como o “Quarto Poder”, por vezes atua como “contrapoder”, algo fundamental para a teoria democrática. O monopólio para decidir o que é, ou não, notícia não pode ser perdido de vista, mesmo que o profissional tenha de lidar com a rotinização e com o polo econômico das empresas de comunicação.

Os papéis de “Quarto Poder” e “contrapoder” foram mencionados como forma de ponderar a ideia anterior relativa às fontes oficiais e aos critérios de noticiabilidade. Entretanto, tais conceitos não serão aprofundados ao longo desta pesquisa. O trabalho tem foco direcionado às atividades e rotinas jornalísticas, não na interação entre instituições como organizações de comunicação e o Estado.

2.1 VALOR-NOTÍCIA

A partir das conclusões acerca da perspectiva interacionista, Traquina expande sua obra em *Teorias do Jornalismo Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional* (2005). O autor se aprofunda na cultura por trás da profissão, adentrando aspectos importantes que serão abordados posteriormente, sendo o principal deles a ideia de valor-notícia.

Traquina define critérios de noticiabilidade como “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possui valor como notícia” (2005, p. 63). Ou seja, os membros da “tribo jornalística” decidem o que vale ou não ser levado ao público com base em um conjunto de características, comportamentos e cultura próprias da profissão.

Em relação a essas particularidades, o autor destaca a dificuldade de lidar com o tempo. Ele é determinante para o ritmo das empresas e uma régua na definição de competência profissional. “Ser profissional implica ter uma capacidade performativa avaliada pela aptidão de dominar o tempo em vez de ser vítima dele” (2005, p. 40).

O jornalista também é qualificado por Traquina como um ser de “ação” e não “pensador”, devido à dinâmica cheia de prazos inerente à profissão. A “tribo jornalística” tem uma linguagem – as tradicionais diretrizes de orações e parágrafos curtos, frases simples, etc, –, um jeito singular de ver o mundo – enxergando os fatos e atribuindo-lhes valores-notícia – e uma cultura profissional. Em relação a esse aspecto, o autor estadunidense faz menção a Greenwood, sociólogo estadunidense que trabalha a ideia de cultura profissional.

Dentro das profissões como uma classe lógica cada profissão desenvolve a sua própria subcultura, uma variante da cultura profissional; a subcultura da engenharia, por exemplo, diferencia-se das subculturas da medicina e do trabalho social. [...] A cultura de uma profissão consiste em seus valores, normas e símbolos. (Greenwood, 1957)

Sobre a cultura do jornalismo, Traquina aponta que há um mito ao redor da profissão. “Longe de ser apenas uma mentira ou uma ilusão, é um sistema de consciência mantido no mais fundo de cada um, que afeta profundamente tanto a estrutura da organização noticiosa como a prática do jornalismo no dia-a-dia” (Hallin, 1986 apud Traquina, 2005, p. 51). A mitologia jornalística coloca seus integrantes como protetores dos cidadãos e num papel de “Quarto Poder”, em um labor que exige dedicação total.

Outro aspecto dentro da cultura profissional jornalística é tratado com certa mitologia ao seu redor: os critérios de noticiabilidade, mencionados anteriormente e essenciais à realização desta pesquisa. Traquina cita como os profissionais da área têm dificuldade em explicar o que é notícia e o que é levado em consideração na seleção de pautas, recorrendo a respostas simples como “o que é importante” ou “o que interessa ao público”. Explicações que indicam um conhecimento prático, como destaca Tuchman:

Pareceria que a perspicácia noticiosa é um conhecimento sagrado, a habilidade secreta dos jornalistas que os diferencia das outras pessoas. A experiência dos jornalistas com relações interorganizacionais, sua maneira de lidar com a própria organização e com as outras permite-lhe considerar sua perspicácia noticiosa como ‘objetividade’. (Tuchman, 1972, p. 672)

Traquina tem como hipótese que a tribo jornalística é uma comunidade interpretativa transnacional que partilha cultura profissional e um modo de aplicar os critérios de

noticiabilidade. Através de análises e estudos comparativos, o autor conclui que existe uma visão comum, um “óculos” pelo qual os jornalistas enxergam a realidade.

Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado. (Bourdieu, 1997)

Embora defende a existência da comunidade transnacional e de um comportamento comum acerca da noticiabilidade, Traquina comprehende que a organização jornalística pode exercer influência direta no processo de seleção de acontecimentos. Sua linha editorial tem poder de impactar a alocação de recursos, a existência de estrutura necessária para abordar determinados temas e, em alguns casos, pode destacar certos assuntos por motivos especialmente caros a quem está no comando da empresa jornalística.

Com a influência de tantos elementos, o jornalista exerce a “habilidade secreta” (Tuchman, 1972) de enxergar valores-notícia nos acontecimentos. O tema foi estudado a fundo pela primeira vez por Galtung e Ruge, conforme aponta o autor de *Teorias do Jornalismo Volume II*. Traquina recorre ao trabalho dos pesquisadores noruegueses e de outros nomes dedicados à questão, como Ericson, Baranek e Chan, para chegar à sua própria categorização de valores-notícia. É com base nela que esta pesquisa foi realizada.

Para Traquina, existem valores-notícia de seleção e de construção. Os critérios de seleção são segmentados em duas subcategorias – substantivos e contextuais. As diferenciações e os exemplos dentro de cada espectro serão aprofundados abaixo.

2.2 VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO SUBSTANTIVOS SEGUNDO TRAQUINA

Traquina referencia Wolf para caracterizar os valores-notícia de seleção como aqueles utilizados na tomada de decisão sobre quais acontecimentos serão transformados em notícia e quais serão preteridos.

A subdivisão de critérios substantivos refere-se aos acontecimentos, a decisões de noticiabilidade estritamente baseada na matéria-prima. O autor apresenta onze valores-notícia dessa categoria.

Morte: Autoexplicativo. Traquina salienta que todas as pessoas⁹ serão notícia pelo menos uma vez, e essa ocasião é a morte. O destaque concedido a cada óbito varia de acordo com o status social da pessoa e com as circunstâncias em que ocorreu, privilegiando-se as melhores estórias.

Notoriedade: O nome e a posição de uma pessoa são importantes para definir a noticiabilidade de um fato, privilegiando membros da elite.

Proximidade: Do ponto de vista geográfico, mas também do cultural. O que acontece dentro ou perto da área de circulação do veículo jornalístico – e de seu público – tem mais chances de se tornar notícia. Contudo, as distâncias podem ser distorcidas por aspectos técnicos e culturais.

Relevância: Informar acontecimentos que possuem impacto na vida da população.

Novidade: O que há de novo. Traquina exemplifica mencionando como é difícil para o jornalista retomar uma pauta de investigação sem que novos fatores venham à tona.

Tempo: Além da questão já citada de acontecimentos novos, o tempo é um valor-notícia quando um evento se relaciona a um fato já existente e consolidado. Ainda há efemérides e datas comemorativas, que potencialmente levantam pautas todos os anos.

Notabilidade: O que é tangível tem mais chance de ser notado e virar notícia. Isso denota, segundo Traquina, como o campo jornalístico tem dificuldade em cobrir problemáticas, atendo-se ao que acontece em decorrência delas ao invés de tratar os processos. O número de pessoas envolvidas, a anormalidade e o excesso/a escassez influenciam esse valor-notícia.

Inesperado: Pelas palavras de Traquina, “aquilo que irrompe e surpreende a comunidade jornalística” (2005, p. 84).

Conflito ou controvérsia: Quando há violência simbólica ou, mais importante, física. Também pode representar uma ruptura na ordem social.

⁹ “Podemos dizer que todos nós seremos notícia pelo menos uma vez na vida - no dia seguinte à morte, ou nas páginas interiores ou com destaque na primeira página” (Traquina, 2005, p. 79).

Infração: Violação, transgressão de regras, conectando-se assim à violência. Tal critério explica a importância do crime no noticiário recorrente.

Escândalo: Associado ao valor “infração”, Traquina exemplifica-o através do caso “Watergate”, investigação jornalística que culminou na renúncia de Richard Nixon, presidente dos Estados Unidos, em 1974.

2.3 VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO CONTEXTUAIS SEGUNDO TRAQUINA

Os critérios contextuais apontados por Traquina dizem respeito ao contexto de produção da notícia, não à relevância dos acontecimentos em si. Como se fosse um guia para a reunião de pauta.

Disponibilidade: Trata-se da “facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento” (Traquina, 2005, p. 88). Levanta o debate dentro da organização jornalística se a pauta a ser coberta vale o uso dos recursos limitados da empresa.

Equilíbrio: A quantidade de conteúdos produzidos sobre determinado tema dentro de uma empresa jornalística pode influenciar na noticiabilidade de um acontecimento. Uma estória pode perder valor-notícia por ser a repetição de algo já publicado no passado próximo. Ela também pode ganhar espaço devido à obrigatoriedade de noticiar-se determinado tema – por exemplo, o caderno de esportes de um jornal continua ativo mesmo quando não há grandes eventos e competições em curso.

Visualidade: Presença de elementos visuais, como fotografias ou vídeos. Traquina destaca a importância desse valor-notícia no meio televisivo.

Concorrência: Aparece em duas formas: a busca por notícias exclusivas e a missão de não permitir que outra organização jornalística tenha informações que a própria não possui. Portanto, um “furo” de reportagem tem grande valor, e permitir um “furo” por parte de uma empresa rival é negativo.

Dia noticioso: O contexto temporal específico influencia na noticiabilidade. Feriados e férias são períodos em que estórias de pouca notabilidade ganham espaço que não obteriam em datas regulares. Também há dias comuns sem grandes eventos noticiosos, enquanto em outros ocorrem mega-acontecimentos que modificam a rotina de uma redação.

2.4 VALORES-NOTÍCIA DE CONSTRUÇÃO SEGUNDO TRAQUINA

Os valores-notícia de construção são os critérios adotados para selecionar quais elementos de um fato devem ser abordados – e como fazê-lo – na hora de transformar um acontecimento em notícia.

Simplificação: Acontecimentos simples, desprovidos de ambiguidade, podem se tornar uma notícia mais facilmente compreendida pelo público. Esse tipo de evento noticioso é preferível aos mais complexos. O jornalista tem como missão simplificar os fatos.

Amplificação: Quanto mais amplo e geral é o fato, maior é sua noticiabilidade. Traquina exemplifica o uso desse valor-notícia com a expressão “Brasil chora a morte de Senna”, referindo-se ao acidente em 1994 que vitimou o piloto tricampeão mundial de Fórmula 1.

Relevância: O jornalista tem como papel ressaltar a importância e o impacto de uma notícia para o público, aumentando assim as possibilidades de ser notada.

Personalização: Valorizar o elemento pessoal. Realizar esse trabalho de caracterização amplifica o potencial público a ser atingido pela notícia e facilita a identificação do acontecimento como “positivo” ou “negativo”.

Dramatização: Reforço ao aspecto emocional e conflitual das notícias. Traquina cita Weaver (1975/1993) para indicar que esse valor-notícia constitui uma tendência sensacionalista.

Consonância: Notícia que se insere em uma narrativa já construída. Aborda um contexto conhecido pelo receptor, adicionando um fato novo à grande história já existente. Um exemplo de consonância no contexto brasileiro foi o Mensalão, escândalo que irrompeu em 2005 com a descoberta de pagamento a deputados por votos favoráveis a interesses do Executivo.

2.5 ETHOS JORNALÍSTICO E OBJETIVIDADE

Este capítulo expôs a abordagem de Traquina em relação a “por que as notícias são como são”, fatores que influenciam na sua produção – segundo a perspectiva interacionista –, o que são critérios de noticiabilidade, como são divididos e qual é o impacto da cultura jornalística sobre estes.

Os valores-notícia são aplicados rotineiramente em uma organização jornalística. Dessa forma, eles funcionam como um norte para guiar o profissional, indicando caminhos sobre o que deve-se levar em consideração na hora de selecionar e produzir seu material. Tal lógica leva a questionamentos: para onde a adoção de tais critérios leva o jornalismo? Quais são os seus princípios condutores, o seu *ethos*?

O jornalismo tem deveres estabelecidos dentro das sociedades democráticas – ambiente no qual está inserida a “comunidade interpretativa transnacional” referida em outros momentos por Traquina. Seu papel é de guardião dos cidadãos, protegendo-os de possíveis abusos de poder por parte de governantes.

No tipo ideal esboçado, os membros dessa comunidade interpretativa [jornalística] são pessoas comprometidas com os valores da profissão em que agem de forma desinteressada, fornecendo informação, ao serviço da opinião pública, e em constante vigilância na defesa da liberdade e da própria democracia. (Traquina, 2005, p. 129)

Além de situar o *ethos* do jornalismo, o autor estabelece valores que o conduzem, sendo o primeiro deles a liberdade. Ele se refere à liberdade de imprensa do ponto de vista governamental – e da luta do setor contra censura –, mas também à liberdade em relação a outros agentes sociais. O profissional deve ser independente e possuir autoridade nas suas relações de trabalho, conforme Elliott (1978, apud Traquina 2005).

Traquina identifica a autonomia como fundamental para assegurar mais um valor ao jornalismo: a credibilidade. Esta leva tempo para ser construída, mas pode ser perdida com um erro. Equívocos e mal-entendidos são encarados com tamanha seriedade devido à contraposição a outro norte da atividade jornalística: a busca pela verdade.

A verdade, assim como o rigor, aparece na maior parte dos códigos deontológicos do jornalismo, segundo estudo de Asenjo (1979) que considerou textos de 51 países. Outro ideal recorrente na descrição de o quê deve conduzir a prática jornalística é a objetividade, um conceito que levanta debates no campo.

Traquina aponta a objetividade como um item de discussão mal compreendido. O autor defende que esse valor não pode ser explicado como uma pura e simples oposição à subjetividade. Trata-se de uma série de práticas e procedimentos para mitigar justamente a inevitabilidade da subjetividade. Schudson fornece uma definição mais apropriada ao que significou a objetividade para o jornalismo em seu surgimento.

Objetividade, nesse sentido, significa que pode-se acreditar nas afirmações de uma pessoa sobre o mundo se forem submetidas a regras estabelecidas consideradas legítimas por uma comunidade profissional. Fatos aqui não são aspectos do mundo, mas afirmações sobre ele validadas consensualmente. (Schudson, 1978, p. 7)

A objetividade no jornalismo começou a ganhar força nos Estados Unidos, entre as décadas de 1920 e 1930. Um século antes disso, ser subjetivo e apresentar um ponto de vista não era um problema, e sim o que se esperava, conforme Schudson. O sociólogo estadunidense considera o pós-Primeira Guerra Mundial como um período de virada para a área. A perda de confiança nas instituições democráticas esteve entre os fatores que levantou dúvidas sobre a própria percepção subjetiva dos acontecimentos.

[...] a crença na objetividade no jornalismo, assim como em outras profissões, não é apenas uma alegação sobre qual tipo de conhecimento é confiável. É também uma filosofia moral, uma declaração sobre qual tipo de pensamento uma pessoa deve se envolver, ao tomar decisões morais. É, além disso, um compromisso político, pois fornece um guia sobre quais grupos devemos reconhecer como públicos relevantes para julgar os nossos próprios pensamentos e atos. (Schudson, 1978, p. 8)

Para Tuchman (1972), a objetividade tornou-se um “ritual estratégico” dentro do jornalismo, à medida que adotam-se procedimentos de rotina de maneira compulsiva – o aspecto ritualístico – com o intuito de proteção contra pressão da organização ou de pessoas externas à comunidade jornalística – o lado estratégico.

O primeiro dos quatro “rituais estratégicos” típicos da objetividade, segundo Tuchman, é apresentar possibilidades conflituosas. Quando uma fonte diz algo que não pode ser checado a tempo para a publicação do material, o repórter recorre a alternativas, como buscar outra fonte que apresenta ponto de vista oposto. Mostrar dois espectros de um assunto é uma forma de defesa para o jornalista, que pode declarar-se objetivo por não privilegiar e dar espaço a somente uma versão.

O segundo procedimento pontuado pela socióloga estadunidense é apresentar evidências auxiliares. Encaixam-se em tal designação os “fatos”, acontecimentos que em geral

são aceitos como verdade. A própria autora menciona, no entanto, que os “fatos” são altamente dependentes de processos sociais.

A terceira medida apontada pela autora é o uso sensato de aspas. Ao utilizar falas de fontes, o jornalista acredita, segundo Tuchman, que está retirando a si mesmo da notícia – embora por vezes exponha no texto suas próprias impressões a partir de falas de outrem – e aproximando-se do ideal de objetividade.

O quarto e último procedimento identificado por Tuchman é estruturar as informações de maneira apropriada. O texto deve adotar o tradicional formato de pirâmide invertida, com as informações mais relevantes posicionadas no início do material (o lide). A fórmula de seis perguntas (“quê”, “quem”, “como”, “quando”, “onde” e “porquê”) serve para facilitar o trabalho de identificação dos fatos materiais relevantes, tornando assim o trabalho “objetivo”.

A importação das técnicas estabelecidas nos Estados Unidos para o Brasil ocorreu a partir da década de 1950, conforme Sponholz (2004). A prática comum nos jornais da época era o formato “nariz-de-cera”, no qual o início da nota é “uma espécie de preparação do clima para o desencadeamento da notícia propriamente dita”, como definido por Pompeu de Sousa (1986), chefe do *Diário Carioca* na época. O recurso provém das origens literárias de muitos profissionais nas redações.

Foi justamente o *Diário Carioca* de Pompeu de Sousa um dos responsáveis por introduzir o lide no Brasil. Ele também adotou na publicação um manual de redação, a prática do copidesque – revisão com o intuito de padronizar conteúdos –, a contagem de caracteres nos títulos, a abolição de pronomes como “Senhor” e outras mudanças. Seu esforço para mudar o jornalismo tinha como meta aproximar o ideal de objetividade.

O lead foi introduzido por mim para substituir o nariz-de-cera. Representou uma subversão na técnica redacional. Naquele tempo, a notícia ficava no pé da matéria. A abertura era um comentário, uma opinião, uma mistura de informação, interpretação e tudo mais, menos notícia. [...] Meu objetivo era criar ou adaptar para nós a técnica redacional baseada no copy-desk. Estabelecer as linhas mestras de uma redação objetiva, com informações objetivas sem nenhum comprometimento com a opinião. (Pompeu de Sousa, 1986)

Sponholz defende que a adoção de técnicas estadunidenses no jornalismo brasileiro não aconteceu porque os profissionais do país ambicionavam espelhar a realidade, e sim por conta da eficiência técnica que o modelo norte-americano trazia. Textos no formato de pirâmide invertida atendiam às necessidades do público brasileiro nos anos 1950, no contexto de rápida urbanização no país. Segundo a pesquisadora, a defesa da “objetividade” naquele

momento tornou-se símbolo da profissionalização da imprensa nacional, que se emancipava da literatura e da política em seu próprio caminho de desenvolvimento.

Além do *Diário Carioca*, Ribeiro identifica outros jornais do Rio de Janeiro, *Tribuna da Imprensa*, *Última Hora* e *Jornal do Brasil*, por exemplo, como pilares da mudança de procedimentos no Brasil. “O jornalismo não era mais visto como um gênero literário de apreciação de acontecimentos [...]. Passava a ser reconhecido como um gênero de estabelecimento de verdades” (Ribeiro, 2003, p. 148). A linguagem utilizada nos textos tornou-se direta, sem utilização de metáforas, adjetivos, exclamações e reticências. A redação em terceira pessoa virou uma exigência, e o modo verbal indicativo a forma de escrita prioritária, como maneira de “garantir a impessoalidade”.

A história do jornalismo brasileiro e os procedimentos técnicos expostos anteriormente neste capítulo permitem a conclusão que a objetividade não é somente um princípio distante que guia a atividade jornalística: ela é incorporada no dia a dia por seus efeitos práticos. “Forçado pela exigência da rapidez, o jornalista precisa de métodos que possam ser aplicados fácil e rapidamente. Assim, a objetividade ajuda o jornalista a vencer as ‘horas de fechamento’” (Traquina, 2005, p. 141).

Dessa forma, pode-se estabelecer uma relação entre a adoção de critérios de noticiabilidade e os rituais estratégicos da objetividade: ambos funcionam como mecanismos que facilitam o trabalho do jornalista. As decisões são tomadas por repórteres e editores na produção jornalística, mas a intermediação dos profissionais acaba minimizada no produto final. O que chega ao público externo – ao menos em tese – é um produto composto por fatos objetivos e incontestáveis, e que tem noticiabilidade porque é constituído de acontecimentos concretos e relevantes em determinado contexto.

É possível questionar o modo como a objetividade é incorporada ao jornalismo. Moretzsohn, por exemplo, defende que procedimentos com preocupação de proteção – conforme expostos por Tuchman – reduzem a importância política do setor, e prendem-no a uma análise formalista – problema identificado por Traquina na tendência ao uso de fontes oficiais. Sua análise também critica o apagamento do campo profissional como espaço de luta, a ideia de “profissionalismo” como uma conduta não-questionadora e a aceitação ao papel das notícias como mercadoria.

Por mais pertinentes que sejam os pontos apresentados por Moretzsohn e outros autores de perspectiva crítica, o intuito desta pesquisa não é questionar o conceito de objetividade no jornalismo ou traçar conclusões sobre qualidades e defeitos do *modus operandi* aplicado nas grandes empresas de comunicação. Trata-se de compreender princípios

e procedimentos que orientam a prática jornalística, para que a análise de valores-notícia a ser exposta posteriormente possua o maior embasamento possível acerca das dinâmicas do setor. A obra de Traquina serviu de referência principal justamente por debruçar-se sobre temas essenciais a essa compreensão.

No entanto, um panorama generalista não dá conta de todas as especificidades presentes no campo a ser estudado. Faz-se necessário um aprofundamento no contexto do jornalismo esportivo. Passaremos por sua história e por seu contexto atual no capítulo a seguir.

JORNALISMO ESPORTIVO BRASILEIRO E RELAÇÃO COM O FUTEBOL

A história do jornalismo esportivo no Brasil está conectada à história de como o futebol chegou, se notabilizou e se tornou a modalidade mais popular do país. Há registros de partidas informais que datam desde 1875¹⁰. Contudo, a versão mais conhecida dessa história coloca Charles William Miller como o principal precursor do esporte em terras nacionais. O brasileiro que estudara na Banister Court School, em Southampton (Mills 2005), retornou ao país natal com conhecimento sobre as regras do *football*, determinado a difundi-las entre ingleses que residiam em São Paulo (Caldas, 1994).

Apesar de o jogo conquistar pés e corações brasileiros em diversas camadas sociais, a prática reconhecida e a oportunidade de disputar torneios inicialmente foi um privilégio para homens da elite. Segundo Caldas, esse processo se evidenciou em São Paulo e Rio de Janeiro, onde o esporte passou a fazer parte da recreação em colégios grã-finos, originando atletas que integrariam clubes liderados por pessoas da mesma classe. Ainda amadora, a modalidade era vista como um lazer, e demandava recursos. “Para entrar no Fluminense, o jogador tinha de viver a mesma vida de [...] homens feitos, chefes de firmas, empregados de categoria de grandes casas, filho de papai rico, educados na Europa, habituados a gastar. Era uma vida pesada” (Filho, 1947, p. 34).

Mencione-se que não era o futebol enquanto apenas jogo que ganhava a adesão das elites. As associações, através de seus dirigentes e atletas, eram compostas por pessoas de sobrenomes ditos “tradicionais”, pelos estrangeiros endinheirados, e pelos recém enriquecidos. [...] Nesta perspectiva, os encontros futebolísticos funcionavam como verdadeiros encontros sociais. (Silva, 2012)

O caráter simples do futebol, jogado ao ar livre, fez com que o esporte expandisse seu alcance além da elite. Era diferente do remo, popular no Rio de Janeiro do fim do século XIX e início do século XX, em que a prática estava restrita a poucos clubes. Nas palavras de Mario Filho, “o futebol se vulgarizava, se alastrava como uma praga. Qualquer moleque, qualquer

¹⁰ GERMANO, Felipe. **O futebol chegou ao Brasil de trem:** e muito antes de Charles Miller. 2022. Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/o-futebol-chegou-ao-brasil-de-trem-e-muito-antes-de-charles-miller/>. Acesso em: 18 abr. 2024.

preto podia jogar futebol. No meio das ruas, nos terrenos baldios, onde se atirava lixo, nos capinzais” (1947, p. 50).

Times oriundos de diferentes conjunturas refletiram a popularização do futebol entre grupos fora da elite. O *The Bangu Athletic Club*, fundado em 1904, surgiu como clube de fábrica e recorreu a operários para preencher seus elencos (Rodrigues, 2004). O próprio Bangu foi um dos pioneiros na inclusão de negros no futebol nacional, uma história marcada por luta por espaço, episódios de racismo e proibições especialmente ao longo das quatro primeiras décadas do século XX (Machado, 2020). Grupos de imigrantes fundaram clubes que representavam o desejo de ascensão social ou de construção de uma identidade própria – Corinthians, Juventus, Palestra Itália e Portuguesa são exemplos paulistanos. As mulheres, marginalizadas no processo de popularização, praticaram o esporte em menor frequência, parcialmente devido a decretos de interdição a certas modalidades (Goellner, 2005).

É nesse contexto que o futebol começa a ganhar páginas dentro do jornalismo impresso. Mario Cardim, um dos primeiros divulgadores da modalidade no país, escreveu sobre o esporte na série *Guia de Football* (Toledo, 2000) e nas páginas do *Estado de São Paulo* na primeira década do século XX (Monteiro, 2008). Coelho (2003) destaca o impacto do jornal *Fanfulla*, periódico direcionado à comunidade italiana em São Paulo, com registros ao longo da década de 1910 que servem de fonte histórica sobre clubes como o Palestra Itália (atual Palmeiras). Costa (2010) ressalta a cobertura futebolística feita pelo *O Estado de São Paulo* na mesma década, e a *Gazeta - Edição esportiva* em período subsequente.

Os jornais do Rio de Janeiro, então capital federal, passaram a dedicar mais espaço à modalidade em ascensão do que outras praças. Lá foi fundado o *Jornal dos Sports*, em 1931. “A rigor, foi o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país” (Coelho, 2003, p. 9). O autor ressalta as dificuldades para conquistar espaços fixos ao futebol dentro da imprensa brasileira, seja em cadernos de jornais ou em revistas dedicadas ao tema. Ele identifica nos anos 1960 um período de estabelecimento do noticiário esportivo no jornalismo impresso, impulsionado pela criação do caderno de esportes do *Estado de São Paulo*.

O futebol chegou ao rádio brasileiro nos anos 1930. Segundo Calabre (2002), a primeira partida transmitida pelas ondas ocorreu em 1927, com a Rádio Educadora Paulista levando a São Paulo um jogo do Campeonato Brasileiro de Seleções Estaduais. A linguagem radiofônica relacionada ao esporte ganhou forma ao longo da década de 1930, com o uso de elementos auditivos – como vinhetas e jingles – e contribuição de repórteres para melhorar a construção de narrativas ao redor dos eventos esportivos (Kupper, 2019).

É essencial ressaltar o contexto do jornalismo brasileiro como um todo durante os primeiros passos da cobertura midiática sobre o futebol. Conforme abordado no primeiro capítulo, a influência da objetividade estadunidense só chegaria ao país nos anos 1950. Portanto, o que se via não era uma cobertura comprometida somente com os fatos concretos, como placares, autores de gols etc. Tampouco, no entanto, praticou-se um jornalismo igual ao feito em outros segmentos: uma linguagem característica se desenvolveu.

3.1 UM OLHAR DIFERENTE PARA O FUTEBOL

Desde seus primórdios, o jornalismo sobre futebol se destaca por abordagem diferente de outras editorias. Costa (2010) cita que, na década de 1910, revistas de variedades e periódicos esportivos recorriam a tom humorístico, apostando em charges e reportagens sobre histórias pitorescas. Para Silva (2006, apud Costa), tais práticas contribuíram para a interpretação do futebol como “diversão”. Essa perspectiva foi carregada e disseminada por um nome influente na história do jornalismo esportivo brasileiro: Mario Filho.

Filho assumiu o caderno de esportes do jornal *O Globo* após receber convite de Roberto Marinho em 1931. Cinco anos depois, tornou-se proprietário do *Jornal dos Sports*. Em suas publicações, o filho do advogado e jornalista Mario Rodrigues incorporou estilo editorial narrativizado e matérias dramatizadas, segundo Costa. Tal abordagem mexia com a imagem dos principais personagens do mundo do futebol, contribuindo para construção de idolatria e ao mesmo tempo para a aproximação dessas figuras ao leitor.

Silva (apud Costa) considera o estilo adotado por Filho uma sistematização de técnicas utilizadas em veículos sensacionalistas, tendo em vista sua apresentação dos jogadores de futebol como pessoas que comovem e despertam interesse. O foco do célebre jornalista era entreter e seduzir o leitor de seus jornais, fazendo-o sentir emoções e expectativas sobre o que poderia ser encarado como um simples jogo de futebol.

O trabalho de Filho gerou a noção de que ele seria o “inventor” do jornalismo esportivo moderno no Brasil. Tal ideia foi defendida fervorosamente por Nelson Rodrigues, irmão de Mario Filho. Em texto publicado na Revista Manchete, o cronista atribui a seu familiar mudança na linguagem, na estrutura e no uso de imagens nos jornais.

Mas eu gostaria de perguntar: - o que era e como era a crônica esportiva antes de Mario Filho? Simplesmente não era, simplesmente não havia. Sim, a crônica esportiva estava na sua pré-história, roia pedra nas cavernas. Não vejam crueldade nas minhas palavras, mas apenas simples e exata veracidade histórica. (Rodrigues, 1994, apud Capraro, 2011)

Capraro conclui que de fato a construção de uma imprensa esportiva especializada possui participação direta de Mario Filho. Entretanto, seria exagerado colocar nele a responsabilidade por um processo que se desenvolvera por todo o país com contribuição de outros jornalistas e escritores, além de outras pessoas engajadas na área. De qualquer forma, o que interessa para esta pesquisa é que um novo estilo de abordar o esporte se desenvolveu, e teve como relevante expoente justamente o defensor da importância de Mario Filho.

Nelson Rodrigues era um dos cronistas que contribuía para a criação de mística sobre clássicos cariocas, como o FlaFlu (duelo entre Flamengo e Fluminense), e ídolos do futebol nacional, como Pelé e Garrincha. Coelho lembra que o cronista era míope e, em dado momento de sua carreira, sequer conseguia assistir aos jogos de futebol com plena noção dos fatos, gerando imprecisões na escrita. Ele aponta, inclusive, que as crônicas de Rodrigues “não eram exatamente jornalismo” (2003, p. 17). Um exemplo de seu estilo passional de escrita e direcionado a certos personagens é notado em “Garrincha não pensa”.

Eis a verdade, porém: — não se trata de escolher, de optar. Ontem, só houve em campo um nome, uma figura, um show: — Garrincha. Os outros três campeões do mundo estavam lá também. Mas Didi, Zagalo e Nílton Santos pertencem à miserável condição humana. São mortais e suscetíveis de todas as contingências da carne e da alma. Jogaram por honra da firma e por um dever contratual. Estavam exaustos e no extremo limite de suas resistências emocionais e atléticas. Garrincha, não. Garrincha está acima do bem e do mal. (Rodrigues, 1958)

A crônica carioca é um excerto que não comprehende a realidade de todo o país, mas denota importante exemplo do desenvolvimento do jornalismo esportivo no Brasil. Esse segmento continuou a trilhar seu caminho, e, ao menos em alguns aspectos, acabou por se distanciar do texto dramatizado, narrativizado e por vezes impreciso. O jornalismo esportivo, pode-se dizer, passou a percorrer um caminho menos romântico.

3.2 PROTAGONISMO DA TELEVISÃO

As crônicas ao estilo de Mario Filho e Nelson Rodrigues perderam espaço entre os formatos do jornalismo esportivo para retratar o futebol. Coelho aponta a década de 1970 como o momento em que a imprecisão tornou-se menos frequente nos textos de jornais. Segundo o autor, a mudança aconteceu “graças ao compromisso da imprensa de contar a verdade” (2003, p. 19). Compromisso esse que se reforçou no contexto brasileiro a partir da adoção de novas práticas nas redações a partir da década de 1950, conforme explicitado no

capítulo anterior desta pesquisa, e impactou em certa medida a produção do noticiário futebolístico.

Outro fenômeno gerou impacto na cobertura sobre o futebol durante período similar: a chegada da televisão ao Brasil. A TV Tupi, primeira emissora do país, foi inaugurada em 1950 e transmitiu no mesmo ano uma partida entre Palmeiras e São Paulo, no Pacaembu (Gasparino, 2013). A emissora de Assis Chateaubriand também exerceu papel pioneiro em relação à exibição de programas esportivos, levando ao ar o *Vídeo Esportivo*, atração comandada por Aurélio Campos.

As transmissões televisivas de diferentes edições da Copa do Mundo ao longo das décadas de 1950, 1960 e 1970 servem como demarcadores dos avanços tecnológicos e da popularização deste meio de comunicação de massa. A Copa de 1954, realizada na Suíça, foi a primeira a contar com cobertura de TVs, mas sem exibição de jogos no Brasil. Em 1958 e 1962 as imagens chegavam ao país, mas com atrasos superiores a 24 horas (Kupper, 2019). 1966 foi uma edição relevante para a globalização do Mundial, que chegou a 75 nações com a operação de satélites artificiais. Os 32 jogos do torneio chegaram ao Brasil, porém nenhum deles foi ao ar de maneira simultânea (Chisari, 2006).

Foi em 1970 a primeira exibição televisiva da Copa do Mundo ao vivo para o Brasil. Este foi o primeiro Mundial com tecnologia de transmissão a cores, porém a maior parte dos aparelhos em território nacional ainda captava somente preto-e-branco. As imagens captadas por quatro câmeras (Ushinohama, 2015), alternadas principalmente em momentos de replays, levaram as emoções do tricampeonato da Seleção Brasileira às residências do país.

Nas décadas seguintes, o futebol ganhou mais espaço na TV. A Record deteve direitos de transmissão ao longo dos anos 1970, a Bandeirantes se autointitulou o “Canal do Esporte” e exibiu Campeonatos Brasileiros com exclusividade entre 1986 e 1993 (Coelho, 2003, p. 65). No entanto, foi a Globo quem se firmou como a principal parceira comercial do futebol brasileiro, a partir de meados da década de 1990. O cenário que já foi de monopólio atualmente é mais diluído, fenômeno impulsionado pela Lei 14.205/21¹¹ e pela quebra de contratos ocorrida durante a pandemia de Covid-19. Entretanto, a emissora carioca segue protagonista, pois detém direitos de transmissão para todos os jogos do campeonato nacional em TV aberta – assim como do torneio feminino, embora só leve ao público as fases finais – e exibe partidas em todas as fases da Copa Libertadores.

¹¹ O texto sancionado em 2021 ficou conhecido como “Lei do mandante” ao determinar que os direitos de arena de uma partida de futebol pertencem apenas ao mandante. Na prática, emissoras de rádio e televisão passaram a ter necessidade de negociar com somente uma equipe ao invés de duas para poderem exibir uma partida profissional.

Os canais esportivos de TV por assinatura chegaram ao Brasil nos anos 1990, também com participação do Grupo Globo. O conglomerado carioca lançou o *SporTV* em 1992, e no ano seguinte a *TVA Esportes*, do Grupo Abril, foi ao ar. O segundo se transformou em *ESPN Brasil* em 1995, após acordo firmado com a Disney. Os dois canais seguem ativos até hoje e são as principais opções na televisão fechada de programação integralmente dedicada ao esporte, tendo o futebol como carro-chefe.

Com a consolidação da televisão como forma de se acompanhar futebol, as emissoras passaram a trabalhar para que o esporte se transformasse em um espetáculo comercializável (Savenhago, 2011), estimulando o aspecto passional da relação entre torcedor e clube. Imagens além do evento em si, como destaque para a festa nas arquibancadas e planos dos atletas em câmera lenta, passaram a ganhar maior atenção. Uma das formas encontradas de potencializar o potencial lucrativo é gerar identificação com o público, algo feito através do uso de imagens de jogadores que despertam conexão com o telespectador. Dessa forma, atletas servem como agentes estimuladores do mercado, fortalecendo a ligação entre consumidores, emissoras e anunciantes.

Assim, preserva-se na televisão um recurso narrativo central às práticas do jornalismo impresso brasileiro acerca do futebol: construir narrativas voltadas a grandes personagens. A sensação de proximidade gerada por figuras notórias é um fenômeno recorrente no contexto da indústria cultural, abordado por Morin (1962). O sociólogo francês chama essas personalidades de “olimpianos modernos”. Acontecimentos que dizem respeito a tais pessoas transformam-se em eventos históricos através da disseminação de informações pelos meios de comunicação de massa.

Hoje o futebol é um entretenimento aliado à indústria cultural. Atendo-se ao cenário brasileiro, 40% da renda obtida pelos 20 clubes que mais arrecadaram no país em 2022 corresponde a direitos de transmissão de televisão e premiações esportivas¹². O valor não é inferior a 35% desde 2013, o que denota dependência do ecossistema futebolístico em relação a empresas de mídia. O esporte exibido na TV é um espetáculo que movimenta quantias bilionárias.

3.3 WEB: NOVAS CARACTERÍSTICAS E POSSIBILIDADES

¹² SPORTS VALUE. **Brazilian football clubs' financials 2022:** marketing revenues consolidation. Marketing revenues consolidation. 2023. Disponível em: <https://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2023/05/Brazilian-football-clubs-financials-2022-Final-report-may-2023-1.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2024.

A internet é mais um meio de comunicação que mexeu nas maneiras de se praticar e distribuir conteúdo jornalístico. O impacto da conexão através da rede mundial de computadores tornou-se tangível a partir do desenvolvimento da World Wide Web, interface com informações interligadas criada pelo inglês Tim Webers-Lee. O público teve acesso à web no início dos anos 1990.

No Brasil, a população geral pôde se conectar à internet a partir de 1995, pouco após a Embratel lançar o primeiro provedor de acesso no país. Nesse período, veículos impressos como *Jornal do Brasil*, *Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e *O Globo* se lançaram ao meio digital com sites. No ano seguinte, a *Folha Web* transformou-se em *UOL*, considerado o primeiro portal de notícias do país. Conforme Silva (2016), seu desenvolvimento ocorreu de forma experimental, com jornalistas habituados a outros meios que exploraram uma nova forma de exercer a profissão.

Pesquisadores costumam dividir o desenvolvimento do webjornalismo em diferentes fases. Na primeira, os “produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos” (Mieliaczuk, 2001). A segunda geração tem primeiros exemplos a partir de 1995, com jornalistas dedicados à produção de conteúdo específico para a internet, aproveitando textos através de recursos como hiperlinks (Reges, 2010). O terceiro momento começa a partir de iniciativas empresariais e editoriais voltadas exclusivamente à web, proporcionando maior estrutura profissional e tecnológica para desenvolver o setor, que transformou-se em uma alternativa para a sobrevivência econômica de veículos jornalísticos. Santi (2009) considera como quarta geração o período de incorporação do banco de dados na apuração, edição e veiculação das informações.

O jornalismo na web é mais do que uma nova forma de distribuição de conteúdo: a interface fornece meios para gerar um novo tipo de produto. Canavilhas (2003) defende que a webnotícia é singular em relação a outros meios devido ao seu caráter multimidiático. A inserção de hiperlinks, vídeos e áudios fornece ao consumidor a possibilidade de leitura multilinear. O mesmo autor português organizou em *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (2014) outros aspectos singulares que demarcam particularidades do meio, como a interatividade – tanto seletiva, que se dá através de respostas de sistema, quanto comunicativa, na qual pessoas interagem – e a ubiquidade – estar em todo lugar de forma simultânea.

No contexto de popularização da internet no Brasil, também houve o surgimento de sites jornalísticos voltados para o futebol. O diário *Lance!*, fundado em 1997, foi lançado junto do *Lancenet*, iniciativa que se provou financeiramente importante para o novo

empreendimento, segundo Coelho. O autor aponta outros domínios exclusivamente esportivos, como *Pelé.net* e *Sportsya* – que não mantêm atividade atualmente –, e portais de ampla cobertura que investiram no setor, como o *iG*. A PSN, emissora de TV por assinatura que exibiu torneios continentais na América Latina, adentrou o mundo virtual durante sua curta existência entre 2000 e 2002. Principal grupo televisivo do país, a Globo lançou site exclusivo para esportes em 2003, três anos após o surgimento do *globo.com*, e rebatizou-o como *globoesporte.com* em 2005 (atualmente chama-se *ge*).

Enquanto o jornalismo se aprimorava em suas características próprias e empresas consolidavam seu lugar no mundo virtual, a web também se expandiu. O'Reilly identificou em 2004 o que denominou como web 2.0, uma geração baseada na formação de comunidades de usuários que interagiam através de redes sociais, blogs, fóruns e afins (Latorre, 2018). A fase 3.0 tem a ver com utilização inteligente de dados que proporciona experiências personalizadas ao usuário, enquanto a 4.0 se relaciona ao desenvolvimento de inteligências artificiais. É a partir da segunda geração que o campo jornalístico acompanha mudanças às quais precisa se adaptar.

Castells (2003) considera que as comunidades virtuais surgiram de forma semelhante a movimentos de contracultura, mas se distanciaram dessa origem com sua expansão em tamanho e alcance. Os espaços se transformaram em algo “tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade”. Para o autor, usuários buscam nesse tipo de interação duas características: a comunicação livre e horizontal numa era dominada por conglomerados de mídia e a formação autônoma de redes. O segundo aspecto se refere à possibilidade de qualquer pessoa encontrar sua própria “destinação” na internet, e, caso não a localize, de divulgar suas próprias informações para induzir a criação de uma rede.

O desenvolvimento de tais conexões, inicialmente através de blogs e posteriormente pelas redes sociais, fez as organizações jornalísticas perderem a exclusividade na publicação de notícias, especialmente em áreas especializadas (Duarte et al, 2016). A mesma pesquisa indica que as redes sociais fazem parte dos procedimentos comuns adotados pelos profissionais da área atualmente, impactando na seleção de pautas, no contato com fontes, na busca por informações e na distribuição do produto final.

3.4 A INTEGRAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO À WEB

Assim como qualquer área da imprensa, o jornalismo esportivo também convive com o impacto promovido pelo desenvolvimento da web. O futebol, esporte mais popular do

Brasil, talvez possua um dos ambientes mais propícios para a organização de comunidades virtuais. Torcidas são um público em potencial para usuários que pretendam desenvolver material especializado sobre determinados clubes. Núcleos que não se sentem bem representados no debate esportivo nacional – como fãs de equipes fora dos chamado “Clube dos 13”¹³ – podem encontrar em semelhantes fontes de informações direcionadas aos seus interesses. Isso pode ocorrer não somente ao redor de times, como também de atletas, campeonatos ou até mesmo recortes específicos sobre como acompanhar futebol.

O noticiário futebolístico se diferencia de outras editorias em uma empresa de comunicação devido à maneira como o público lida com o tema. A parcela da população interessada na modalidade pode ser passional em relação ao assunto, e as emoções acaloradas dos jogos podem ser carregadas para o consumo de produtos jornalísticos. O jornalismo esportivo caminha em uma linha tênue ao estimular a conexão visceral entre torcedor e clube/jogadores – estratégia de captação do consumidor, como abordado em 3.1 e 3.2 – e, ao mesmo tempo, precisar atender concepções estabelecidas no setor para continuar sendo “jornalismo”: uma atividade baseada na objetividade. Usuários que desenvolvem redes na web não possuem essa obrigação e podem ser tão passionais quanto quiserem, ou quanto o seu público desejar.

A linguagem jornalística, já associada ao divertimento quando o assunto é esporte, encara na web concorrentes menos formais. O usuário que desejar possuir uma experiência de lazer e humor enquanto acompanha futebol pode, por exemplo, recorrer a um *streamer* que assista e comente os lances de seu time na partida mais recente. A prática aparentemente corriqueira possui exemplos de sucesso, como o influenciador digital Casimiro Miguel. O sucesso de suas *live streams* na *Twitch* levou à formação de um canal no *YouTube* com seu nome, a *CazéTV*. O veículo constituído em parceria com a empresa de comunicação LiveMode transmitiu as últimas edições da Copa do Mundo – masculina e feminina –, exibe jogos do Athletico no Campeonato Brasileiro e leva ao público o Campeonato Paulista, mantendo nos jogos a linguagem coloquial e o tom humorístico do *streamer* que o batizou.

A *CazéTV* indica outro fenômeno que se relaciona com a popularização da web: ela passou a ser um novo meio de exibição oficial de jogos de futebol. Iniciativas integralmente virtuais, como o *Canal GOAT* no *YouTube* e o *streaming* da Amazon, o *Prime Video*, ingressaram no ramo das transmissões esportivas na década de 2020, modificando o panorama

¹³ “Clube dos 13” foi uma organização formada em 1987 para defender o interesse de 13 das maiores equipes do futebol nacional: Atlético-MG, Bahia, Botafogo, Corinthians, Cruzeiro, Flamengo, Fluminense, Grêmio, Internacional, Palmeiras, Santos, São Paulo e Vasco. O grupo, que aceitou a entrada de outras instituições com o passar dos anos, foi dissolvido em 2011.

de controle das emissoras de TV sobre o espetáculo. Os principais veículos tradicionais também recorrem à internet para alcançar maior público, levando a seus sites ou aplicativos transmissões originalmente planejadas para a televisão ou o rádio. A tendência mostra a cultura de convergência midiática identificada por Henry Jenkins, na qual múltiplos mercados midiáticos cooperam entre si e os consumidores “vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (2009, p. 30).

Com os aspectos mencionados e com outros que poderiam ser abordados, conclui-se que as formas de se acompanhar futebol se alteraram profundamente a partir do desenvolvimento e da popularização da web. Tal experiência se tornou mais diluída, tanto pela criação de novos veículos quanto pela possibilidade de usuários comuns se tornarem atores nos processos comunicacionais que envolvem a modalidade. Cada potencial consumidor de conteúdo jornalístico possui maior gama de opções para alcançar a experiência informativa ou de entretenimento que deseja, incluindo a integração a comunidades com aqueles que compartilham das mesmas paixões que o próprio, por determinados clubes ou atletas. O jornalismo tradicional, mesmo o dos veículos que já nasceram na internet, é constituído por ideais que o impedem de desenvolver uma conexão tão horizontal com seu público. A busca por aproximação com o leitor/ouvinte/espectador se dá através da adaptação. Parte do campo jornalístico recorre ao que se nota na web, especialmente em redes sociais, para adequar seu conteúdo, suas pautas, sua linguagem e sua forma de distribuir o produto.

3.5 A INTERNACIONALIZAÇÃO DA COBERTURA SOBRE FUTEBOL NO BRASIL

O desenvolvimento do jornalismo sobre futebol nos jornais, no rádio, na televisão e, em certa medida, na internet retratado anteriormente nesta pesquisa é uma história focada na cobertura sobre o esporte através de uma perspectiva brasileira. As Copas do Mundo são momentos nos quais as atenções se voltam também a atletas e equipes nacionais de outros países, mas a Seleção esteve presente em todas as edições do torneio, naturalmente recebendo o maior foco – não só por representar o Brasil, como também por representar o melhor futebol do mundo. O primeiro país tricampeão mundial era reconhecido externamente e por muito tempo teve certeza internamente que detinha os grandes times e atletas do planeta.

O futebol brasileiro, no entanto, passou por crises e teve motivos de sobra para questionar o próprio status de supremacia no cenário global. Helal e Gordon (2002) identificam em meados dos anos 1970 o momento em que um desgaste na estrutura da modalidade se mostrou aparente. As alianças políticas e trocas de favores entre clubes e

federações geravam campeonatos nacionais longos e com muitos jogos de pouca atratividade, culminando em fracassos de público. O Estado, sob o comando de regime ditatorial militar, intervivia no futebol, utilizando-o como meio de propaganda. O país atravessou recessão econômica após o fim do período do “milagre”, afetando tanto a população quanto clubes. A violência nos estádios tornou-se mais frequente no período, associada ao surgimento das torcidas organizadas. Esses fatores, somados a questões dentro dos gramados – como a dificuldade para encontrar craques à altura da geração anterior que contava com Pelé –, explicam porque a era de ouro do futebol nacional parecia encerrada, enquanto “na Europa, uma reorganização do futebol avançava, conduzindo a gestão do esporte em moldes mais empresariais (Helal e Gordon, 2002, p. 45).

Com o Brasil em busca de soluções para seu esporte mais popular e de momentos dentro das quatro linhas que preservassem o status do país na modalidade, a Copa do Mundo de 1982 mostrou-se um marco significativo. Não somente pelo ponto de vista do resultado esportivo, uma não conquista marcante da Seleção que se tornou objeto de extensa produção jornalística, literária e acadêmica em busca de explicações para a derrota. Também tem esse papel pelo contexto histórico no qual aquele torneio estava inserido. Intensificou-se após a Copa de 1982 um processo que já havia começado em 1980: os astros da Seleção, como Zico, Sócrates, Falcão, Júnior e Toninho Cerezo, transferiram-se ao futebol italiano. As transações à Europa não eram inéditas, mas foi nesse momento que se tornaram um êxodo.

É nesse contexto histórico que surgem no Brasil as primeiras iniciativas de transmissão e trabalho jornalístico sobre partidas de futebol de outros países, especialmente europeus. As informações sobre a bola no outro lado do Atlântico deixaram de ser restritas a tabelas publicadas em jornais. A TV Studio (atual SBT) foi pioneira ao exibir, em 1979, a final da Taça dos Campeões Europeus – atual Liga dos Campeões da Europa – entre Nottingham Forest e Malmö em videotape, conforme Valle (2015). A Globo, que anunciara a exibição da decisão de 1977 mas não cumpriu, levou o último jogo do principal torneio do Velho Continente às telas em 1984, ao vivo, e transmitiu todas as partidas valendo a taça entre 1988 e 1995. Mas atenção de forma consistente se viu mesmo na TV Bandeirantes.

O programa “*Show do Esporte*”, idealizado pelo narrador e empresário Luciano do Valle, surgiu como forma de promover diversas modalidades esportivas. A exibição de partidas de futebol europeu masculino agregaria a esse projeto poliesportivo, e assim a Bandeirantes apostou no Campeonato Italiano, que logo se tornaria um carro-chefe da atração televisiva (Couto, 2022). O país era justamente aquele que havia tirado do Brasil diversos jogadores acostumados a representar a Seleção, o que despertava interesse e curiosidade do

torcedor sobre seus ídolos. O nome e a imagem desses atletas nacionais eram destacados em peças publicitárias sobre as partidas do torneio. A emissora já havia transmitido jogos da Roma – que contava com o brasileiro Falcão – em 1983 (Valle, 2015), mas foi dentro do “*Show do Esporte*” que o futebol italiano ganhou cobertura consistente e popularidade em território nacional. A Globo também teve seu papel na disseminação do *calcio* ao exibir 28 partidas da edição de 1984/85.

As limitações tecnológicas e as barreiras geográficas eram empecilhos encontrados pelos jornalistas da época para obter informações sobre o que acontecia nos gramados europeus. Fazia-se necessário recorrer a telegramas, emissoras de rádio estrangeiras, agências de notícias ou contato telefônico direto com profissionais da imprensa europeia (Medeiros, 2023). A demanda crescente por maior acompanhamento e aprofundamento sobre o futebol do outro lado do Atlântico forçou os profissionais a se adaptarem e ampliarem a cobertura sobre o tema. O sucesso da expansão era principalmente televisivo, mas os jornais também passaram a abordar competições internacionais através dos esforços de colunistas em inserir o assunto em seus textos.

Apesar de essas novas atrações esportivas condizerem com realidades de outros países, a bola que rola nos gramados europeus conquistou parcela significativa dos torcedores brasileiros. Isso porque o futebol e o esporte como um todo ajudam a criar coerência e conexões nas complexas sociedades modernas, através das regras e da união de pessoas em prol de algo. “No fim, um panteão esportivo de estrelas e uma série de eventos especiais compõem um conjunto de símbolos globais que constituem um dos poucos elementos de uma cultura folclórica internacional. [...] Reconhecer nomes de clubes estrangeiros e ídolos [...] faz os torcedores se sentirem internacionais” (Lever, 1984, p. 9-10). Torcidas começaram a se organizar ao redor dos times estrangeiros, principalmente dos italianos em primeiro momento.

Os territórios alcançados pela imprensa brasileira se expandiram ao longo da década de 1990. Experiências de sucesso entraram em curso nas emissoras Globo, Manchete, Bandeirantes e Cultura, que exibiram partidas de campeonatos nacionais de Espanha, Inglaterra, Alemanha, entre outros países (Medeiros, 2023). A já mencionada televisão por assinatura contribuiu para estabelecer de vez o futebol internacional na cultura do torcedor brasileiro. Especialmente através da *ESPN*, veículo estabelecido até este momento com cardápio extenso de ligas europeias na TV e no streaming.

O advento da web gerou um ambiente ainda mais propício para o fã de futebol se tornar internacional. As limitações geográficas vivenciadas anteriormente foram diminuídas. A presença simultânea em todos os lugares característica do webjornalismo faz notícias

disseminadas na Europa estarem ao mesmo tempo no Brasil. O acesso facilitado a fontes de informação amplia possibilidades de cobertura por parte de portais esportivos generalistas – como os analisados a seguir *ge* e *UOL Esporte* – e de sites especializados – como a *Trivela*, que se manteve até 2022 como um veículo voltado majoritariamente ao futebol internacional. Os blogs, as redes sociais e as comunidades virtuais proporcionam espaços para a criação de conteúdo dedicada exclusivamente à nova paixão compartilhada por torcedores.

Um novo movimento na internacionalização da cobertura da imprensa esportiva está em seus primeiros passos. 2023 foi o ano no qual ídolos da reconhecida elite do futebol mundial se transferiram à Arábia Saudita, uma nação fora da Europa, continente para o qual a comunidade futebolística acostumou-se a voltar seus olhares. Veículos rapidamente se adaptaram, ampliando seu volume de conteúdo sobre o tema – conforme será tratado posteriormente nesta pesquisa – e fechando acordos para transmitir o Campeonato Saudita no Brasil pela primeira vez na história. O Grupo Bandeirantes adquiriu direitos de exibição de jogos na televisão aberta e fechada, e o *Canal GOAT* possui contrato para transmissão no *YouTube*. A continuidade dessa investida depende da manutenção e expansão do novo projeto do futebol árabe por período significativo, que permita a inclusão da Saudi Pro League à cultura folclórica internacional do futebol. Fato é que o jornalismo esportivo brasileiro encontrou motivos para acompanhar atentamente a modalidade em outro canto do planeta onde não estava habituado a observar.

PESQUISA SOBRE A PRESENÇA DO FUTEBOL DE CLUBES DA ARÁBIA SAUDITA EM SITES BRASILEIROS

Os dois capítulos anteriores desta monografia, o primeiro focado em ideais e valores-notícia que conduzem a atividade jornalística, e o segundo direcionado à história e ao desenvolvimento do jornalismo sobre futebol no Brasil, fornecem ferramentas que conduzem à melhor compreensão para lidar com o ponto-chave desta pesquisa: o levantamento de dados relativos à presença do futebol de clubes da Arábia Saudita nos principais portais brasileiros.

Tomou-se a decisão de escolher os sites *ge* e *UOL Esporte* por conta da relevância dos portais nos quais estão inseridos. Segundo relatório da Reuters publicado em 2023, *globo.com* e *UOL* são os dois sites de notícias mais acessados do Brasil, atingindo 36% e 34% da população nacional, respectivamente, ao menos uma vez por semana. Ambas empresas possuem equipes de reportagem dedicadas exclusivamente aos esportes. O *ge* é promovido pelo Grupo Globo como uma marca própria, enquanto o *UOL Esporte* funciona como uma editoria do site. Os dois têm seus conteúdos distribuídos através das homepages dos portais *globo.com* e *UOL*, agregando a possibilidade de atingir o público-alvo geral da empresa, não necessariamente apenas leitores interessados no mundo esportivo.

Antes de partir para a apresentação de dados e categorização de valores-notícia dos conteúdos sobre futebol saudita, faz-se necessário adequar a metodologia de análise em relação aos critérios de seleção. Diante da dificuldade existente para precisar o contexto no qual uma notícia foi produzida sem acesso ao ambiente interno da organização, optou-se pela avaliação exclusiva dos valores-notícia de seleção substantivos, deixando de lado os critérios contextuais por essa razão. Já os valores-notícia de construção não receberão abordagem detalhada neste estudo por não se aproximarem diretamente do objetivo da pesquisa, que é traçar por que o futebol da Arábia Saudita vira notícia no Brasil.

4.1 ANÁLISE DOS VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO SUBSTANTIVOS NO JORNALISMO ESPORTIVO

Traquina apresenta em sua obra valores-notícia que se aplicam ao jornalismo de maneira geral, sem levar em consideração especificidades de determinadas editorias. A maior

parte dos exemplos mencionados pelo autor se refere ao noticiário político, policial ou a tragédias de grande escala, eventos que recebem atenção em editorias generalistas de *hard news*. Ocasões esportivas não necessariamente serão relevantes do ponto de vista do impacto direto na vida do leitor, terão algo inesperado ou serão marcadas por um conflito violento. Todavia, ainda assim viram notícia, e isso ocorre porque as editorias especializadas na área seguem lógica ligeiramente diferente.

A análise de valores-notícia apresentada nesta pesquisa tenta contemplar o contexto particular do noticiário esportivo. A proposta não é adicionar novos critérios à obra de Traquina, e sim adequar alguns dos já existentes para melhor compreensão das razões pelas quais determinado acontecimento se torna uma notícia.

Morte: A explicação apresentada no capítulo 2.2 também vale para o noticiário futebolístico.

Notoriedade: O nome e a posição de uma pessoa também são fatores de noticiabilidade no jornalismo esportivo. Se, em sua explicação sobre o critério, Traquina exemplifica através de figuras políticas, no mundo do futebol as personalidades mais notórias são jogadores que atuam na elite – do cenário brasileiro ou de outras nações consideradas relevantes –, técnicos, dirigentes de clubes ou confederações e árbitros. Alguns exemplos encontrados nesta coleta de dados indicam que jornalistas ou pessoas de destaque no cenário da comunicação também podem impulsionar a noticiabilidade de um fato – em algumas ocasiões, uma simples fala.

Proximidade: A proximidade geográfica e cultural aparece na cobertura futebolística através do destaque à conexão com determinadas regiões. A definição de qual será o possível adversário de um clube brasileiro em um torneio internacional ou o destaque de um atleta oriundo do país em outra nação amplificam a noticiabilidade do fato. Não é obrigatório que uma pessoa seja brasileira para que a comunidade jornalística encontre proximidade entre um indivíduo e o país. Um exemplo desse fenômeno está no futebol saudita atualmente. O português Jorge Jesus, treinador do Al-Hilal, é amplamente reconhecido na América do Sul por sua passagem pelo Flamengo entre 2019 e 2020, durante a qual conquistou cinco títulos. A pesquisa encontrou ocasiões em que seu atual clube virou notícia somente por conta de Jorge Jesus, uma figura notória e próxima do torcedor brasileiro.

Relevância: Esta pesquisa propõe a aplicação desse conceito sob a perspectiva de *relevância esportiva*. Por esta se entende que acontecimentos que impactam a vida de um torcedor –

informações sobre ingressos, transmissões de jogos etc. – ou o dia a dia de um clube ou torneio – resultados de partidas, contratações e demissões, suspensões, condicionamento físico de atletas – são relevantes. Ao adotar essa aplicação do conceito, este trabalho comprehende o potencial impacto emocional, passional e econômico que notícias sobre o esporte competitivo podem ter sobre parcela da população. Para que a avaliação subjetiva do quê é uma partida ou contratação importante não interfira nos resultados, este trabalho considerará que qualquer notícia sobre um fato enquadrado na descrição anterior, independentemente do país em que aconteça, possui relevância esportiva.

Novidade: A explicação apresentada no capítulo 2.2 também vale para o noticiário futebolístico.

Tempo: Além da definição tradicional, esse valor-notícia se apresenta no noticiário esportivo de outras formas. Um exemplo são os textos sobre como assistir a jogos: eles possuem informações que não necessariamente são novas, como data da partida e veículo que a exibirá, mas relevantes ao torcedor no momento de sua publicação – normalmente, o dia do confronto em questão. Os ganchos com base em fatos da atualidade, denominados *news peg* por Traquina, também são recorrentes. Atletas ou clubes que alcançam feitos relevantes esportivamente podem impulsionar reportagens sobre suas jornadas, histórias ou fatos antigos ligados ao momento presente.

Notabilidade: Assim como Traquina aponta em relação ao jornalismo como um todo, a cobertura sobre futebol também é direcionada a acontecimentos concretos e notáveis. Partidas, treinamentos, divulgação de relatórios médicos e outros eventos de forma evidente correspondem à parte predominante do conteúdo produzido.

Inesperado: Aspectos que surpreendem a comunidade jornalística dentro dos gramados, como um gol de bicicleta ou uma lesão chocante, ou fora deles, como transferências de altas quantias monetárias, adquirem valor de noticiabilidade adicional à relevância esportiva dos próprios eventos. Falas de destaque e momentos inusitados na vida pessoal daqueles inseridos no meio do futebol também se enquadram nesse critério.

Conflito ou controvérsia: A violência simbólica ou física pode ocorrer tanto por parte de profissionais ligados ao esporte quanto por parte de torcedores.

Infração: Além de infrações legais, no noticiário sobre futebol esse critério se refere também aos regulamentos esportivos. Cartões, suspensões e falha ao cumprir regras antidoping são exemplos de infrações.

Escândalo: A explicação apresentada no capítulo 2.2 também vale para o noticiário futebolístico.

4.2 RESULTADOS

Parte da hipótese motivadora desta pesquisa consiste na percepção que os sites jornalísticos brasileiros intensificaram sua cobertura sobre o futebol de clubes na Arábia Saudita. Para averiguar se há verdade nessa impressão, a primeira parte do trabalho – que serviu como base para etapas posteriores – foi encontrar todos os materiais de *ge* e *UOL Esporte* que faziam referências em seus títulos a Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad, Al-Nassr e futebol saudita em geral. A coleta de dados, feita através do Google, trouxe resultados significativos.

A presença do futebol saudita no portal *ge* cresceu de forma maciça entre 2022 e 2023. O salto de conteúdos produzidos dentro dos parâmetros da pesquisa foi de 1438,89%, saindo de 36 páginas para 554. A grande maioria do material é de notas jornalísticas no *layout* tradicional do site. Outros formatos também foram encontrados, como páginas apenas com vídeo ou acompanhamento de partidas em tempo real. Estas se tornam um resumo do jogo após o tempo regulamentar, ganhando inclusive um novo título – que não é captado pelos mecanismos do Google.

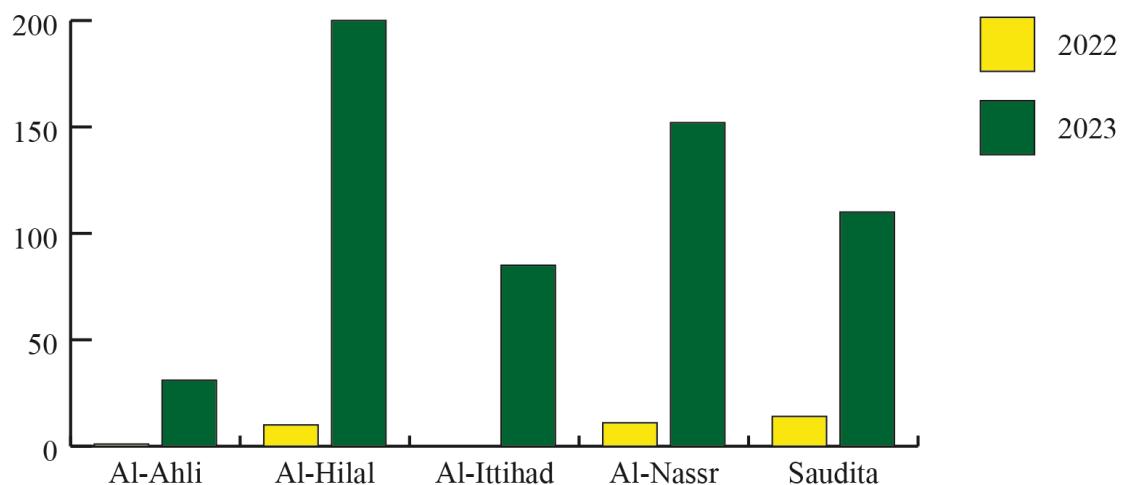
Todos os clubes adquiriram protagonismo no segundo ano do espaço amostral. O Al-Ittihad, vice-campeão nacional em 2022, não recebeu nenhuma menção a seu nome no primeiro ano levado em conta na pesquisa – somente de forma indireta em uma matéria que se enquadra no tópico “saudita”. Em 2023, o clube apareceu 85 vezes. O Al-Hilal, clube de diversas conexões com o público brasileiro ao longo de 2023 – que serão aprofundadas posteriormente neste capítulo –, tornou-se o grande protagonista dentre os sauditas no portal *ge*: a equipe foi citada nominalmente na manchete de 200 páginas, média superior a um conteúdo produzido a cada dois dias do ano.

Vale ressaltar que determinadas produções dizem respeito a mais de uma equipe ao mesmo tempo, quando abordam confrontos diretos ou, em caso específico encontrado, disputa

pela transferência de um jogador. Dessa forma, a soma simples de menções aos quatro clubes e à Arábia Saudita totaliza um valor acima de 554. Este foi encontrado através de soma que filtra tais reincidências. O mesmo se aplica para dados coletados no *UOL Esporte*.

Figura 1 – Gráfico de páginas do site ge com menção ao futebol saudita no título.

Páginas com menção ao futebol saudita no título - ge



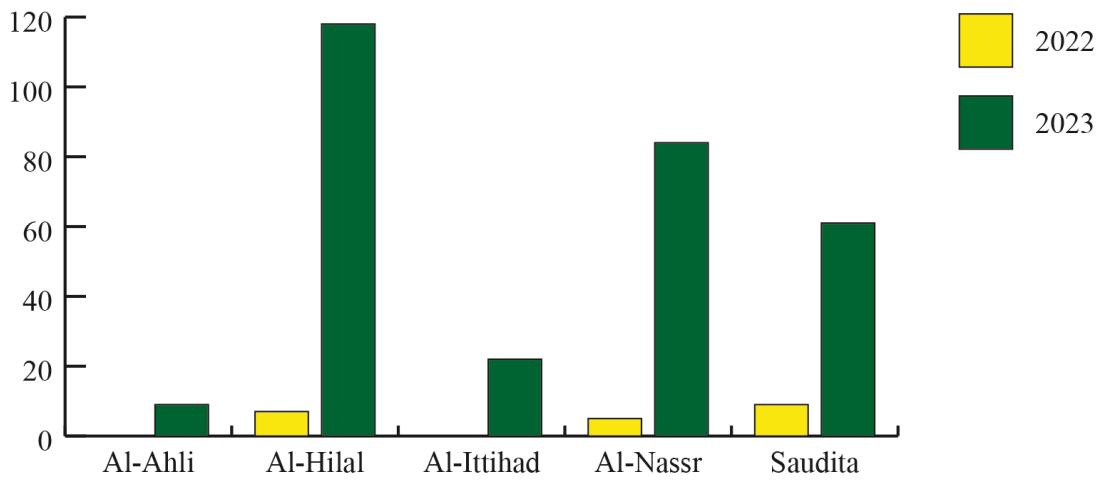
Fonte: Do autor.

O outro site avaliado também apresenta alteração significativa na atenção ao futebol da Arábia Saudita entre 2022 e 2023. O número de conteúdos do *UOL Esporte* que se enquadram nas especificações da pesquisa saltou de 21 para 278, um crescimento de 1223,81%. Todas essas páginas estão no layout tradicional de reportagens do site.

Assim como no *ge*, o Al-Hilal é o tema mais abordado pelo *UOL Esporte* quando o assunto é futebol de clubes na Arábia Saudita. Nota-se que neste portal a cobertura é ainda mais centralizada no time de Neymar: 41,73% das matérias do *UOL Esporte* dentro do recorte estão diretamente relacionadas à equipe, enquanto no *ge* a fatia é de 36,11%. Os outros clubes também mantêm a mesma posição na comparação com o ranking do portal concorrente: Al-Nassr na segunda posição, Al-Ittihad na terceira e Al-Ahli na quarta.

Figura 2 – Gráfico de páginas do site *UOL* com menção ao futebol saudita no título.

Páginas com menção ao futebol saudita no título - UOL



Fonte: Do autor.

Com base nas práticas jornalísticas estabelecidas, detalhadas no primeiro capítulo desta pesquisa, espera-se que os critérios de noticiabilidade novidade e notabilidade sejam predominantes nos conteúdos produzidos em ambos sites. A relevância do ponto de vista esportivo, conforme explicado em 4.1, também deveria se fazer altamente presente, tendo em vista que os portais estudados são especializados em esportes. Esta, no entanto, não se alterou drasticamente de um ano para o outro: os clubes sauditas mantêm o mesmo calendário competitivo e continuam disputando os mesmos campeonatos. Resta saber, a partir de uma análise mais aprofundada de cada cenário, se outros valores-notícia explicam a mudança no nível de atenção da comunidade jornalística em relação ao tema.

4.3 AL-HILAL

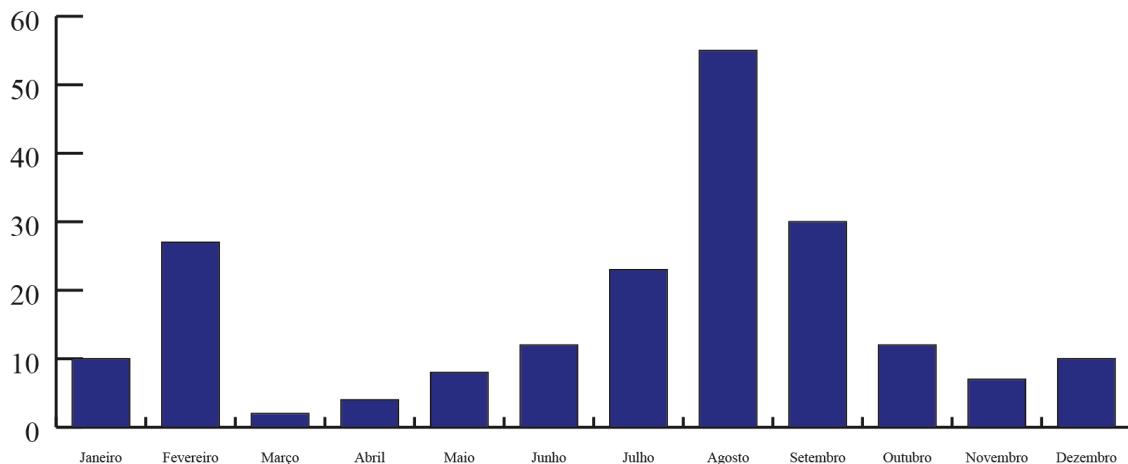
O Al-Hilal, clube mais vencedor na história do futebol saudita, não apareceu como tópico de destaque nos principais portais esportivos do Brasil em 2022. Seu nome foi mencionado diretamente no título de 17 páginas – 10 do *ge* e sete do *UOL Esporte* – ao longo do ano. Nove dessas notícias estavam atreladas à disputa do Mundial de Clubes da FIFA, realizado entre janeiro e fevereiro. A equipe sequer apareceu novamente no *UOL* após trocar de técnico ao término da competição. Quatro notas tiveram como foco o atacante Michael, que deixou o Flamengo para defender o Al-Hilal no início de 2022. Outros assuntos abordados – todos pelo *ge* – foram o título do Campeonato Saudita de 2021/22 – com

destaque aos ex-atletas do Flamengo Michael e Cuéllar – uma negociação com o Botafogo, uma especulação envolvendo a contratação de Cristiano Ronaldo e a confirmação da equipe na próxima edição do Mundial de Clubes.

As menções ao Al-Hilal aumentaram de forma considerável no ano seguinte. Ambos portais superaram o volume de conteúdo produzido em 2022 apenas nos dois primeiros meses de 2023. Um fator que impulsionou a alta foi sua participação no Mundial de Clubes. Mesmo que tenha feito parte do torneio na edição anterior, desta vez houve diferença significativa para o jornalismo nacional: a equipe saudita enfrentou o Flamengo na semifinal. Mais do que apenas rivalizar, o time venceu por 3 a 2 e se tornou o primeiro clube asiático a eliminar um brasileiro no torneio organizado pela FIFA. A repercussão e as falas de personagens envolvidos no feito geraram mais reportagens pós-jogo – nove no *ge* e sete no *UOL* – do que na própria final alcançada pelo Al-Hilal, na qual foi derrotado pelo Real Madrid. O *ge* destacou o time saudita somente no tempo real da decisão, enquanto o *UOL* sequer citou o nome “Al-Hilal” na manchete de seu relato sobre o confronto.

Figura 3 – Gráfico com quantidade de conteúdos do *ge*, divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Hilal em 2023.

Conteúdos do *ge* com menção direta ao Al-Hilal - 2023



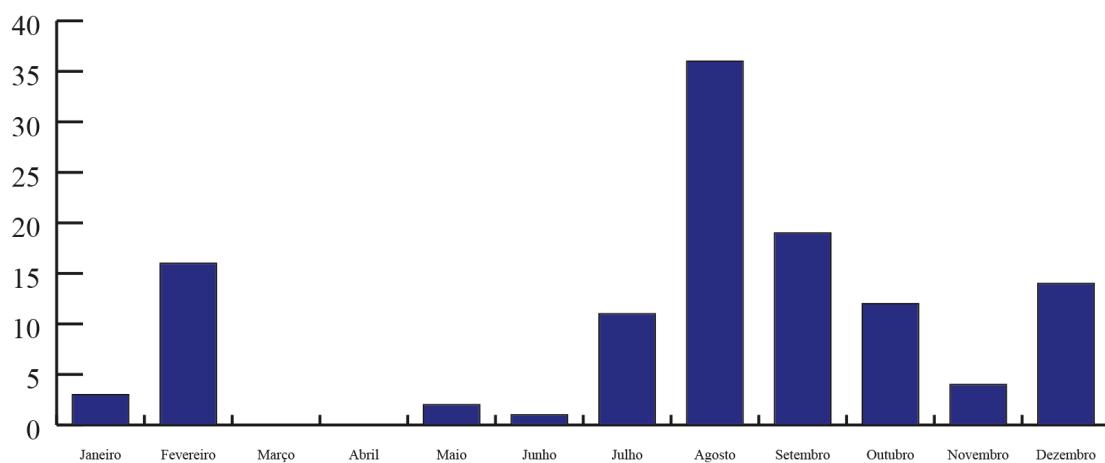
Fonte: Do autor.

Há uma queda notável na presença do Al-Hilal nos meses seguintes. O caso é mais drástico na cobertura do *UOL*, que mencionou o clube saudita em apenas uma nota no período entre o término do Mundial de Clubes (meados de fevereiro) e o fim da temporada 2022/23 (maio) – texto sobre goleada pela Liga dos Campeões da Ásia no qual o termo “algoz do Fla” foi utilizado para gerar proximidade ao público brasileiro. O *ge* voltou suas atenções ao

principal clube da Arábia Saudita de forma mais frequente do que no ano anterior, mas ainda de maneira esporádica. Suas reportagens tiveram como foco possíveis negociações envolvendo Lionel Messi, Sergio Ramos – atletas com história no futebol europeu – ou clubes brasileiros. Duas partidas da equipe receberam cobertura: o clássico nacional diante do Al-Nassr e a final do torneio continental contra o Urawa Reds, do Japão.

Figura 4 – Gráfico com quantidade de conteúdos do *UOL*, divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Hilal em 2023.

Conteúdos do *UOL* com menção direta ao Al-Hilal - 2023



Fonte: Do autor.

O início do segundo semestre marca alta no volume de produção relativa ao Al-Hilal. O crescimento no *UOL* ocorreu de forma mais repentina do que no site concorrente. Independentemente da curva, há explicação que serve para os dois portais: a abertura da janela de transferências. Sem partidas, o futebol saudita tornou-se mais atraente do que costumava ser com a bola rolando. Os quatro clubes suportados pelo PIF partiram à Europa em busca de reforços para a temporada 2023/24. O Al-Hilal contratou Rúben Neves (ex-Wolverhampton, Inglaterra), Sergej Milinkovic-Savic (ex-Lazio, Itália), Kalidou Koulibaly (ex-Chelsea, Inglaterra) e Malcom (ex-Zenit, Rússia). Houve também troca no comando técnico, e quem assumiu foi um velho conhecido do torcedor brasileiro: Jorge Jesus, ex-Flamengo. O time azul ainda agitou o noticiário esportivo com negociações não concretizadas com os jogadores do Paris Saint-Germain (França) Lionel Messi, Marco Verratti e Kylian Mbappé. O *ge* registrou todas as transferências de conexão europeia, enquanto o *UOL* direcionou seus esforços majoritariamente às sagas de Messi e Mbappé e à chegada de Jesus.

O volume de transações, no entanto, não gerou o pico de menções ao Al-Hilal. Este aconteceu em agosto tanto no *ge* quanto no *UOL Esporte*. O principal evento motivador para isso foi uma negociação bem-sucedida junto ao Paris Saint-Germain, envolvendo nome de destaque no futebol mundial e intimamente próximo ao torcedor brasileiro: Neymar. O atleta vestiu a camisa 10 da Seleção nas últimas três Copas do Mundo e conquistou, com protagonismo, os principais títulos possíveis com as camisas de Santos, Barcelona (Espanha) e PSG. Sua transferência à Arábia Saudita contribuiu para que o Al-Hilal se tornasse assunto de 55 páginas no *ge* e 36 no *UOL* ao longo do mês. A cobertura sobre o tema foi diversa, com acompanhamento da negociação passo a passo, matérias sobre salário, apresentação e falas do atacante, opiniões de jornalistas e uso do fato como gancho noticioso (“*Time de Neymar, Al-Hilal já perdeu para o Santa Cruz em excursão internacional; relembre*”, do *ge*, e “*Malcom, ex-Flamengo e Jesus: quem Neymar vai encontrar no Al-Hilal*”, do *UOL*, exemplificam a prática).

A temporada 2023/24 do Campeonato Saudita passou a ocupar o calendário de forma integral nos últimos quatro meses do ano. O Al-Hilal deixou de ser assunto tão prevalente quanto em agosto com o fim da janela de transferências e o início das partidas. Todavia, tanto *ge* quanto *UOL* direcionaram recursos para acompanhar jogos da equipe azul no campeonato nacional quanto pela Liga dos Campeões Asiática. Algo raro anteriormente, tendo em vista que nenhum dos dois portais publicou conteúdo similar no segundo semestre de 2022. Os confrontos de cobertura mais intensificada foram aqueles com participação de Neymar – o brasileiro entrou em campo cinco vezes entre setembro e outubro – e o clássico contra o Al-Nassr, em dezembro.

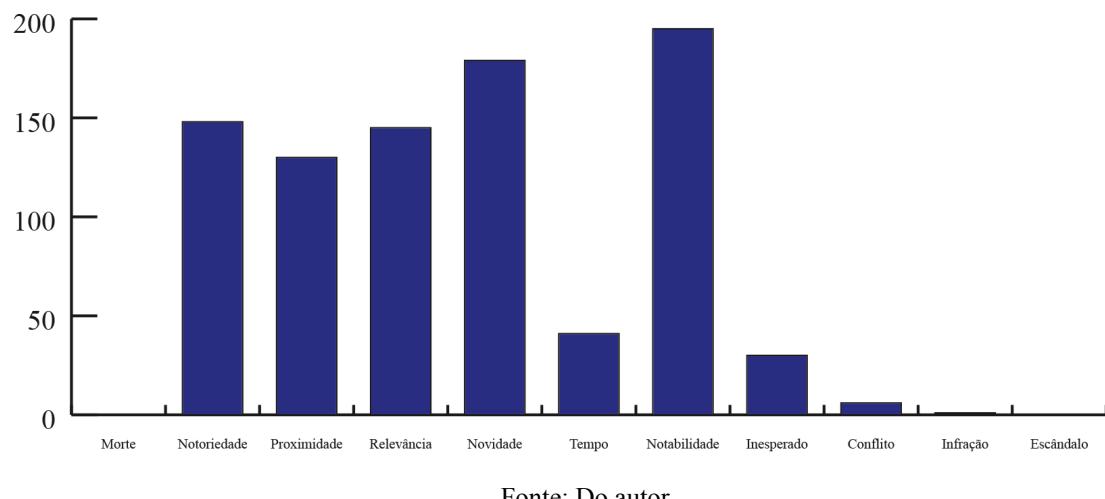
Há mais uma consideração relevante a ser feita em relação à periodicidade dos conteúdos relativos ao Al-Hilal. O atleta Neymar, personalidade mais notável da equipe, teve poucos momentos dentro dos gramados pelo seu novo clube. O brasileiro chegou à Arábia Saudita em processo de recuperação física, demorou um mês para estrear e disputou somente cinco partidas antes de sofrer grave lesão no joelho em outubro, durante partida da Seleção, que o tirou de ação pelo resto da temporada 2023/24. Tal ausência ajuda a explicar por que o período de maior destaque do Al-Hilal no noticiário ocorreu durante o mercado de transferências.

Quanto à análise dos critérios de noticiabilidade, encontra-se no *ge* algo possível de se deduzir com base no estudo desse tema: notabilidade (97,5% do total) e novidade (89,5%) são os valores-notícia mais recorrentes. Uma constatação que não surpreende, tendo em vista que Traquina aponta-os como valores enraizados nas práticas jornalísticas.

O destaque fica a cargo da notoriedade. 148 dos 200 conteúdos (74%) produzidos pelo *ge* são sobre figuras notáveis no mundo do futebol¹⁴. O espaço direcionado a essas personalidades supera quaisquer outros critérios, incluindo até mesmo a relevância esportiva, presente em 145 (72,5%) páginas do portal. A proximidade com o público se manifesta em 130 ocasiões (65%) por meio de duas vertentes: conexão com clubes brasileiros – especialmente o Flamengo, no período do Mundial de Clubes – e com personalidades ligadas ao futebol nacional – majoritariamente Neymar, mas também Jorge Jesus, Michael e Malcom. Os valores-notícia “tempo” e “inesperado” aparecem de forma corriqueira, enquanto “conflito” e “infração” são raramente abordados.

Figura 5 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *ge* sobre o Al-Hilal em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do *ge* sobre o Al-Hilal - 2023



Fonte: Do autor.

Dentro da notoriedade encontrada no *ge*, existe uma figura central: Neymar. Personalidades notáveis foram destacadas em 172 páginas – acima do número de 148 apresentado anteriormente, pois algumas matérias abordam múltiplas figuras simultaneamente. Desses, 62 fazem menção a Neymar, equivalente a 36,05%. A quantia é consideravelmente superior em relação ao segundo personagem mais retratado, o técnico Jorge Jesus (25 vezes, equivalente a 14,53%). Outro destaque fica a cargo de Lionel Messi e Kylian Mbappé, atletas de renome que negociaram com o Al-Hilal mas não se transferiram à

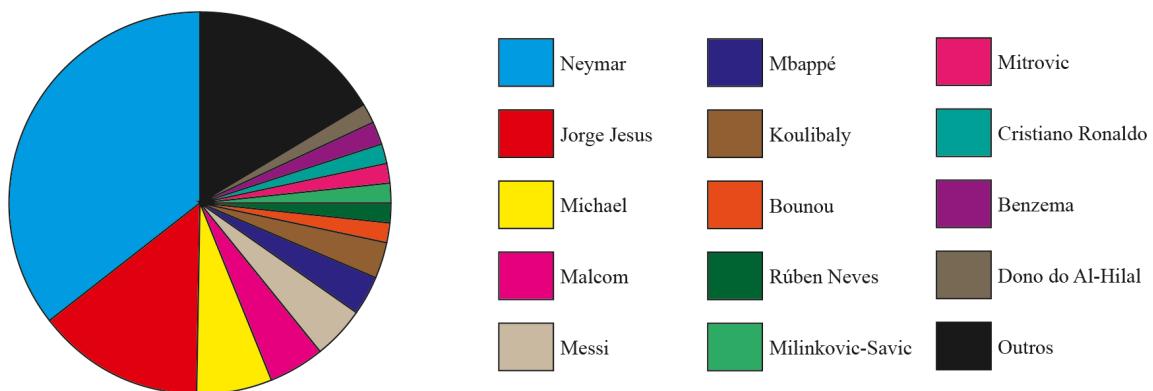
¹⁴ Ou, pelo menos, expõem de forma destacada a proeminência das figuras notáveis; “Veja imagens do estádio onde o Al-Hilal, de Neymar, vai jogar em 2024”, nota publicada pelo *ge* em 29 de setembro de 2023, é um exemplo de matéria na qual não há qualquer menção ao atleta além da contextualização apresentada no título, mas o nome do Neymar é utilizado como elemento que atribui noticiabilidade ao fato.

Arábia Saudita. Eles aparecem mais vezes no noticiário do clube que todos os outros integrantes do elenco, à exceção dos brasileiros Michael e Malcom.

A contagem relativa aos personagens notáveis traz indício que contribui para a explicação sobre por que agosto foi o mês com pico de produção de conteúdo sobre o Al-Hilal no site *ge*. A cobertura se mostrou altamente direcionada a Neymar, dedicada a acompanhar diversos aspectos de sua jornada futebolística. O brasileiro que participou de apenas cinco jogos do Al-Hilal em 2023 – e consequentemente não teve grande relevância esportiva – foi o grande protagonista do clube sob a perspectiva do portal.

Figura 6 – Gráfico com personagens do Al-Hilal destacados em páginas do *ge* nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.

Personagens notáveis em conteúdos do *ge* sobre o Al-Hilal - 2023

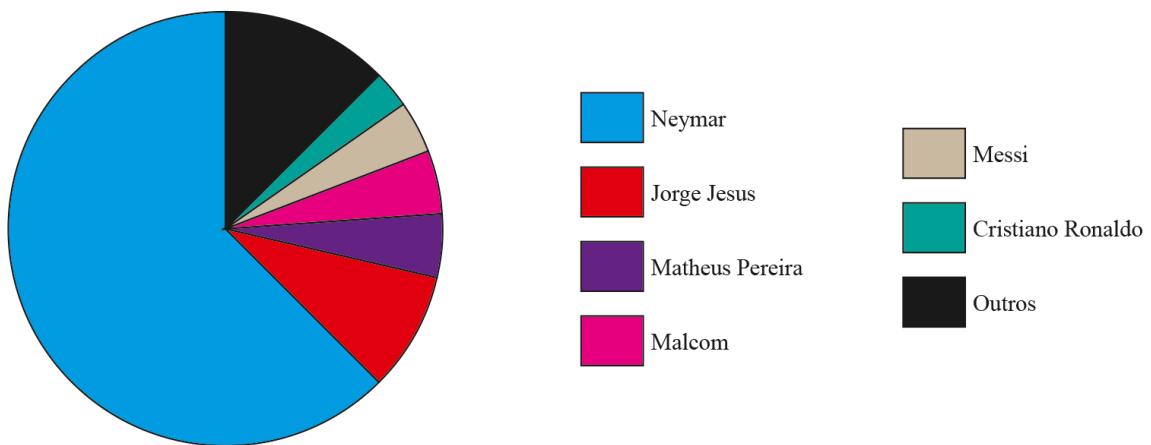


Fonte: Do autor.

Se comparada com o que ocorre no *UOL*, no entanto, a estatística sobre Neymar parece menos impressionante. O portal do Grupo Folha produziu em escala menor (118 páginas sobre o Al-Hilal contra 200 do *ge*). Todavia, a notoriedade do camisa 10 da Seleção Brasileira foi ainda mais explorada. O atleta adicionou valor-notícia a 65 notas, correspondendo a 62,5% das vezes em que o critério notoriedade contribuiu para a elaboração de um produto – considerando também reportagens com uso múltiplo do recurso. Apenas outros cinco nomes receberam destaque em pelo menos três páginas: Jorge Jesus (ex-técnico do Flamengo), Matheus Pereira (atleta que se transferiu ao Cruzeiro em meados de 2023), Malcom (ex-atacante do Corinthians), Lionel Messi e Cristiano Ronaldo.

Figura 7 – Gráfico com personagens do Al-Hilal destacados em páginas do *UOL* nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.

Personagens notáveis em conteúdos do UOL sobre o Al-Hilal - 2023

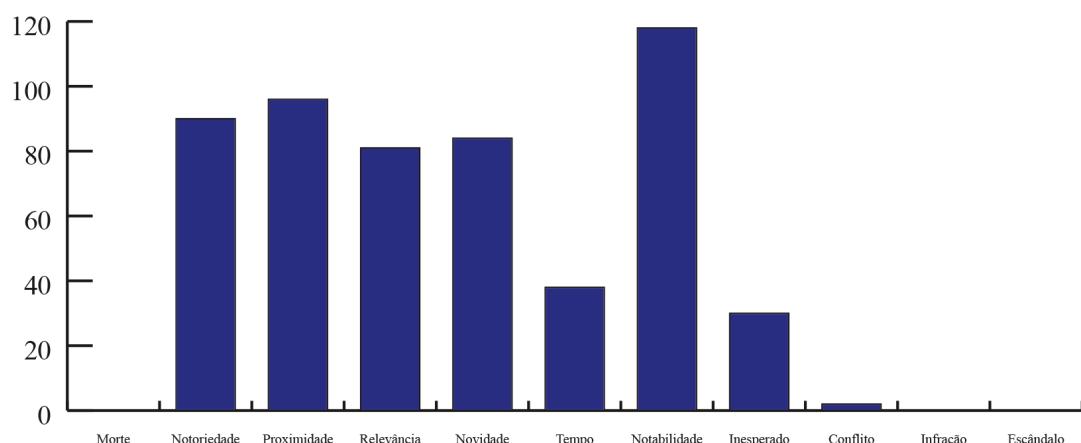


Fonte: Do autor.

A análise sobre as figuras notáveis mencionadas em pautas do *UOL* denota tendência confirmada na avaliação sobre os critérios de noticiabilidade no caso Al-Hilal: a proximidade com o público é fundamental. A conexão com o torcedor brasileiro foi aplicada em 96 das 118 notas (81,36%), sobressaindo-se até mesmo em relação a notoriedade (90), novidade (84) e relevância esportiva (81). O critério notabilidade é verificável em 100% das matérias.

Figura 8 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *UOL* sobre o Al-Hilal em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do UOL sobre o Al-Hilal - 2023



Fonte: Do autor.

O tempo se mostra um recurso mais explorado neste portal. Ele aparece em 32,21% das ocasiões no *UOL* (38 vezes), enquanto no *ge* sua frequência é de 20,5% (41 vezes). Isso se sucede por diferença editorial. Além da utilização de eventos esportivos como gancho para pautas¹⁵, o *UOL* também passou a fazer notas de serviços sobre o Al-Hilal – textos de onde assistir aos jogos da equipe – com maior frequência que o concorrente. Tais materiais jornalísticos normalmente não levam informações inéditas ao público e, aliadas ao tempo de publicação, funcionam como um lembrete ao torcedor. Dentre outros critérios de noticiabilidade, eventos inesperados são ocasionalmente abordados (30 vezes, 25,43%), enquanto conflito (duas vezes, 1,69%), morte, infração e escândalo (nenhuma aparição) não possuem protagonismo no noticiário sobre o clube.

4.4 AL-NASSR

O Al-Nassr representa um caso diferente dos outros clubes avaliados em relação à hipótese sobre a notoriedade como grande fator de noticiabilidade do futebol saudita para o público brasileiro. Isto porque a equipe realizou investimento em atleta reconhecido mundialmente antes dos rivais, ainda em 2022, período anterior à aquisição pelo Fundo de Investimento Público da Arábia Saudita. O Al-Nassr anunciou, em 29 de dezembro daquele ano, a contratação de Cristiano Ronaldo, cinco vezes reconhecido pela FIFA como o melhor jogador do planeta.

A coleta de dados expõe uma presença tímida do Al-Nassr nos portais analisados durante o ano de 2022. O clube foi mencionado 11 vezes no *ge*, nove delas nos últimos dois meses do ano, todas notícias atreladas a Cristiano Ronaldo. Além dele, apenas figuras próximas ao futebol brasileiro – Luiz Gustavo e Jorge Jesus – integraram o noticiário ao redor do clube. No *UOL Esporte*, o terceiro maior campeão da Arábia Saudita foi tema de cinco reportagens, todas elas sobre o atleta português.

Por mais que este trabalho comprehenda as dificuldades de precisar os critérios de seleção contextuais por trás da avaliação de valor-notícia dos fatos, mostra-se importante fazer uma ressalva em relação ao período no qual ocorreu a transferência de Cristiano

¹⁵ A coluna do jornalista Rafael Reis no *UOL Esporte* ilustra o uso desse recurso. Em “*Rafael Reis: Neymar ganha mais de R\$ 9 milhões do Al-Hilal para ‘curtir cruzeiro’*”, o autor utiliza uma informação já conhecida pelo público – o salário do atleta brasileiro – e um assunto em voga no momento – a presença do jogador no cruzeiro ‘Ney em Alto Mar’ – como gancho para a elaboração de texto. Observa-se prática similar em pelo menos outras quatro publicações do colunista sobre o Al-Hilal.

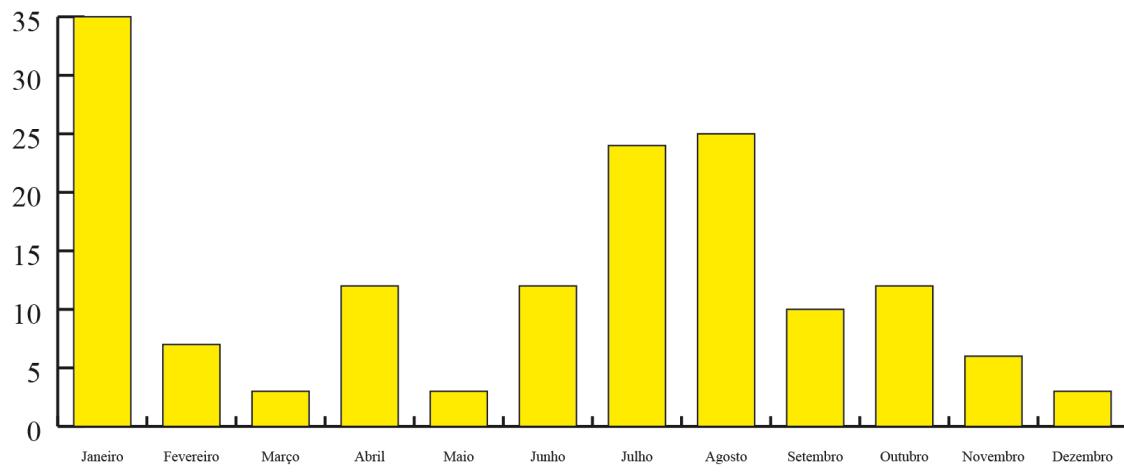
Ronaldo ao Al-Nassr. Dezembro de 2022 foi um mês extremamente atribulado aos jornalistas que trabalhavam com futebol por dois motivos: a realização de uma Copa do Mundo masculina fora de época – normalmente o torneio de seleções ocorre em junho e julho – e a morte de Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, ex-jogador mundialmente reconhecido como um dos melhores de todos os tempos. Ao considerar esses fatores e a experiência profissional do autor desta monografia em site jornalístico do segmento, a pesquisa acredita que a transferência envolvendo Cristiano Ronaldo receberia maior atenção em 2022 se não ocorresse em dias noticiosos – valor-notícia de seleção contextual proposto por Traquina e abordado no capítulo 2.3 – tão ocupados.

De qualquer forma, 2023 chega com uma cobertura mais consistente acerca do Al-Nassr. O salto anual no *UOL Esporte* foi de 1580% (84 páginas contra cinco no ano anterior), enquanto o *ge* ampliou sua produção em 1281,82% (152 páginas contra 11 em 2022). Ambos portais precisaram apenas de janeiro para dedicar mais espaço do que realizaram em todo o ano de 2022.

Janeiro, inclusive, é o mês em que tanto *ge* quanto *UOL Esporte* registram seu pico de menções ao Al-Nassr – 35 no primeiro (23,03% do total) e 18 no segundo (21,43%). Tal número pode ser diretamente atribuído à transferência de Cristiano Ronaldo ao clube. 28 das páginas do *ge* e 17 das notas do *UOL* envolvem diretamente o atleta português, seja ele o tema central ou o pano de fundo que atribui noticiabilidade aos fatos (o *UOL*, por exemplo, utiliza a expressão “time de Cristiano Ronaldo” três vezes em títulos, em uma delas inclusive substituindo o nome Al-Nassr).

Figura 9 – Gráfico com quantidade de conteúdos do *ge*, divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Nassr em 2023.

Conteúdos do *ge* com menção direta ao Al-Nassr - 2023

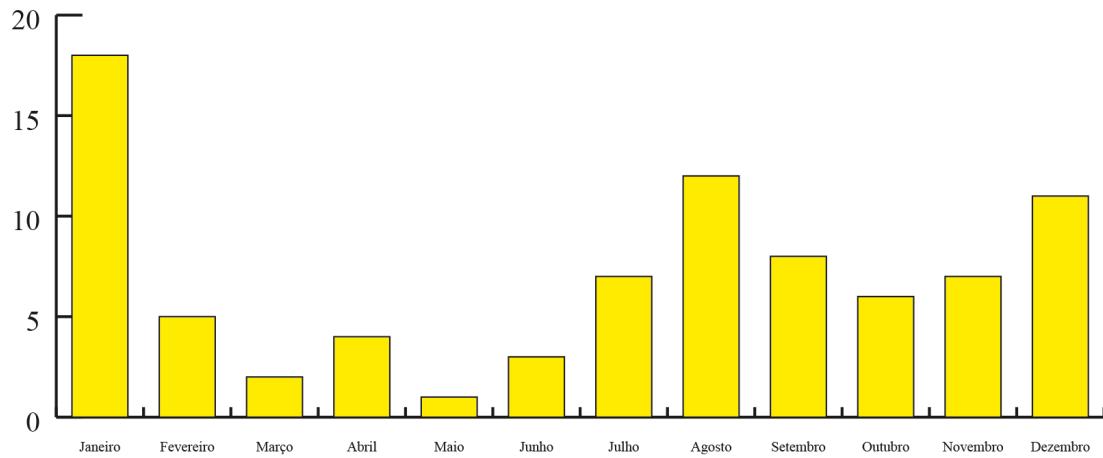


Fonte: Do autor.

A tendência verificada nos dois portais pode ser relacionada ao que ocorreu na cobertura do Al-Hilal sete meses depois. A chegada de um atleta mundialmente reconhecido, como Neymar ou Cristiano Ronaldo, a um futebol que estava fora do radar do público brasileiro – vide números apresentados sobre a cobertura dos sites em 2022 – aparenta gerar curiosidade e captar a atenção da comunidade jornalística. Ambas figuras podem ser consideradas exemplos esportivos do conceito de “olimpianos modernos” apresentado previamente. O que acontece com eles torna-se um evento histórico esportivamente, enquanto outros atletas não recebem o mesmo tratamento em situações similares.

Figura 10 – Gráfico com quantidade de conteúdos do *UOL*, divididos por mês, que mencionam diretamente o Al-Nassr em 2023.

Conteúdos do UOL com menção direta ao Al-Nassr - 2023



Fonte: Do autor.

À medida que a presença de Cristiano Ronaldo do Al-Nassr deixou de ser algo novo, o interesse em cada passo do atleta na Arábia Saudita diminuiu. O clube continuou a ser assunto em ambos portais durante todos os meses do ano, realidade totalmente diferente do que se encontrou em 2022. As pautas ao longo do primeiro semestre continuaram centradas no português, seja em partidas da equipe – nas quais dividiu protagonismo com o brasileiro Anderson Talisca em algumas páginas – ou em eventos extracampo – os dois sites repercutiram, por exemplo, a sessão de treinamento em que o atacante ganhou um bolo de aniversário e o dia em que ele brincou de ser fotógrafo, matérias sem relevância esportiva.

Assim como verificado na coleta de dados sobre o Al-Hilal, a janela de transferências de verão (no Hemisfério Norte) trouxe atenção especial dos portais brasileiros ao Al-Nassr. Houve razão além do investimento em atletas oriundos do futebol europeu. O clube saudita buscou a contratação do técnico português Luís Castro, que então comandava o Botafogo e liderava o Campeonato Brasileiro. O treinador aceitou a proposta e, por sua conexão ao público-alvo dos sites, tirou Cristiano Ronaldo dos holofotes momentaneamente.

O *ge* produziu conteúdos sobre outras contratações do Al-Nassr realizadas na janela entre julho e agosto, como Sadio Mané (ex-Bayern de Munique, Alemanha), Marcelo Brozovic (ex-Inter de Milão, Itália), Aymeric Laporte (ex-Manchester City, Inglaterra) e Alex Telles (ex-Manchester United, Inglaterra), além de cobertura detalhada sobre negociação mal-sucedida com o Palmeiras por Gustavo Gómez. O *UOL* dirigiu menos esforços ao tema Al-Nassr e noticiou somente uma aquisição – Otávio (ex-Porto, Portugal). O foco da

reportagem sequer foi o clube saudita em si, e sim o dinheiro que o Internacional receberia de forma indireta.

Retomadas as competições com o início da temporada 2023/24, e o foco novamente se voltou a Cristiano Ronaldo. Em geral, notou-se nas páginas avaliadas que a relevância esportiva tornou-se mais recorrente no segundo semestre de 2023. Entretanto, pode-se verificar exemplos em que o cenário competitivo da Arábia Saudita parece menos importante que os personagens que lá atuam, especialmente na abordagem adotada pelo *UOL*. O clássico entre Al-Nassr e Al-Hilal, disputado em dezembro, reunia os dois primeiros colocados do campeonato nacional e possuía óbvias implicações na disputa pelo título. Mesmo diante de todos esses fatores, a escolha editorial do portal foi transformar o relato do jogo em um texto sobre as reclamações de Cristiano Ronaldo¹⁶ com a arbitragem do colombiano Wilmar Roldán, nome em voga no Brasil por sua performance na final da Copa Libertadores há menos de um mês.

Diante de tamanho destaque de Cristiano Ronaldo no material avaliado, é de se esperar que o valor-notícia notoriedade se faça aparente de forma maciça em ambos portais. A análise confirma a expectativa. O critério é encontrado em 120 das 152 notas do *ge* sobre o Al-Nassr (78,95%), enquanto no *UOL Esporte* a razão é de 72 para 84 (85,71%). Este valor fica atrás somente de notabilidade (150, 98,68%), novidade (130, 85,53%) e relevância (125, 82,24%) no primeiro site citado, e é menos presente apenas que a notabilidade (84, 100%) no segundo portal.

Em essência, a figura notória do Al-Nassr é Cristiano Ronaldo. O português corresponde a mais da metade dos personagens abordados em destaque pelo *ge*, com 89 menções nas 165 aparições totais do valor-notícia notoriedade, equivalente a 53,94%. Anderson Talisca é a segunda personalidade mais recorrente, citado 13 vezes (7,88%), uma figura abordada com constância no noticiário. Diferentemente do caso do terceiro colocado Luís Castro, destacado em 11 ocasiões (6,67%), sendo dez delas nos meses de junho e julho, período marcado por sua transferência junto ao Botafogo, denotando que o interesse em seu nome está associado à ligação com o futebol brasileiro e não ao trabalho na Arábia Saudita.

¹⁶ CR7 se irrita com juiz da final da Liberta em derrota para time de Neymar. 2023. Elaborado pelo UOL. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/12/01/al-hilal-x-al-nassr-como-foi-o-classico-saudita.htm#:~:text=CR7%20se%20irrita%20com%20juiz,derrota%20para%20time%20de%20Neymar&text=Cristiano%20Ronaldo%20aparentou%20estar%20tenso,descontou%20no%20%C3%A1rbitro%20diversas%20vezes.> Acesso em: 9 maio 2024.

Figura 11 – Gráfico com personagens do Al-Nassr destacados em páginas do *ge* nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.

Personagens notáveis em conteúdos do *ge* sobre o Al-Nassr - 2023

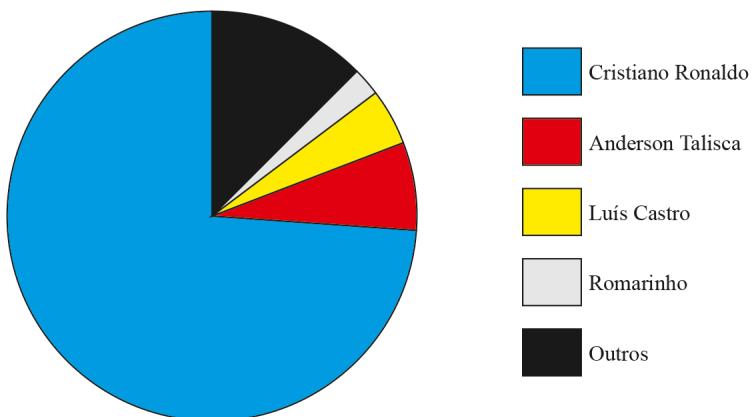


Fonte: Do autor.

A enumeração das personalidades abordadas no noticiário do *UOL Esporte* sobre o Al-Nassr repete o que se observou na avaliação do papel de Neymar no Al-Hilal: uma cobertura ainda mais direcionada às superestrelas do futebol. Cristiano Ronaldo é tema central de 65 notas do portal, equivalente a 73,86% das vezes em que se verifica o fator notoriedade. Anderson Talisca (seis, 6,82%) e Luís Castro (quatro, 4,55%) são os únicos profissionais que trabalham no Al-Nassr salientados mais de uma vez ao longo do ano.

Figura 12 – Gráfico com personagens do Al-Nassr destacados em páginas do *UOL* nas quais se verificou o valor-notícia notoriedade.

Personagens notáveis em conteúdos do UOL sobre o Al-Nassr - 2023



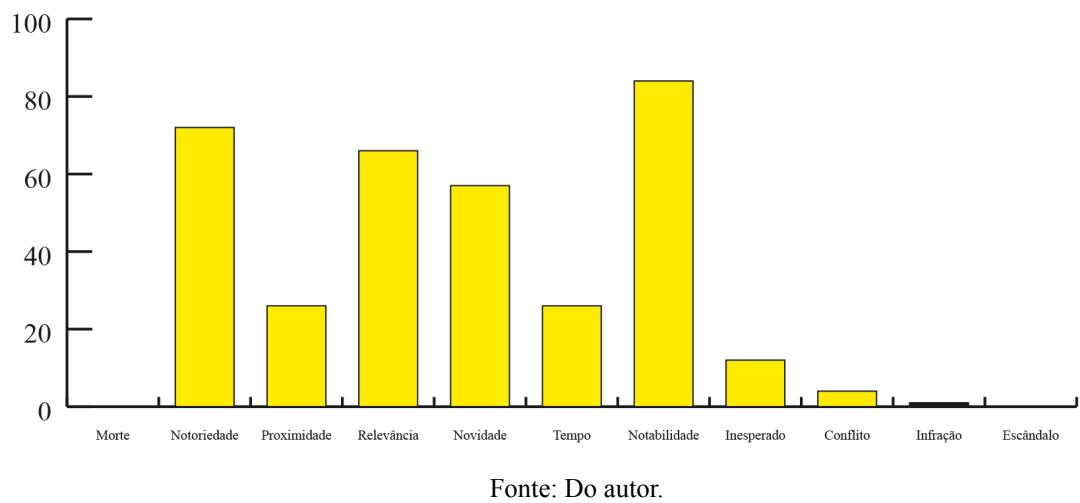
Fonte: Do autor.

A análise de outros valores-notícia neste recorte conduz mais uma vez à importância da proximidade em relação ao público brasileiro para essas empresas jornalísticas. 32,24% (49) dos conteúdos do *ge* e 30,95% das páginas do *UOL Esporte* se relacionam culturalmente e/ou geograficamente de alguma forma com o leitor, seja em menções a Anderson Talisca ou Luís Castro, seja por conexões a clubes. Exemplo chamativo disso vem do *UOL*, que enxergou em um fato sem relevância esportiva – o crescimento no número de seguidores no Al-Nassr em redes sociais – uma conexão com equipes brasileiras – a presença virtual de Flamengo e Corinthians – suficiente para justificar a pauta. O portal aparenta buscar de forma consistente elementos de aproximação ao seu público.

Cabe ressaltar que Cristiano Ronaldo não se enquadra na definição adotada de proximidade por não possuir conexão direta geográfica ou cultural com o povo brasileiro. Sua proeminência no futebol por mais de uma década talvez seria argumento suficiente para lhe considerar uma figura ligada ao fã de futebol de qualquer parte do planeta. A pesquisa não atribuiu ao português esse valor-notícia a fim de preservar a objetividade nos critérios de avaliação, porém entende que o atleta em questão traz um caso diferente dos demais personagens inseridos no contexto saudita.

Figura 13 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *UOL* sobre o Al-Nassr em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do UOL sobre o Al-Nassr - 2023

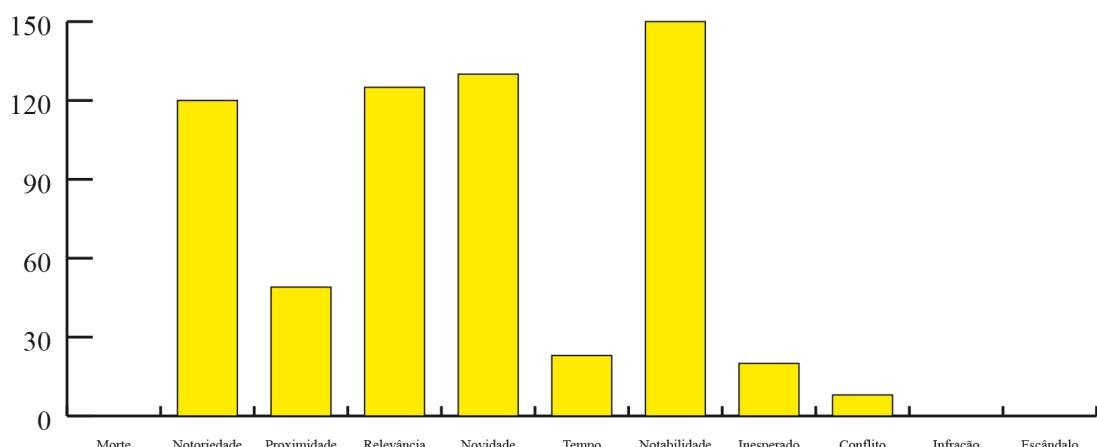


Fonte: Do autor.

Eventos como a invasão de uma nuvem de gafanhotos durante o jogo do Al-Nassr ou a aglomeração de pessoas gerada em viagem da equipe ao Irã chamam a atenção da comunidade jornalística e podem ser considerados exemplos do valor-notícia “inesperado”. Essas estórias correspondem a uma parcela pequena dos conteúdos nos dois portais (14,29% no *UOL Esporte* e 13,16% no *ge*). Ainda menor é a incidência de reportagens sobre conflitos ou controvérsias (5,26% no *ge* e 4,76% no *UOL Esporte*). O *UOL* produziu uma reportagem sobre infração, enquanto o concorrente não o fez. Nenhuma notícia envolvendo escândalo ou morte relacionada ao Al-Nassr foi veiculada em qualquer um dos sites.

Figura 14 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *ge* sobre o Al-Nassr em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do *ge* sobre o Al-Nassr - 2023



Fonte: Do autor.

4.5 AL-ITTIHAD E AL-AHLI

Al-Ittihad e Al-Ahli são os outros clubes sauditas que fazem parte do projeto do PIF e passaram a investir maiores quantias financeiras em taxas de transferências e salários ao longo de 2023. Os dois chegaram à temporada 2023/24 vindos de contextos esportivos bem diferentes. O primeiro conquistou o Campeonato Saudita em 2022/23, título que o colocou no Mundial de Clubes da FIFA no fim do ano¹⁷. Já o segundo, apesar de tradicional no cenário local, disputou divisão inferior em 2022/23 e havia recentemente conquistado acesso de volta à elite.

Assuntos relativos a ambas equipes não interessavam a *ge* e *UOL Esporte* no ano de 2022. O Al-Ittihad, clube que já se destacava dentro da Arábia Saudita naquele ano, não protagonizou nenhuma página nos dois sites. O Al-Ahli foi mencionado somente uma vez, pelo *ge*, ao noticiar negociação envolvendo o atleta Eduardo, sendo majoritariamente uma notícia sobre o futebol brasileiro. A atenção fornecida aos dois times de Jedá se mostrou diferente no ano seguinte, especialmente a partir da chegada de novos jogadores.

A presença do Al-Ittihad cresceu de forma mais expressiva no *ge*. O clube saltou de nenhuma menção em 2022 para 85 em 2023. 82 delas foram a partir de junho, mês em que a equipe contratou o atacante Karim Benzema (ex-Real Madrid, Espanha), uma vez vencedor da Bola de Ouro, prestigiada premiação entregue pela revista *France Football* ao melhor jogador do planeta. As três aparições anteriores ocorreram em jogo contra o Al-Nassr e em duas matérias que destacam Romarinho, ex-Corinthians. O salto no *UOL Esporte* foi mais tímido, de zero para 22. 20 das notas foram produzidas após a chegada de Benzema, e as duas anteriores também utilizam Romarinho como atrativo noticioso.

O *ge* passou a cobrir as principais contratações e partidas do Al-Ittihad em seu calendário nacional e continental. O *UOL* não demonstrou o mesmo interesse, noticiando somente duas partidas pelo Campeonato Saudita e duas pela Liga dos Campeões da Ásia. A cobertura deste portal foi maior durante a participação da equipe no Mundial de Clubes, competição na qual poderia enfrentar o Fluminense. No entanto, nota-se pouca variedade em relação ao conteúdo produzido, sendo a maior parte notas de serviços – informar em qual veículo o leitor pode assistir aos jogos. A eliminação nas quartas de final, antes do possível

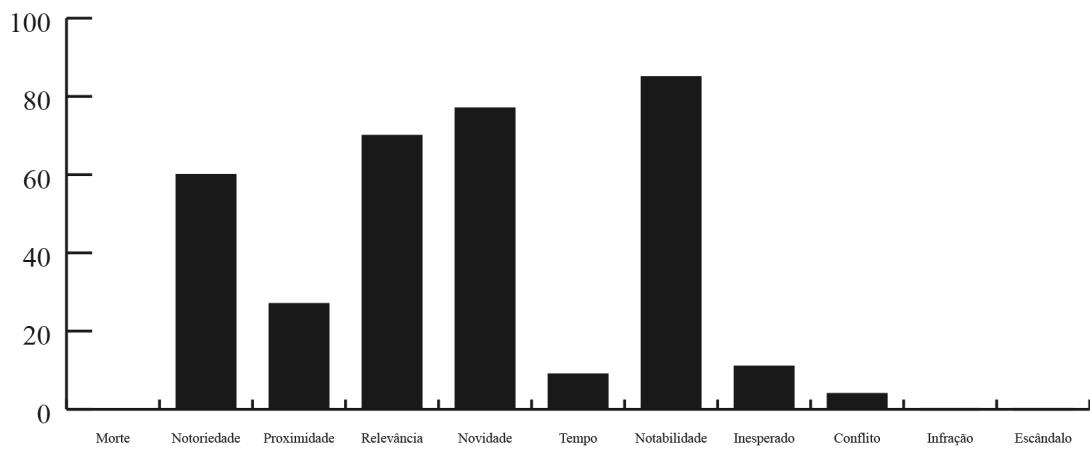
¹⁷ A Arábia Saudita, por ser o país-sede da edição de 2023 do Mundial, tinha o direito de indicar seu campeão nacional à disputa do torneio.

confronto com o Tricolor das Laranjeiras, diminuiu o potencial de maior gama de reportagens sobre o Al-Ittihad. Até mesmo o *ge*, que reportou entrevistas e outras pautas sobre o clube saudita nos dias anteriores, deixou de fazê-lo após o resultado negativo.

A avaliação de valores-notícia sobre conteúdos páginas relativas ao Al-Ittihad nos dois portais encontra resultados semelhantes. A notabilidade aparece em 100% das matérias tanto em *ge* quanto em *UOL Esporte*. O mesmo acontece com a relevância esportiva no *UOL*, evidenciando como fatos monitorados em Al-Hilal e Al-Nassr estão fora do radar neste caso. Somando os dois portais, tanto novidade quanto relevância são verificadas em 85,98% (92 de 107) dos conteúdos, com o primeiro critério presente em maior percentual no *ge*, e o segundo no concorrente.

Figura 15 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *ge* sobre o Al-Ittihad em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do *ge* sobre o Al-Ittihad - 2023



Fonte: Do autor.

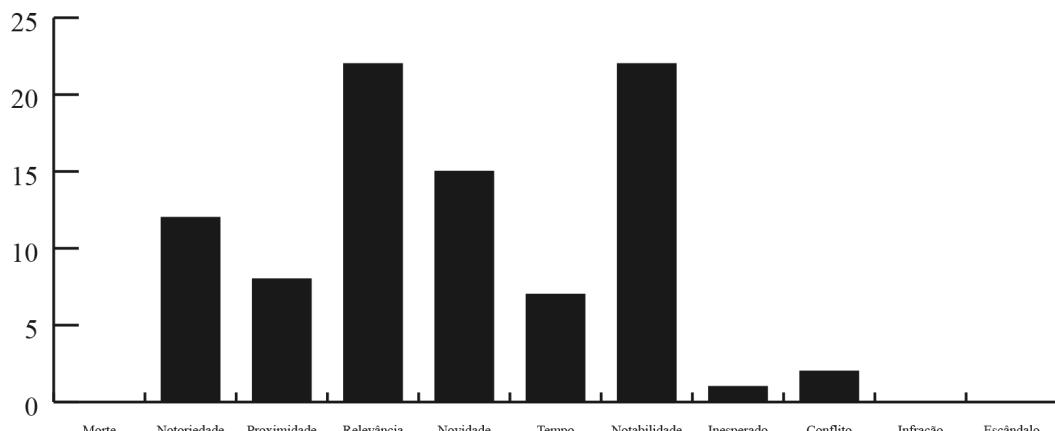
A notoriedade detém a quarta posição na listagem dos critérios de noticiabilidade de ambos veículos. 60 (70,59%) das páginas do *ge* e 12 (54,55%) das matérias do *UOL Esporte* fornecem grande destaque a um ou mais personagens. A proximidade ocupa a quinta posição nas duas listas e se mostra novamente mais importante no *UOL* (36,36% contra 31,76% do concorrente). O tempo também é mais explorado neste portal, enquanto o *ge* se mostra mais atento a eventos inesperados. Os conflitos foram pouco frequentes e só tiveram espaço quando o nome de Karim Benzema estava atrelado ao atrito.

Ao fazer o procedimento adotado para encontrar quem são as pessoas notáveis do Al-Ittihad, repete-se a tendência encontrada em Al-Hilal e Al-Nassr: o *ge* aborda uma gama mais diversificada de personagens, enquanto o *UOL Esporte* tem cobertura centralizada em

atletas específicos. O protagonista em ambos veículos é o mesmo: Karim Benzema, nome evidenciado em 39,47% (30) das páginas do *ge* e em 40% (seis) das notas do *UOL*. O primeiro portal trabalha com 20 personagens diferentes, fornecendo destaque a contratações da temporada 2023/24, como Fabinho (brasileiro ex-Liverpool, Inglaterra), N’Golo Kanté (ex-Chelsea, Inglaterra) e Marcelo Gallardo (técnico com passagem de destaque pelo River Plate, Argentina). O site concorrente aborda apenas cinco pessoas além de Benzema, sendo Romarinho o único nome ligado profissionalmente ao Al-Ittihad.

Figura 16 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *UOL* sobre o Al-Ittihad em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do UOL sobre o Al-Ittihad - 2023



Fonte: Do autor.

Os números absolutos permitem concluir que, ao menos para os principais sites brasileiros, Benzema não é um nome que atribui tanta noticiabilidade aos fatos quanto Neymar e Cristiano Ronaldo. Seu status de superestrela do futebol é evidente, ao ser o protagonista de um clube cuja relevância esportiva não atraía nenhuma atenção dos mesmos veículos no ano anterior. Entretanto, o foco não se voltou da mesma forma para o Al-Ittihad se comparado com Al-Hilal e Al-Nassr.

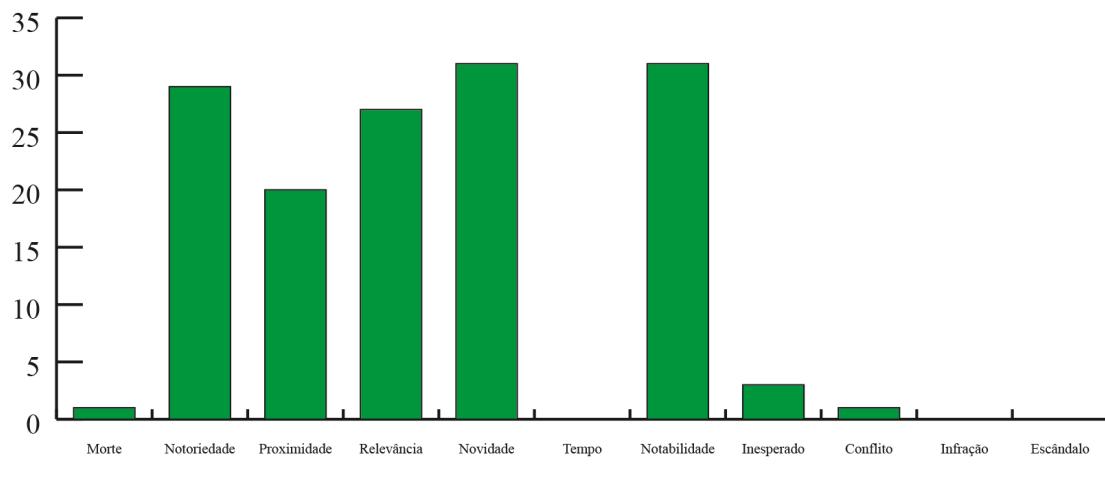
A outra equipe integrante do projeto do governo saudita reteve ainda menos interesse. O Al-Ahli foi detectado como tema central de 31 páginas do *ge* e de nove no *UOL Esporte*, menos da metade do conteúdo produzido sobre o Al-Ittihad em ambos os casos. O clube recém-chegado da segunda divisão não atraiu reforços do mesmo nível de estrelato de Neymar, Cristiano Ronaldo ou Benzema, tendo como principal contratação para a temporada

– ao menos sob o prisma da imprensa brasileira – Roberto Firmino, ex-Liverpool (Inglaterra), atleta que já vinha perdendo espaço na equipe onde se destacou em temporadas anteriores.

Observa-se no *ge* mais uma vez a tendência a levar adiante pautas de alta notabilidade: todas as 31 páginas sobre o Al-Ahli demonstram esse valor-notícia. O critério novidade também se faz onipresente, única incidência do tipo entre todos os dados avaliados relativos a 2023. Os outros critérios mais priorizados pelo site do Grupo Globo são notoriedade (93,55%), relevância (87,1%) e proximidade (64,52%). Eventos inesperados têm ocorrência em três notas, enquanto morte e conflito aparecem uma vez cada.

Figura 17 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *ge* sobre o Al-Ahli em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do *ge* sobre o Al-Ahli - 2023

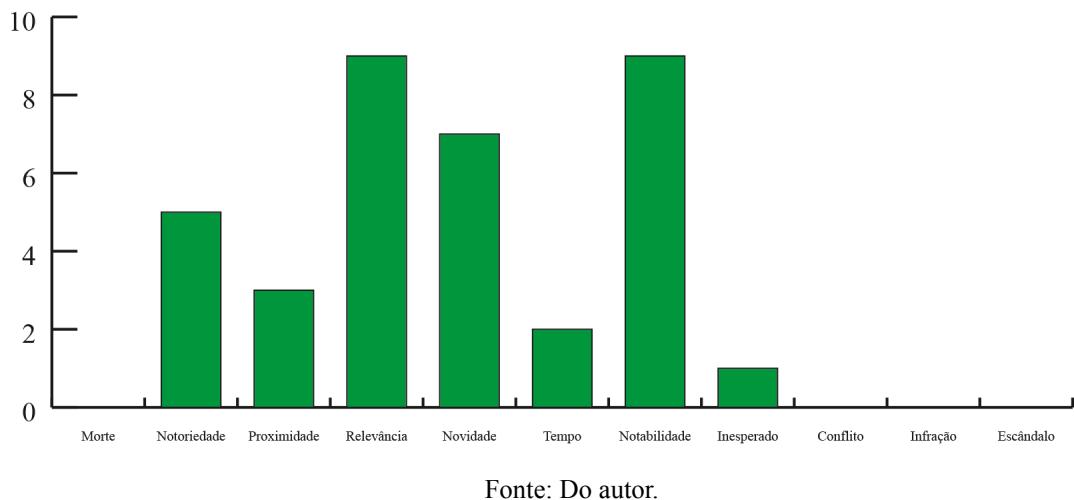


Fonte: Do autor.

Pode-se notar – com base nos números – desinteresse do *UOL Esporte* em monitorar e desenvolver pautas sobre o Al-Ahli, o que se manifesta de forma similar ao demonstrado com o Al-Ittihad: as poucas notas sobre o clube justificam-se somente se possuírem relevância esportiva e notabilidade. Os critérios estão presentes em todos os conteúdos avaliados no curto espaço amostral de nove páginas. Novidade (77,78%), notoriedade (55,56%), proximidade (33,33%) e tempo (22,22%) são os outros valores-notícia com incidência múltipla nos conteúdos do portal.

Figura 18 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *ge* sobre o Al-Ahli em 2023.

Valores-notícia de conteúdos do UOL sobre o Al-Ahli - 2023



Fonte: Do autor.

A análise de figuras notáveis do Al-Ahli encontra no *UOL Esporte* algo que foge à tendência do veículo: a abordagem em relação aos principais personagens é igualitária. Roberto Firmino, Édouard Mendy, Riyad Mahrez, Roger Ibañez e Cristiano Ronaldo (texto sobre jogo entre Al-Nassr e Al-Ahli) são figuras igualmente exploradas nas notas com o valor-notícia notoriedade. Uma possível explicação para isso é a ausência de uma superestrela do futebol no elenco, o que torna o acompanhamento sobre seu dia a dia pouco recorrente.

Se no *UOL* Roberto Firmino recebe pouco espaço, o *ge* mostra mais interesse em noticiar o brasileiro. O atleta é protagonista em 12 matérias publicadas pelo site (35,3% da notoriedade atribuída aos conteúdos), número que é o dobro em relação a qualquer outro profissional do futebol associado ao Al-Ahli. O veículo repete a prática de abranger mais personagens que seu concorrente, tendo 12 pessoas diferentes como protagonistas de suas notas.

4.6 OS DEMAIS ASSUNTOS DO FUTEBOL SAUDITA

Além da busca direcionada aos quatro clubes já aprofundados, esta pesquisa procurou formas de abranger outros termos que indiquem conteúdos jornalísticos sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita dentro dos dois sites. Nomes de outros clubes apresentaram resultados inexpressivos. Assim, o termo “saudita” mostrou-se o melhor caminho para encontrar tais páginas, já que leva a matérias sobre o campeonato nacional, sobre a conexão

do país com o futebol e sobre equipes desconhecidas do público brasileiro e cujo nome não agrega noticiabilidade suficiente.

A análise das matérias de 2022 permite identificar por que o esporte saudita se tornava notícia nos sites em questão. 13 das 14 pautas do *ge* envolviam atletas brasileiros ou de passagem pelo futebol nacional, colocando o critério proximidade como o terceiro mais valorizado (atrás somente de novidade e notabilidade). Relevância (12) e notoriedade (11) também se mostraram valores-notícia recorrentes. A única nota do veículo sem relação com o Brasil se deu por um evento inesperado, tipo de fato noticiado três vezes ao longo do ano.

O estudo do caso do *UOL Esporte* expõe escolha editorial diferente da adotada pelo site concorrente. Ao menos em 2022, o clube era menos importante que a participação de uma personalidade notória no fato noticioso. A ideia é comprovada por dois motivos. Primeiramente porque o critério notoriedade aparece em 100% das nove páginas, igualando notabilidade como o valor-notícia mais recorrente. Em segundo lugar porque a grande maioria das páginas é sobre clubes já analisados, mostrando que para o veículo não importa informar sobre Al-Hilal, Al-Nassr ou Al-Ittihad, e sim sobre alguns personagens.

Sete das nove notas em questão são sobre o Al-Nassr. Seis delas foram publicadas entre novembro e dezembro, todas cobrindo a saga da transferência de Cristiano Ronaldo. O número é, inclusive, superior às cinco matérias do *UOL* sobre o tema que citam nominalmente o clube. “Futebol da Arábia Saudita”, “jogar na Arábia Saudita” e “time da Arábia Saudita” são algumas das expressões utilizadas pela redação do portal para abordar fatos que se referem diretamente ao Al-Nassr sem citá-lo. Substituir o time pelo país é uma escolha comunicacional que, ao julgar pelas decisões editoriais, conversa melhor com seu público.

O uso desse recurso é amplificado pelo portal no ano seguinte. 61 páginas sobre o futebol saudita foram publicadas sem menção direta a Al-Hilal, Al-Nassr, Al-Ittihad ou Al-Ahli. Entretanto, 47 delas são especificamente sobre um ou mais desses clubes; dez tratam sobre o campeonato como um todo, incluindo tais equipes; duas mencionam times do país sem especificação¹⁸; uma é sobre o país Arábia Saudita, tendo como gancho a chegada de Neymar; e uma é sobre a presença de árbitros brasileiros em partidas no Oriente Médio.

Nesses materiais, novamente a notoriedade prevalece como um dos principais valores-notícia. 47 das 61 matérias (77,05%) têm foco em uma ou mais personalidades do

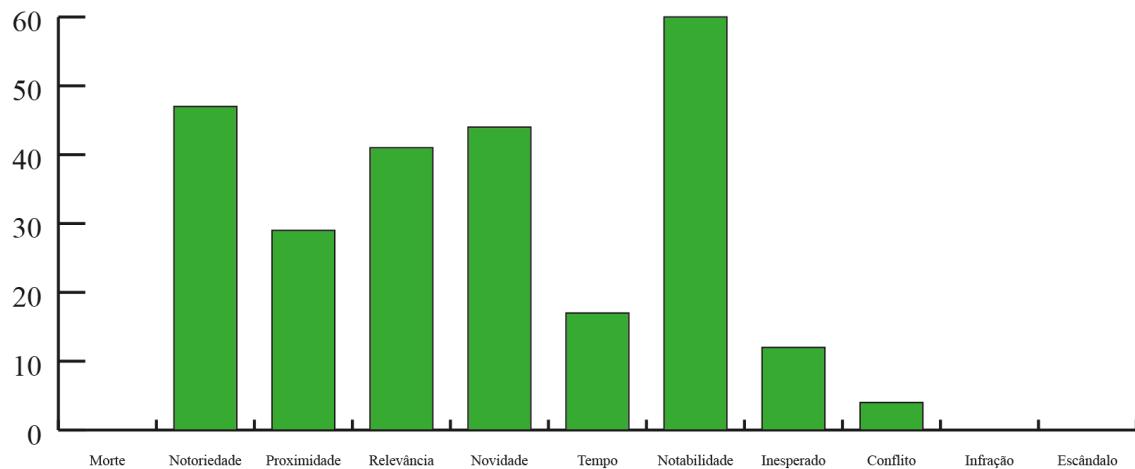
¹⁸ Esses exemplos são mais um indício sobre como os personagens importam mais que os clubes sauditas. Ambos os casos se referem a possibilidades de transferências envolvendo atletas brasileiros (Rony e Lucas Moura) que receberam sondagens de equipes do país árabe. A apuração não vê relevância em se aprofundar na estória até descobrir qual é o time em questão: basta saber que a proposta é da Arábia Saudita para imaginar que há quantia financeira significativa envolvida.

futebol, ou utilizam-se de sua proeminência para atribuir noticiabilidade ao fato. A matéria “*Time de CR7 vira com três gols nos acréscimos no Campeonato Saudita*”, de 3 de março, trata de vitória do Al-Nassr em jogo no qual o português não fez gol, mas ainda assim coloca-o como grande destaque. “*Romarinho e Cristiano Ronaldo duelam pela liderança da liga saudita*”, texto publicado seis dias depois, não é uma matéria sobre os dois atletas, e sim sobre seus times, Al-Ittihad e Al-Nassr, porém a disputa esportiva coletiva fica em segundo plano. As expressões “time saudita de Firmino”, “time saudita de Benzema e Kanté” e “time de Neymar” são outras formas encontradas de voltar o foco narrativo a indivíduos.

A detecção desse recurso explicou um estranhamento gerado pelos resultados obtidos no início da pesquisa. Pela experiência pessoal e profissional do autor no *UOL*, houve suspeita de que os mecanismos do Google estivessem falhando na busca. Alguns temas com diversos valores-notícia aplicáveis ao portal – a contratação de Roberto Firmino para o Al-Ahli, por exemplo – não haviam sido encontrados na busca específica pelos clubes. Foi após a nova tentativa que notou-se um padrão: pautas de transferências envolvendo os clubes sauditas foram em diversas ocasiões tratadas como uma coisa só, com o país em maior evidência que o time. Firmino, Fabinho, Gustavo Gómez e Kylian Mbappé aceitaram ou recusaram propostas da Arábia Saudita, e não de Al-Ahli, Al-Ittihad ou Al-Hilal, segundo o recorte adotado pelas manchetes do site.

Figura 19 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *UOL* sobre demais conteúdos relativos ao futebol de clubes da Arábia Saudita em 2023.

Valores-notícia de outros conteúdos do UOL sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita - 2023



Fonte: Do autor.

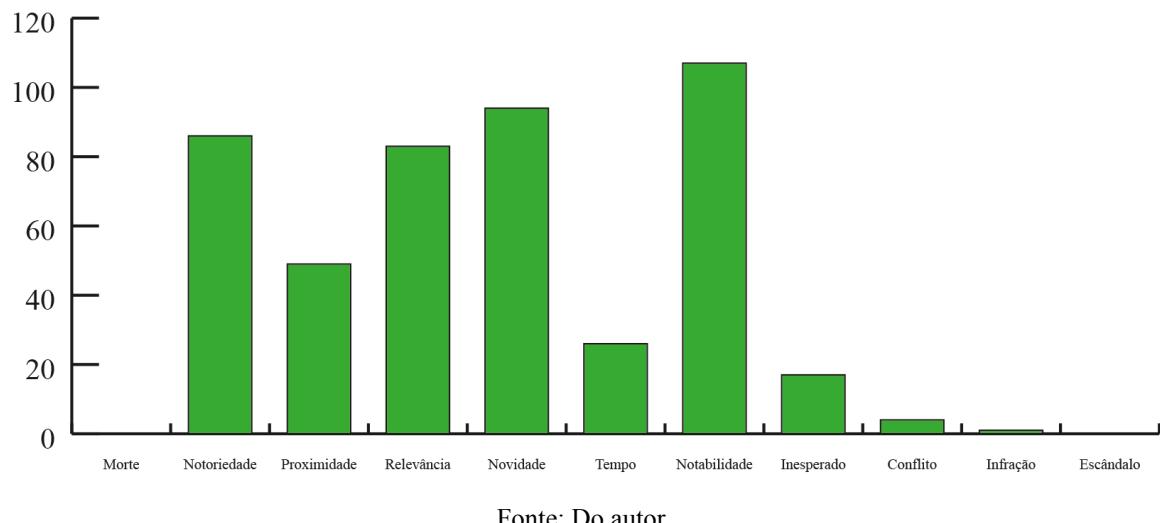
Em relação a outros critérios de noticiabilidade, a notabilidade novamente lidera, presente em 98,36% (60 de 61) das páginas do *UOL Esporte* neste recorte. Novidade (44, 72,13%), relevância (41, 67,21%), proximidade (29, 47,54%), tempo (17, 27,87%), inesperado (12, 19,67%) e conflito ou controvérsia (quatro, 6,56%) são os outros valores-notícias encontrados na análise.

A contagem de conteúdos do *ge* filtrados pelo termo “saudita” tem como resultado 110 páginas diferentes. Dessas, 46 possuem como tema central um ou mais clubes já aprofundados nesta pesquisa; 33 tratam do futebol saudita de forma generalista, abarcando também as equipes já citadas; 26 têm foco em outros times; quatro são sobre clubes não especificados; e uma é sobre o projeto de fundação de uma cidade com uma equipe de futebol. A substituição dos nomes dos principais clubes do país também é encontrada nos materiais do veículo – vide “*Pai nega acerto de Messi com clube da Arábia Saudita e projeta decisão ao fim da temporada*”, “*Busquets não fica no Barcelona, e destino provável é Arábia Saudita*” e “*Salah aceita proposta de time de Benzema na Arábia Saudita, diz TV*” –, mas é um recurso de menor incidência na comparação com o *UOL*.

Dentro dessas 110 páginas, a notoriedade aparece mais uma vez como valor-notícia em destaque. Há 86 ocorrências desse critério (78,18%), atrás somente dos já esperados notabilidade (107, 97,27%) e novidade (94, 85,45%). Relevância (83, 75,45%), proximidade (49, 44,54%), tempo (26, 23,64%), inesperado (17, 15,45%), conflito ou controvérsia (quatro, 3,63%) e infração (uma vez) são os outros valores detectados nas matérias.

Figura 20 – Gráfico com dados da presença de cada valor-notícia em páginas do *ge* sobre demais conteúdos relativos ao futebol de clubes da Arábia Saudita em 2023.

Valores-notícia de outros conteúdos do *ge* sobre o futebol de clubes da Arábia Saudita - 2023



Fonte: Do autor.

Apesar das diferenças em volume de produção sobre o futebol saudita e em direcionamento de pautas, o último dos cinco termos de pesquisa mostra similaridade nas escolhas de noticiabilidade dos sites *ge* e *UOL Esporte*. Com exceção da novidade, fator que já se mostrara mais essencial ao *ge* nos clubes avaliados, a incidência dos valores-notícia difere em menos de 10 pontos percentuais entre os dois veículos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente, deve-se estabelecer que o passo inicial da coleta de dados realizada nesta pesquisa confirmou uma das percepções motivadoras do estudo: houve aumento significativo da cobertura da imprensa brasileira em relação ao futebol de clubes da Arábia Saudita. O crescimento pôde ser verificado nos dois sites analisados em todos os parâmetros avaliados. Tais números nos sites de maior audiência no Brasil – e veículos que não têm interesse em promover o Campeonato Saudita para transmissões próprias do torneio – indicam que fenômeno similar pode ter ocorrido em outras empresas jornalísticas e editorias esportivas.

A hipótese elaborada para responder a esse aumento de produção relativa ao tema também se comprovou com a pesquisa. A notoriedade de jogadores de futebol se mostrou um critério de noticiabilidade dos mais recorrentes, superando em determinados até mesmo valores considerados intrínsecos à prática jornalística estabelecida, como a novidade. O protagonismo fornecido a essas superestrelas, tão ou mais abordado quanto a relevância esportiva dos fatos nos quais estão envolvidos, demonstra tendência de cobertura direcionada aos “olimpianos modernos” do esporte. Ideia que se faz evidente na mensuração de conteúdos sobre Al-Hilal e Al-Nassr, já que ambas equipes tiveram seu pico de presença nos portais justamente no mês em que registraram suas principais contratações (Neymar e Cristiano Ronaldo, respectivamente).

É de se ressaltar, todavia, outro critério de noticiabilidade identificado por Traquina não mencionado na hipótese inicial que aparece de forma consistente na amostra avaliada: a proximidade. Notou-se uma tendência maior à veiculação de notícias sobre personalidades conectadas ao público dos veículos, seja pela nacionalidade, pelos feitos no esporte brasileiro, ou por ambos. A possibilidade de clubes sauditas enfrentarem equipes do Brasil em torneios – algo possível somente no Mundial de Clubes da FIFA no calendário regular – também se mostrou um importante chamariz noticioso para o futebol da Arábia Saudita em momentos específicos de 2023.

O estudo sobre a história e o desenvolvimento do jornalismo esportivo no Brasil trouxe um aspecto importante a ser adicionado aos resultados obtidos. Ele mostrou que, de diferentes formas, a notoriedade acompanha o noticiário futebolístico de forma consistente

quase que desde suas origens. Determinados atletas vêm atraindo para si os holofotes da imprensa ao longo da história, das colunas em jornais sobre os heróis da Seleção Brasileira ao protagonismo de suas imagens no espetáculo televisivo. Se nos anos 1980 alguns canais de televisão decidiram voltar suas atenções à Itália pela presença de atletas de renome no país – o que foi um passo pioneiro e fundamental à popularização do futebol europeu no Brasil –, algo similar se vê em relação à Arábia Saudita quatro décadas depois, em um contexto de maior facilidade de acesso a informações devido à web.

A análise de critérios de noticiabilidade também confirmou tendências em relação aos procedimentos adotados pelos portais. Pode-se notar que estes incorporam concepções estabelecidas dentro da tribo jornalística sobre o que é este segmento da comunicação e como praticá-lo. As matérias são escritas de forma “objetiva”, recorrendo aos mecanismos já mencionados – como menção somente a fatos consensualmente verdadeiros, uso de aspas e organização apropriada de informações¹⁹ – para mitigar a subjetividade. As pautas selecionadas são de alta notabilidade, raramente abordando problemáticas – mesmo que o tema futebol saudita não seja alheio de forma alguma a estas. O investimento nos quatro clubes destacados nesta pesquisa é oriundo de um Estado frequentemente acusado de violações aos direitos humanos²⁰, o que poderia motivar pautas relevantes esportivamente e socialmente. O tema chega a ser mencionado em produções com o objetivo de explicar as origens do dinheiro recém-chegado às quatro equipes, porém não é aprofundado, assim como o conceito de *sportswashing*.

A pesquisa encontrou limitações durante sua realização. O tempo foi uma delas, e inviabilizou uma leitura apurada da primeira à última palavra de cada material analisado. Entretanto, essa questão não é grande problema, tendo em vista que a proposta é avaliar os critérios de noticiabilidade intencionalmente evidenciados como mais importantes em cada fato, destacados assim no título e/ou no início do texto. Outra questão, esta na busca dos materiais no Google, é não haver garantia que os termos-chave utilizados compreendam 100% da produção sobre o futebol saudita. Experiências adicionais com outras palavras, no entanto, não obtiveram novos resultados. Mais uma limitação presente nesta pesquisa é o fato de a análise de valores-notícia considerar critérios de seleção substantivos e não os contextuais. Tal

¹⁹ O UOL passou a adotar em meados de 2023 um modelo de escrita inspirado no portal estadunidense *Axios* que é diferente da tradicional pirâmide invertida. Neste modelo, as informações são organizadas em tópicos após um curto parágrafo inicial. Há uso de negrito na primeira frase para ressaltar o ponto mais importante de cada *bullet point*. O formato, no entanto, responde às mesmas questões propostas pelo lide tradicional, diferenciando-se na organização dessas informações. Textos produzidos por colunistas não se encaixam neste novo padrão.

²⁰ Relatório publicado em 2024 pela ONG *Human Rights Watch* aponta assassinatos contra imigrantes etíopes, práticas abusivas em centros de detenção e prisões contra ativistas de direitos humanos como algumas das violações sistemáticas cometidas pelo governo da Arábia Saudita no último ano.

reconstituição de fatos, no entanto, demandaria estudo aprofundado sobre dias noticiosos ao longo de 2022 e 2023, além de acesso a informações internas das organizações jornalísticas, algo inviável dentro do cronograma de produção exigido.

Há diversas possibilidades em relação a meios de avançar nesta pesquisa e continuar o estudo do jornalismo sobre futebol. Seria interessante retomar, em alguns anos, a análise de critérios de noticiabilidade relativa ao futebol de clubes da Arábia Saudita, com o intuito de verificar a frequência em comparação com 2023 e observar se, com o público brasileiro mais habituado a receber informações sobre o tema, a notoriedade se tornará um valor-notícia menos necessário e recorrente. Outra possibilidade é coletar dados sobre o futebol de outros países, especialmente europeus – dada sua primazia técnica e inserção cultural evidenciada ao longo das últimas décadas –, a fim de comparação sobre por que estes viram notícia, e se há alguma relação com os resultados encontrados no contexto saudita. Ainda é possível utilizar esta monografia como inspiração para levar o estudo sobre este futebol a outros meios de comunicação, com públicos diferentes dos alcançados pela web.

Outra via de avançar nesta pesquisa é realizar estudo sobre quem são os protagonistas do mundo do futebol retratados de forma consistente nos portais ou em outros meios de comunicação. O caso saudita nos sites *ge* e *UOL Esporte* mostrou repetição sistemática dos mesmos nomes – em especial Neymar e Cristiano Ronaldo – como tema central de suas produções, até mesmo em casos nos quais os atletas em questão não eram os atores principais dos fatos noticiados. Uma avaliação mais ampla e com maior espaço amostral sobre as figuras destacadas na imprensa brasileira pode confirmar ou refutar a existência de padrões em relação a tais personagens. Observa-se neste trabalho, por exemplo, que basicamente a totalidade dos personagens é composta por homens em situação de privilégio socioeconômico decorrente de seu destaque no futebol profissional. Saber se esta tendência se repete em outros nichos poderia expor assimetrias de gênero e de outros tipos no meio esportivo, e em como a imprensa o percebe.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASENJO, Porfirio Barroso. **Códigos Eéticos de la Profesión Periodística:** análisis comparativos. 1979. 1 v. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, Universidad Complutense de Madrid, Madri, 1979.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão.** Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BLANCO, Jordi. '**Os jogadores ganham milhões graças a mim, mas eu vivo na miséria'**: Há 25 anos, Jean-Marc Bosman transformou o futebol. 2020. ESPN. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/7908355/os-jogadores-ganham-milhoes-gracas-a-mim-mas-eu-vivo-na-miseria-ha-25-anos-jean-marc-bosman-transformou-o-futebol. Acesso em: 24 maio 2024.

CALABRE, Lia. **A Era do Rádio.** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

CALDAS, Waldenyr. Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, v. 22, p. 41-49, 1994.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: FIDALGO, António; SERRA, Joaquim Paulo (org.). **Informação e comunicação online (vol. 1)**: jornalismo online. Covilhã: Labcom, 2003. p. 63-77.

CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. 2014. ed. Covilhã: Labcom, 2014. 190 p.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHISARI, Fabio. When Football Went Global: televising the 1966 World Cup. **Historical Social Research**, Manheim, v. 31, n. 1, p. 42-54, 2006.

CHOUKEIR, Jana; SABA, Yousef. **Saudi wealth fund to take control of soccer star Ronaldo's club.** 2023. Reuters. Disponível em: <https://www.reuters.com/sports/saudi-arabia-revives-sports-clubs-privatisation-plan-2023-06-05/>. Acesso em: 23 maio 2024.

COELHO, Paulo Vinicius (2003). **Jornalismo esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2021. 120 p.

COSTA, Leda Maria da. O negro no futebol brasileiro: entre a história e a literatura. **Revista Uniabeu**, Belford Roxo, v. 3, n. 5, p. 17-38, 2010.

COUTO, André Alexandre Guimarães. Lancellotti, a Band e o Campeonato Italiano. **Arquibancada do Ludopédio**, [s. l], v. 159, n. 32, 2020. Disponível em:

<https://ludopedia.org.br/arquibancada/lancellotti-a-band-e-o-campeonato-italiano/>. Acesso em: 15 maio 2024.

DUARTE, Jorge Antonio Menna; RIVOIRE, Valéria; RIBEIRO, Ângelo Augusto. Mídias sociais online e prática jornalística: um estudo em Santa Catarina. **Universitas: Arquitetura e Comunicação Social**, Bauru, v. 13, n. 1, p. 1-10, 2016.

ESPN. **Por que 'ninguém' quer Cristiano Ronaldo? Veja os motivos que levaram gigantes europeus a recusarem o craque português.** 2022. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/manchester-united/artigo/_/id/10821366/por-que-ninguem-quer-cristiano-ronaldo-veja-motivos-levaram-gigantes-europeus-recusarem-craque-portugues. Acesso em: 24 maio 2024.

FILHO, Mario (1947). **O negro no futebol brasileiro.** 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2010. 344 p.

FIFA. **FIFA Global Transfer Report 2022.** 2023. Disponível em: <https://digitalhub.fifa.com/m/2ee0b8943684e25b/original/FIFA-Global-Transfer-Report-2022.pdf>. Acesso em: 24 maio 2024.

FIFA. **FIFA Global Transfer Report 2023.** 2024. Disponível em: <https://digitalhub.fifa.com/m/114622e4e17cf6a8/original/FIFA-Global-Transfer-Report-2023.pdf>. Acesso em: 24 maio 2024.

GASPARINO, Henrique. **Estudo da transmissão esportiva na televisão brasileira.** 2013. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

GERMANO, Felipe. **O futebol chegou ao Brasil de trem:** e muito antes de Charles Miller. 2022. Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/o-futebol-chegou-ao-brasil-de-trem-e-muito-antes-de-charles-miller/>. Acesso em: 18 abr. 2024.

GITLIN, Todd. **The Whole World Is Watching:** mass media in the making and unmaking of the new left, with a new preface. Berkeley: University Of California Press, 1980.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades . **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, Brasil, v. 19, n. 2, p. 143–151, 2005. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rbefe/article/view/16590..> Acesso em: 18 abr. 2024.

GREENWOOD, Ernest. Attributes of a Profession. **Social Work**, Oxford, v. 2, n. 3, p. 45-55, jun. 1957.

HALLIN, Daniel C.. **The Uncensored War:** the media and Vietnam. Nova Iorque: Oxford University Press, 1986.

HELAL, Ronaldo; GORDON, Cesar. A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século xxi. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 37-55, 2002.

KENNEDY, David; KENNEDY, Peter. Football supporters and the commercialisation of football: comparative responses across europe. **Soccer & Society**, Reino Unido, v. 13, n. 3, p. 327-340, maio 2012.

KNIGHT, Brett. **The World's 10 Highest Paid Athletes 2022**. 2022. Forbes. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/brettknight/2022/05/11/the-worlds-10-highest-paid-athletes-2022/?sh=3295251e1f6c>. Acesso em: 24 maio 2023.

KUPPER, Agnaldo. Futebol: a importância da mídia na popularização e no imaginário do brasileiro. **Revista Brasileira de Futsal e Futebol**, São Paulo, v. 11, n. 43, p. 291-300, 2019.

MACHADO, Wesley Barbosa. Breve cronologia de atletas negros “inseridos” em clubes de futebol no Brasil no primeiro quarto do século XX. **Arquibancada do Ludopédio**, [s. l], v. 132, n. 28, 2020. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/cronologia-atletas-negros/>. Acesso em: 18 abr. 2024.

MEDEIROS, Tiago Sameshima de. **Futebol no outro lado do Atlântico**. 2023. 1 v. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na Web. In: CONGRESSO DA SOPCOM., 2., 2001, Lisboa. Disponível em: https://facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf. Acesso em: 27 abr. 2024.

MILLS, John Robert. **Charles Miller**: o pai do futebol brasileiro. São Paulo: Panda Books, 2005.

MONTEIRO, Paulo José Rocha. **Narrativas futebolísticas**: do botão ao videogame. 2008. 80 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2008.

MORIN, Edgar (1962). **Cultura de Massas no Século XX**: o espírito do tempo - 1 neurose. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MOTT, Frank Luther. **The News in America**. 2. ed. Cambridge: Harvard University Press, 1952.

MORETZSOHN, Sylvia. "Profissionalismo" e "objetividade": o jornalismo na contramão da política. In: ANAIS DO 9º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2000, Porto Alegre. **Anais eletrônicos [...]** Campinas, Galoá, 2000. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2000/trabalhos/profissionalismo-e-objetividade-o-jornalismo-na-contramao-da-politica?lang=pt-br> Acesso em: 24 mar. 2024.

PREMIER LEAGUE. **Premier League Statement**. 2021. Disponível em: <https://www.premierleague.com/news/2283712>. Acesso em: 30 maio 2024.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do Webjornalismo**: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. 2010. 96 p. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Faculdade São Francisco de Barreiras, Bahia, 2010.

REUTERS. **Reuters Institute Digital News Report 2023**. 2023. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7758594/mod_resource/content/1/NIEMAN%20Digital_News_Report_2023.pdf. Acesso em: 2 maio 2024.

HUMAN Rights Watch. **Relatório Mundial 2024**: Arábia Saudita. 2024. Disponível em: <https://www.hrw.org/pt/world-report/2024/country-chapters/saudi-arabia>. Acesso em: 20 maio 2024.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 31, p. 147-160, 2003.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. Modernidade, disciplina e futebol: uma análise sociológica da produção social do jogador de futebol no Brasil. **Sociologias: Sociedade e Território**, Porto Alegre, v. 6, n. 11, p. 260-299, 2004.

RODRIGUES, Nelson (1958). Garrincha não pensa. In: RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Schwarcz, 1993. p. 75-77.

SANTI, Vilso Junior Chierentin. O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 181-194, 2009.

SAVENHAGO, Igor José Siquieri. Futebol na TV: evolução tecnológica e linguagem de espetáculo. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 22-31, 2011.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the News: A Social History of American Newspapers**. Nova Iorque, Basic Books, 1978.

SILVA, Eliazar João da. De esporte das elites ao esporte popular: a trajetória do futebol no brasil. **Fronteiras: Revista de História**, Dourados, v. 14, n. 25, p. 99-110, 2012.

SILVA, Mariana Bananal Costa e. O Jornalismo Online no Brasil: as origens do Portal Universo Online (UOL). In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 21., 2016, Salto. **Anais eletrônicos [...]**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-1085-1.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2024.

SOUZA, Pompeu de. Era uma vez o nariz-de-cera. **Revista de Comunicação**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 7, p. 22-25, 1986.

SPONHOLZ, Liriam. As idéias e seus lugares: objetividade em jornalismo no brasil e na alemanha. **Comunicação & Política**, [s. l.], v. 2, n. 11, p. 144-166, maio 2004.

SPORTS VALUE. **Brazilian football clubs' financials 2022**: marketing revenues consolidation. Marketing revenues consolidation. 2023. Disponível em: <https://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2023/05/Brazilian-football-clubs-financials-2022-Final-report-may-2023-1.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2024.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **No país do futebol**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume I:** porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

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

TUCHMAN, Gaye. Objectivity as Strategic Ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 77, n. 4, p. 660-679, jan. 1972.

TUCHMAN, Gaye. Making News By Doing Work: routinizing the unexpected. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 79, n. 1, p. 110-131, jul. 1973.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: A Study in the Construction of Reality.** Nova Iorque: The Free Press, 1978.

UOL. **CR7 se irrita com juiz da final da Libertadores em derrota para time de Neymar.** 2023. Disponível em:
[USHINOHAMA, Tatiana Zuardi. Copa do Mundo de Futebol e sua materialização na televisão analógica. **Contracampo:** Revista do programa de pós-graduação em Comunicação, Niterói, v. 34, n. 3, p. 107-120, 2015.](https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/12/01/al-hilal-x-al-nassr-como-foi-o-classico-saudita.htm#:~:text=CR7%20se%20irrita%20com%20juiz,derrota%20para%20time%20de%20Neymar&text=Cristiano%20Ronaldo%20aparentou%20estar%20tenso,descowntou%20no%20%C3%A1rbitro%20diversas%20vezes. Acesso em: 9 maio 2024.</p>
</div>
<div data-bbox=)

VALLE, Emmanuel do. **Como o futebol internacional era transmitido para o Brasil antes das TVs a cabo.** 2015. Disponível em:
[WHITEHEAD, Jacob. **Are Newcastle United's PIF owners separate from Saudi Arabia – and why does it matter?.** 2024. Disponível em:
\[WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Presença, 1987.\]\(https://www.nytimes.com/athletic/5206964/2024/01/17/newcastle-united-pif-saudi-arabia-separate-explained/. Acesso em: 30 maio 2024.</p>
</div>
<div data-bbox=\)](https://web.archive.org/web/20151008130128/http://trivela.uol.com.br/como-o-futebol-internacional-era-transmitido-para-o-brasil-antes-das-tvs-a-cabo/>. Acesso em: 14 maio 2024.</p>
</div>
<div data-bbox=)