
Noticiabilidade, Valor-notícia e Seleção Noticiosa no Jornalismo Esportivo¹

Thalita Neves²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Este artigo propõe uma revisão bibliográfica para diferenciar alguns conceitos caros ao fazer-notícia, como noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa. O objetivo é expandir a discussão para propor reflexões sobre como esses conceitos se correlacionam com as especificidades da editoria esportiva, aqui considerada uma área dotada de certa liberdade editorial, tendo em vista os aspectos subjetivos intrínsecos ao universo do esporte. Pressupõe-se que alguns valores-notícia, como o conflito/rivalidade são mais atuantes no jornalismo esportivo e discute-se o modo como eles se justificam (ou não) perante o público, trazendo à tona debates sobre verdade e credibilidade jornalísticas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo esportivo; noticiabilidade; valor-notícia; seleção noticiosa; credibilidade.

Introdução

A discussão sobre noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa, ainda que amplamente abordada nos estudos de comunicação, é pertinente ao campo porque traz consigo possibilidades outras de se pensar tais variáveis para além da vertente convencional, que tende a tratar esses três conceitos como sinônimos no *newsmaking* (ou fazer-notícia). Partindo dessa perspectiva, a intenção é diferenciar neste artigo noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa com base em pesquisadores que se debruçaram sobre o tema, expandindo a discussão para propor reflexões sobre como esses conceitos atuam no jornalismo esportivo, mais precisamente no trato do futebol.

É interessante evidenciar como os valores-notícia (VNs) clássicos do jornalismo como um todo – tragédia, proeminência, governo, conflito etc. – podem adquirir outra roupagem em se tratando do caderno esportivo, de modo que, por exemplo, quando se fala no valor-notícia governo, a intenção é se referir à administração dos clubes; quando se fala no valor-notícia tragédia/drama, ele se refere ao contexto dramático de uma situação decisiva dentro campo; quando se fala no valor-notícia proeminência das

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista (UFOP), Mestra em Jornalismo (UFSC) e Doutoranda em Comunicação (UERJ). E-mail: thalitanevesufop@gmail.com.

pessoas envolvidas, ele se refere ao protagonismo dos personagens do jogo, e assim por diante. O valor-notícia conflito, por sua vez, tem a ver com as rivalidades clubísticas que fazem com que certas partidas ganhem destaque ainda maior no noticiário esportivo.

É fundamental ressaltar que este artigo baseia-se na nomenclatura de valores-notícia sistematizada por Silva (2005) em um compilado das contribuições dos principais autores que abordaram o tema, como Sousa (2002), Traquina (2001) e Wolf (2003). Também é válido ponderar que a discussão aqui proposta desconsidera alguns VNs tidos como óbvios para o fazer-notícia de um modo geral, como atualidade – visto que esse valor já é um pré-requisito do jornalismo – e importância – sobretudo considerando-se que a editoria em análise pressupõe que o tema esportivo por si só já é relevante para os consumidores do segmento.

Quanto ao valor-notícia conflito/rivalidade no jornalismo esportivo, pressupõe-se que esse é o VN de maior potencial na editoria, ainda que esta afirmação demande análises mais específicas para sua validação em termos acadêmico-científicos, as quais não serão contempladas nos limites deste artigo. Essa crença está atrelada à noção de que os conteúdos que abordam as rivalidades clubísticas do futebol brasileiro carregam discursos ideológico-sociais por trás das narrativas – discursos estes intrínsecos aos distintos contextos socioculturais de cada região do país. Por consequência, esses conteúdos seriam também os mais contestados em termos de verdade, objetividade e credibilidade jornalísticas.

Esse último quesito ganha destaque na ótica de Lisboa e Benetti (2016) para além de um conceito acessório no jornalismo, pois, na visão das autoras, a credibilidade é algo imprescindível para que os sujeitos possam presumir que o discurso jornalístico diz a verdade – mesmo nesta editoria onde a subjetividade de jornalistas e espectadores tende a ser mais atuante tanto na produção quanto na interpretação dos conteúdos noticiosos, já que na maioria das vezes o jornalista que escreve sobre esportes está se reportando a um público tão apaixonado (e entendido do assunto) quanto ele.

Diferenciando conceitos no fazer-notícia

Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Concepções que desempenham um papel fundamental no universo da informação periódica, tais facetas da dinâmica de construção da narrativa jornalística nem sempre são analisadas de um modo devidamente diferenciado. Em outros termos, trata-se de

categorias com naturezas conceituais próprias que acabam por ser interpretadas – por variados motivos e em diferentes momentos no abrangente conjunto das tradições teóricas referidas – como expressões sinônimas. (SILVA *et al.*, 2014, p. 30)

Na obra *Crítérios de noticiabilidade* (2014), os autores Gislene Silva, Marcos Paulo da Silva e Mario Luiz Fernandes discorrem sobre os problemas conceituais e aplicações de três conceitos fundamentais no fazer-notícia: noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa. A intenção dos pesquisadores é diferenciar cada uma dessas categorias enquanto conceitos de natureza própria e não sinônimas, como é comum na vertente convencional do estudo. Para tanto, Silva (2005) parte da noção de que a noticiabilidade é o critério mais amplo dessa tríade, dentro do qual os valores-notícia e a seleção noticiosa estariam inseridos.

A autora compreende a noticiabilidade “como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia” (SILVA, 2005, p. 52). Já os valores-notícia são os “atributos que orientam principalmente a seleção primária dos fatos – e, claro, que também interferem na seleção hierárquica desses fatos na hora do tratamento do material dentro das redações” (p. 54). A seleção noticiosa, por sua vez, está relacionada ao conceito de *gatekeeper*. “A seleção, portanto, se estende redação adentro, quando é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar.” (p. 56).

Complementando essa visão, os autores relacionam os três conceitos em debate à logística imposta pelos aspectos organizacionais das redações jornalísticas, de modo que o valor-notícia pode ser entendido como um “ideal de notícia” e o critério organizacional indica a “notícia possível, em função das rotinas próprias de cada organização” (SILVA *et al.*, 2014, p. 39). Isso significa que o núcleo administrativo e operacional das redações pressupõe um conjunto de práticas que nem sempre garantem a viabilidade de determinada produção noticiosa. Ou seja, a imposição de certos valores-notícia dentro de uma redação dependerá também da compatibilidade com a estrutura de trabalho em questão. “Assim, os prazos de fechamento, os recursos de transporte, o quadro de pessoal, a existência de banco de dados, enfim, tudo isso potencializa ou não uma determinada organização na cobertura dos fatos.” (p. 46).

Uma vez dotados da potencialidade teórica e técnica para se tornarem notícias, os acontecimentos estariam ainda submetidos ao terceiro fator aqui em discussão: a seleção noticiosa. Atrelada ao conceito de *gatekeeper*, a seleção implica

necessariamente a hierarquização dos fatos decorrente de vieses ideológicos e políticos de cada um dos integrantes da redação, sobretudo dos editores. É por isso que “organizações jornalísticas com linhas editoriais diferentes têm valores-notícia de referência diferentes” (SILVA *et al.*, 2014, p. 46), visto “que a formatação do conteúdo noticiosos resulta essencialmente do julgamento subjetivo dos próprios profissionais da área” (p. 26).

Esse raciocínio traz à discussão a questão ética que sustenta os fundamentos do jornalismo ancorados às noções de verdade, objetividade e isenção intrínsecas ao *newsmaking*. Isso porque, se por um lado as rotinas organizacionais e a hierarquização de funções na redação favorecem o processo fabril de produção noticiosa, por outro, revela os contrastes ideológicos e culturais presentes em toda a cadeia produtiva – direção, edição e reportagem –, constituindo uma espécie de cabo de guerra que tende a arrebentar do lado mais fraco: o dos repórteres, já que, na maioria das vezes, são eles que cedem às exigências editoriais da empresa sob pena de perder o emprego.

Tal relação é ainda mais conflituosa considerando-se a editoria esportiva, onde aspectos subjetivos como paixão, emoção e preferências estão constantemente rondando o fazer-notícia. Isso é o que Heródoto e Rangel chamam de “desafio da paixão”, na obra *Manual do Jornalismo Esportivo*: “jornalismo é para ser realizado com paixão. Porém não pode exceder aos limites éticos da profissão. Seres humanos não são exatos como relógios de quartzo, mas nada justifica que o entusiasmo e a alegria se transformem em manipulação e distorção.” (2006, p. 122).

É no cabo de guerra do desafio da paixão e em meio às inconveniências do processo produtivo, que o jornalista esportivo procura se ajustar, sobretudo o repórter, considerando-se seu papel de protagonista do *newsmaking*, cabendo a ele estabelecer seu ponto de equilíbrio narrativo na linha tênue que coloca, de um lado, os aspectos mercadológicos, organizacionais e ideológicos intrínsecos às rotinas produtivas e à subjetividade do próprio jornalista em si e, do outro, a ética da profissão e os fundamentos que regem o jornalismo enquanto prática social.

Discutindo valores-notícia no jornalismo esportivo

Antes de adentrar a discussão sobre valores-notícia no jornalismo esportivo, é interessante ponderar mais algumas questões pertinentes à relação entre a editoria

esportiva e os fundamentos jornalísticos. Acredita-se que, como os jornalistas esportivos estão mais sujeitos aos julgamentos de parcialidade – devido ao teor subjetivo dos cadernos esportivos – permeia nos profissionais da área a necessidade de reforçarem que seu trabalho é realizado em conformidade com os fundamentos da profissão, como a constante busca pela verdade, objetividade e isenção no fazer-notícia.

Ao se ancorar nesses conceitos, a intenção do jornalista é balizar seu trabalho e proteger-se das eventuais críticas da audiência, isentando de culpa o profissional que, mesmo de maneira involuntária, acaba se envolvendo sentimentalmente com a cobertura, visto que o evento, por si só, já carrega um misto de paixão e emoção intrínseco ao universo dos esportes. Embora tais fundamentos sejam tratados como grandezas absolutas nos manuais de redação e nas faculdades de jornalismo, cabe relativizá-los, ainda que tal debate não seja o foco deste estudo. No entanto, relativizar o caráter romântico dos fundamentos da profissão não significa negligenciar os rigorosos métodos e técnicas de produção noticiosa, mesmo que isso às vezes seja desafiador para o jornalista esportivo.

A cobertura alegre, descontraída, animada não deveria nunca se confundir com programa humorístico. É um trabalho que é sério sem ser sisudo e respeita as regras do jornalismo como a acurácia. Não se faz sensacionalismo usando notícias inverídicas, sem nenhuma confirmação, fruto apenas de especulação para construir falsos debates e eletrizar os torcedores. A busca constante da isenção põe o jornalismo e teatro em campos opostos, ainda que ambos sejam importantes para a sociedade em seus respectivos espaços. A emoção humana é tratada por cada um deles de forma diferente, um divulga os dramas e as alegrias humanas, o outro as representa. (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 94)

Conforme assinalam Barbeiro e Rangel, é justamente pelo fato de o esporte ser visto como diversão e entretenimento para a maioria dos brasileiros, que é praticamente impossível relatá-lo com o nível de formalidade característico de outras editorias, até porque “a descontração, o bom humor, o sorriso não afrontam a credibilidade nem a seriedade do trabalho. É preciso ser isento, ético, exato, mas não carrancudo.” (2006, p. 77). Inclusive, na última década, essa vertente do jornalismo esportivo como entretenimento – *INFOtenimento* – ganhou destaque no ambiente acadêmico³. No contexto deste artigo, chamou atenção justamente a sistematização de valores-notícia feita por Silva (2005), que coloca o esporte como assunto de potencial noticioso

³ Ver DEJAVITE, Fábila Angélica. *INFOtenimento: Informação + Entretenimento no Jornalismo*. São Paulo: Ed. Paulinas, 2006.

enquanto “entretenimento/curiosidade”, categoria esta que, segundo a autora, engloba também temáticas voltadas para o divertimento, comemorações e aventuras, conforme aponta a tabela seguinte:

Proposta de tabela de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis/noticiados	
IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas envolvidas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINENCIA Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração
POLEMICA Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse Humano	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e mídia, v.2, n.1. Florianópolis: Insular, 2005, p. 95-106.

Embora Silva (2005) insira a temática esportiva dentro da categoria de entretenimento, aqui o esporte é visto sob outra ótica, como um assunto repleto de potencialidades noticiosas que, em alto grau, justificam a existência de uma editoria específica para o gênero – editoria esta que perdura há quase um século desde sua consolidação na imprensa brasileira, no contexto de popularização e consequente profissionalização do futebol. Mas, se por um lado, o esporte estabeleceu-se como editoria permanente e de destaque nos principais veículos brasileiros, por outro, foi

relegado a uma visão estigmatizada que, embora em menor escala, ainda perdura, caracterizando a atividade como uma área de menor prestígio quando comparada às demais coberturas, fato este que, mesmo passível de contestação, talvez tenha justificado a categorização proposta pela autora.

O que se pretende nesta discussão é tomar a temática esportiva como segmento dotado de potencialidades noticiosas próprias, sobre o qual os valores-notícia clássicos sistematizados por Silva atuam de maneira análoga às editoriais mais universais. Para ilustrar esse raciocínio, estabeleceu-se a seguir uma correlação entre os doze VNs clássicos apontados na tabela da autora e o modo como, por exemplo, eles poderiam atestar a noticiabilidade dos acontecimentos em uma cobertura futebolística:

- VN impacto: número de pagantes nos estádios;
- VN proeminência: personagens do jogo;
- VN conflito: rivalidades clubísticas;
- VN entretenimento/curiosidade: bastidores da partida;
- VN conhecimento/cultura: esporte como prática educativa e cidadã;
- VN polêmica: escândalos dentro ou fora de campo;
- VN raridade: situação inusitada dentro ou fora de campo;
- VN proximidade: abrangência dos campeonatos (local, estadual, nacional etc.);
- VN surpresa: placares inesperados;
- VN governo: administração dos clubes;
- VN tragédia/drama: situação dos clubes das últimas posições da tabela;
- VN justiça: decisões contratuais envolvendo contratações de atletas.

Importante ressaltar que os valores-notícia aqui elencados não são independentes e, na maioria das vezes, devem ser compreendidos de forma conjunta, pois dizem respeito a uma série de inter-relações possíveis entre os acontecimentos do universo esportivo ou de qualquer outra editoria em questão. Em muitos casos, inclusive, é a complementaridade de tais fatores o que torna noticiáveis certos acontecimentos, além é claro, dos critérios organizacionais que já foram apontados no tópico anterior.

Pressupondo a rivalidade como valor-notícia potencial

Na obra *Crítérios de noticiabilidade* (2014), Silva *et al.* sugerem uma nova problemática envolvendo a atuação conjunta dos doze VNs principais: o modo como eles se relacionam na concepção do produto noticioso final. Os autores apontam ainda para uma distinção entre valores-notícia “de referência” e valores-notícia “potenciais”. Os primeiros seriam aqueles efetivamente em vigor no fazer-jornalístico de uma instituição específica, enquanto os “potenciais” seriam “aqueles para os quais possa haver uma demanda, mas que ainda não foram efetivamente incorporados às políticas editoriais” (SILVA *et al.*, 2014, p. 39). Cabe salientar que o termo “potencial” utilizado neste tópico não se refere à distinção proposta por tais autores, mas, sim, à possibilidade de determinado VN se sobressair em relação a outros na produção noticiosa.

Pressupõe-se neste artigo que os valores-notícia mais atuantes e com maior potencialidade de inter-relação no jornalismo esportivo são os seguintes: proeminência; conflito; polêmica; surpresa; tragédia. Decerto, para corroborar tal perspectiva seriam necessárias análises empíricas específicas. Nos limites deste estudo, tomou-se apenas um deles como foco da discussão, o valor-notícia conflito. Acredita-se que esse VN, aqui associado às rivalidades estabelecidas entre clubes futebolísticos, é preponderante na editoria considerando-se o viés sociológico do esporte, defendido por pesquisadores como Helal (1997) e Damo (2002).

Na percepção desses autores, os estádios podem ser vistos para muito além de seus limites arquitetônicos, abrangendo aspectos da subjetividade humana relacionados às experiências vividas no local. “É como se o ritual do futebol dramatizasse os ‘segredos’, ‘medos’ e ‘desejos’ da sociedade brasileira” (HELAL, 1997, p. 31), enquanto fenômeno social que possibilita quebrar hierarquias pré-estabelecidas e colocar indivíduos de diferentes classes, credos e ideologias em patamar de igualdade enquanto dividem a mesma arquibancada.

Isso fica ainda mais evidente nas rivalidades clubísticas, onde a diferenciação se dá apenas pela cor da camisa. Em dia de clássico estadual, por exemplo, o policiamento no entorno do estádio é reforçado, criando-se barreiras estratégicas para que os rivais não se cruzem pelo caminho. Sem falar que, sob a ótica de uma rivalidade polarizada, não basta torcer pela vitória do seu time, é preciso comemorar a derrocada do rival, qualquer que seja a dimensão da disputa. Essa perspectiva pode ser explicada pela natureza sociológica do conflito, abordada pelo sociólogo alemão Georg Simmel (1983), para quem toda relação conflituosa é, por si só, uma forma de sociação. Com

base nesse raciocínio, é limitante enquadrar o esporte como assunto de valor-notícia associado apenas a entretenimento e curiosidade, como propôs Silva (2005).

Quanto à questão do valor-notícia rivalidade como um dos VNs de maior potencial noticioso na editoria esportiva, essa crença parte do pressuposto de que os conteúdos que abordam as rivalidades clubísticas brasileiras carregam discursos ideológico-sociais por trás das narrativas – discursos estes intrínsecos aos distintos contextos socioculturais de cada região do país, envolvendo questões históricas, identitárias, de memória, pertencimento, entre outras – o que enfatizaria o interesse do público diante tais conteúdos. Por consequência, esse tipo de produto é também o mais contestado em termos de verdade, objetividade e credibilidade jornalísticas.

Pensando verdade e credibilidade na editoria esportiva

Retoma-se o que foi proposto por Lisboa e Benetti (2016) sobre a credibilidade como um dos conceitos mais caros ao fazer-notícia. “A confiança no jornalismo, que pressupõe uma avaliação de credibilidade, se ampara, portanto, naquilo que é a razão de ser da prática: na sua finalidade e na sua competência especializada.” (LISBOA; BENETTI, 2016, p. 20). A discussão sobre valores-notícia interessa justamente porque a escolha dos VNs por parte das instituições jornalísticas precisa se justificar perante o público para evitar julgamentos de parcialidade quanto ao produto final, sobretudo no jornalismo esportivo, dotado de certa liberdade editorial. Silva *et al.* explicam essa relação entre credibilidade e valor-notícia:

O valor-notícia de referência carrega consigo, portanto, uma dupla determinação: (1) a necessidade de justificar-se e validar-se junto às expectativas da audiência; (2) a necessidade de operacionalização (eficiência) decorrente da capacidade organizacional instalada para efetivamente dar conta (eficácia) de um determinado conjunto de valores-notícia de referência. Ou seja, a organização precisa internamente desenvolver uma capacidade de aplicação dos valores-notícia de referência no seu trabalho, e ao mesmo tempo precisa ter a capacidade de justificar as suas próprias escolhas, até para que possa avaliar e reavaliar o próprio trabalho realizado, assim como permitir que os outros – a audiência e a sociedade, de modo geral – também a avaliem. (SILVA *et al.*, 2014, p. 46)

A tônica do jornalismo enquanto discurso também é assunto de debate em Lisboa & Benetti (2016), visto que “as escolhas discursivas, como o recurso a fontes

especializadas, a fotografia, os detalhamentos dos eventos etc., fazem parte de um conjunto de técnicas criadas para transformar o texto jornalístico em um relato crível de fatos da realidade” (LISBOA; BENETTI, 2016, p. 14). Nesse contexto, emerge também a discussão sobre verdade no jornalismo, considerando-se que a questão da veracidade vai além da expectativa da audiência quanto a determinado relato ser credível ou não.

Lisboa e Benetti associam o compromisso da verdade jornalística ao teor explicativo dos relatos, de modo que, quanto mais referências explicativas contiverem nas notícias, mais elas se justificariam enquanto verdades perante o público. Para as autoras, como o jornalismo não é da ordem das ciências exatas, a verdade a qual busca é sempre uma aproximação, de modo que “não há como fugir das interpretações, pois qualquer fato será mediado por uma. Assim, o problema não é a interpretação em si, mas a interpretação que não está justificada e que não é explicativa.” (LISBOA; BENETTI, 2016, p. 14).

No jornalismo esportivo, acredita-se que a noção de veracidade é ainda mais complexa, pois a verdade nessa editoria pode ser tanto aquela absoluta e inquestionável – regulada pelo placar do jogo em si – como aquela que se relativiza diante do público – os bastidores da partida, os protagonistas e antagonistas em campo, os aplausos ou vaias da torcida etc. – ambas as quais cabe ao repórter investigar e transmitir a quem for de interesse. O jornalista esportivo Paulo Vinicius Coelho (2003, p. 22) ilustra bem o raciocínio ao dizer que “a noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo”. O ponto-chave, para o autor, é que geralmente tal cobertura exige mais do que noção da realidade, tendo em vista o embate ético que coloca em disputa a verdade dos fatos, a subjetividade do jornalista e a noticiabilidade do acontecimento esportivo, tal qual sugerem Lopez (2005), Carvalho (2005) e Beting (2005):

Como qualquer jornalista, o especialista em esportes deve ser condizente com o código ético e deontológico da profissão, através do qual sua imparcialidade é reconhecida. Pela grande dimensão que seus comentários alcançam, ele é obrigado a se responsabilizar quanto à verdade do que está divulgando, independentemente da carga subjetiva que possa carregar. (LOPEZ, 2005, p. 45).⁴

Para a tarefa, agora, de sair dessa encruzilhada e encontrar um discurso mais atraente, a imprensa esportiva ainda tem uma arma poderosa – o inabalável fascínio exercido pelo esporte –, mas restou uma só opção ideológica: parar de conversar consigo mesma e

⁴ Tradução livre.

redescobrir que a verdade está baseada na verificação, não na repetição. (CARVALHO, 2005, p. 74).

Mas nós, jornalistas que somos, apenas refletimos o mundo que vemos e vivemos. É a função da imprensa. A de buscar a melhor versão possível dos fatos. E não procurar o Graal da Verdade. O que é a Verdade? Cada um tem a sua. Mas a imprensa adora adotar um Manual de Verdades Supremas e Indiscutíveis da Redação. Em especial, a nossa raça futebolística. Desconfie sempre de quem diz “a grande verdade é que...”. Esse é um baita de um enorme de um grande mentiroso. Ainda mais em um esporte em que você pode chutar trocentas bolas a gol e perder a partida para um time que não deu uma finalização sequer. A grande verdade é que não existe uma verdade. (BETING, 2005, p. 14).

Considerações finais

Nesta breve discussão que correlacionou os conceitos de noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa às especificidades da editoria esportiva, emergiram algumas conclusões pertinentes aos estudos da área, como os valores-notícia mais atuantes no jornalismo esportivo e o modo como eles se justificam (ou não) perante o público, trazendo para o debate as noções de verdade e credibilidade atreladas ao fazer-notícia. Conforme afirmam Lisboa e Benetti, “a oferta de informações está motivada pela expectativa da audiência, que gera os valores-notícia. Se a oferta não for compatível com as expectativas dos receptores, o vínculo que une produtores e audiência não se sustenta.” (2016, p. 42-43).

Quanto aos valores-notícia predominantes na editoria, destacou-se o conflito – ilustrado pelas rivalidades clubísticas – como um dos VNs de maior potencial na cobertura esportiva e também aquele cujos conteúdos são mais questionados em termos de verdade, objetividade e credibilidade jornalísticas. Essa perspectiva se justifica ao se pensar os discursos ideológico-sociais que há por trás das rivalidades clubísticas, como as questões identitárias e de pertencimento, junto do caráter editorialmente mais livre de um caderno que envolve aspectos subjetivos no trato da notícia, como paixão, emoção e preferências.

Por fim, acredita-se que reside nessas perspectivas o maior desafio da profissão do jornalista esportivo que, ancorado aos fundamentos canônicos da profissão – como a constante busca pela verdade, equilíbrio e isenção no trato noticioso – sobrevive de apurar informações inéditas e condizentes com o interesse público, construindo histórias bem encadeadas e, por consequência, atraentes e credíveis. Mas que, acima de tudo, ofereçam subsídios para estimular o pensamento crítico, o debate e a reflexão,

justificando porque é limitante enquadrar a temática esportiva como mero entretenimento ou curiosidade. Afinal, como bem assinala Coelho (2003, p. 115), “a única maneira de mostrar que o esporte é viável é mostrar que o jornalismo esportivo não é feito apenas por esporte”.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BETING, Mauro. **Pago para ver**. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus Editorial, 2005, p. 12-41.

CARVALHO, José Eduardo de. **O discurso esportivo**. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus Editorial, 2005, p. 59-75.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo. Contexto, 2003.

DAMO, Arlei. **Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

HELAL, Ronaldo. **Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1997.

LISBOA, Silvia e BENETTI, Marcia. **O jornalismo como crença verdadeira justificada**. Brazilian Journalism Research. v. 11, n. 2, p. 10-29, 2016.

LOPEZ, Antonio Alcoba. **Periodismo Deportivo**. Madrid: Síntesis, 2005.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. Estudos em Jornalismo e mídia, v.2, n.1. Florianópolis: Insular, 2005, p. 95-106.

SILVA, Gislene. SILVA, Marcos Paulo da, FERNANDES, Mario Luiz (org.). **Critérios de noticiabilidade**. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SIMMEL, Georg. **A natureza sociológica do conflito**. In: E. Morais (Org.). Simmel: sociologia. São Paulo: Editora Ática, 1983.