

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN-RS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO – BACHARELADO**

**CAROLINE DOLINA**

**VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO ESPORTIVO: A  
PARTICIPAÇÃO DO YPIRANGA NO CAMPEONATO GAÚCHO 2022  
PELO JORNAL BOM DIA, DE ERECHIM**

Frederico Westphalen, RS

2023

**Caroline Dolina**

**VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO ESPORTIVO: A PARTICIPAÇÃO DO  
YPIRANGA NO CAMPEONATO GAÚCHO 2022 PELO JORNAL BOM DIA, DE  
ERECHIM**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, apresentado junto ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen (UFSM-FW), como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Jornalismo**.

Orientador: Prof. Luis Fernando Rabello Borges

Frederico Westphalen, RS

2023

**Caroline Dolina**

**VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO ESPORTIVO: A PARTICIPAÇÃO DO  
YPIRANGA NO CAMPEONATO GAÚCHO 2022 PELO JORNAL BOM DIA, DE  
ERECHIM**

Trabalho de Conclusão de Curso II  
apresentado ao curso de Jornalismo:  
Bacharelado do Departamento de Ciências  
da Comunicação do Campus da Universidade  
Federal de Santa Maria de Frederico  
Westphalen.

Aprovado em 27 de janeiro de 2023.

---

Prof. Dr. Luis Fernando Rabello Borges (UFSM-FW)  
(Presidente/Orientador)

---

Profa. Dra. Luciana Menezes Carvalho (UFSM-FW)

---

Prof. Dr. Eduardo Ritter (UFPeI)

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiro agradeço a toda minha família, mas principalmente à minha mãe Marlene e a meus irmãos Lucas e Vinícius, por estarem presentes em mais uma etapa da minha vida e serem apoio fundamental nesse período. Destaco também a minha tia Inete e seu esposo Leandro pelas orações feitas e palavras de apoio, pois foram de extrema importância.

Agradeço a todos meus amigos, em especial ao Igor, um super colega e companheiro de faculdade nestes quatro anos. Este trabalho foi realizado com muita ajuda dele. Um amigo que me apoiou, ensinou muito sobre jornalismo e foi parceiro em todas as horas.

Aos professores que fizeram parte desta caminhada, minha eterna gratidão. Foram inúmeros conhecimentos profissionais adquiridos ao longo desta caminhada, em um momento que o jornalismo, mais do que nunca, se faz necessário.

Talvez esse agradecimento seja meio clichê, mas agradeço aos responsáveis pela campanha história do Ypiranga Futebol Clube no Campeonato Gaúcho de 2022. O meu maior sonho, desde que ingressei no curso de Jornalismo, era que o clube fosse campeão ou conquistasse um acesso à Série B, para que pudesse unir minhas maiores paixões: futebol e jornalismo. Nenhum veio, mas o vice-campeonato permitiu que meu sonho se concretizasse.

Por fim, mas não menos importante, meu carinho, admiração e um muito obrigada ao meu orientador, Luís Fernando. Obrigada pela honra de tê-lo como guia neste trabalho, além da paciência, tempo e ensinamentos repassados.

## RESUMO

### VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO ESPORTIVO: A PARTICIPAÇÃO DO YPIRANGA NO CAMPEONATO GAÚCHO 2022 PELO JORNAL BOM DIA, DE ERECHIM

**AUTORA: CAROLINE DOLINA**  
**ORIENTADOR: LUÍS FERNANDO RABELLO BORGES**

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem o intuito de observar e analisar os valores-notícia adotados pelo jornal impresso diário Bom Dia, de Erechim, na campanha do Ypiranga no Campeonato Gaúcho de 2022. Para chegar à conclusão nos critérios utilizados pelo jornal, foram utilizados os estudos de Traquina (2004). Ainda, para compreender as escolhas de conteúdo, foi entrevistado o jornalista Alan Dias Delfin, responsável pela produção da coluna de esportes do Jornal Bom Dia. Para tanto, foram analisadas 46 edições que abordaram o clube, no período de 14 de dezembro de 2021 a 7 de abril de 2022. Através dos estudos do autor, é possível chegar à análise de como os valores-notícia se apresentaram na campanha histórica do vice-campeonato do Ypiranga através de um jornal local. Sem contar o valor-notícia “proximidade”, o resultado do estudo foi de que o valor-notícia “novidade” foi o mais utilizado, seguido do valor-notícia “tempo”.

**Palavras-Chave:** Jornalismo Esportivo; Jornalismo Impresso; Valores-notícia; Ypiranga; Campeonato Gaúcho.

## **ABSTRACT**

### **NEWS-VALUES IN SPORTS JOURNALISM: YPIRANGA'S PARTICIPATION IN THE GAUCHO CHAMPIONSHIP 2022 BY THE NEWSPAPER BOM DIA, FROM ERECHIM**

**AUTHOR: CAROLINE DOLINA**  
**ADVISOR: LUÍS FERNANDO RABELLO BORGES**

This Course Completion Paper aims to observe and analyze the news-values adopted by the daily printed newspaper Bom Dia, from Erechim, in Ypiranga's campaign in the Gaucho Championship 2022. To reach the conclusion on the criteria used by the newspaper, the studies of Traquina (2004) were used. Also, to understand the choices of content, the journalist Alan Dias Delfin, responsible for the production of the sports column of the newspaper Bom Dia, was interviewed. To this end, 46 editions that covered the club were analyzed, from December 14, 2021 to April 7, 2022. Through the author's studies, it is possible to reach the analysis of how the news-values were presented in the historical campaign of Ypiranga's vice-championship through a local newspaper. Not counting the news value "proximity", the result of the study was that the news value "novelty" was the most used, followed by the news value "time".

**Keywords:** Sports Journalism; Print Journalism; News-values; Ypiranga; Gaucho Championship.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Gol inaugural do Estádio Olímpico Colosso da Lagoa.....	20
Figura 2 - Elenco que conquistou o vice-campeonato gaúcho de 2022 .....	21
Figura 3 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa que antecede o campeonato .....	32
Figura 4 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa fase de grupos .....	34
Figura 5 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa semifinal.....	36
Figura 6 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa final e pós-final.....	38
Figura 7 - Porcentagem de valores-notícia presente em todas as etapas .....	39

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Confrontos do Ypiranga no Campeonato Gaúcho 2022 .....	22
---	----



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL</b> .....	<b>13</b>
<b>3</b>	<b>JORNALISMO ESPORTIVO</b> .....	<b>15</b>
3.1	SURGIMENTO NO MUNDO .....	15
3.2	NO BRASIL E NO RIO GRANDE DO SUL .....	16
<b>4</b>	<b>YPIRANGA FUTEBOL CLUBE</b> .....	<b>18</b>
4.1	CAMPANHA DO CLUBE NO CAMPEONATO GAÚCHO DE 2022 .....	21
<b>5</b>	<b>VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO</b> .....	<b>23</b>
<b>6</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>28</b>
<b>7</b>	<b>ANÁLISE</b> .....	<b>30</b>
7.1	ETAPA QUE ANTECEDE O CAMPEONATO.....	30
7.2	FASE DE GRUPOS .....	32
7.3	SEMIFINAL .....	35
7.4	FINAL E PÓS FINAL .....	36
7.5	RESULTADOS FINAIS .....	38
<b>8</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>41</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>43</b>
	<b>ANEXO</b> .....	<b>45</b>
	<b>APÊNDICE</b> .....	<b>47</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A prática esportiva atrai diversos adeptos ao redor do mundo, faz a economia girar e, também, move diversos meios de comunicação. O esporte, em suas variadas modalidades e competições, atrai cada vez mais público para a sua apreciação.

O futebol é a modalidade esportiva mais popular do mundo. Mas o que é futebol? Por que falar sobre ele? Para Rubem Alves (2006), o futebol é o circo do mundo. Não há outro esporte que provoque tanta paixão, tanta alegria, tanta tristeza. O futebol dá sentido à milhões de pessoas que através do esporte diminuem a fadiga do cotidiano.

Por conta de sua importância, o jornalismo não pode abrir mão de divulgá-lo e inseri-lo na sua grade de programação. E, para tanto, a justificativa para falar sobre a campanha do vice-campeonato do Ypiranga Futebol Clube no Campeonato Gaúcho de 2022 se dá pela relevância do clube para a cidade de Erechim e demais municípios da Região do Alto Uruguai, em um estudo realizado através dos valores-notícia presentes no jornalismo impresso local.

Desde a sua expansão pelo mundo, o futebol foi disseminado de maneiras diferentes em cada país. No Brasil, se difundiu através de clubes sociais, em sua grande maioria formado por imigrantes. No caso do Ypiranga Futebol Clube, não poderia ser diferente. Nos primeiros anos da colonização do município de Erechim, surgiram as primeiras práticas esportivas.

Considerando essa contextualização, o problema desta pesquisa é: como se deu a cobertura da participação do Ypiranga no Gauchão de 2022 pelo jornal impresso diário Bom Dia, de Erechim, e como este fez uso dos valores-notícia?

Para isso, foram analisadas 46 edições que abordaram o clube, dentre as 80 publicadas entre 14 de dezembro de 2021 a 7 de abril de 2022, acrescidas de uma entrevista com o jornalista Alan Dias Delfin, autor das matérias sobre o Ypiranga. Inicialmente, a ideia era abordar também outros dois jornais impressos de Erechim, Correio do Povo e Diário da Manhã, mas isso não aconteceu, pois o primeiro não abordou o suficiente para a análise e, o segundo fechou as portas, sem que pudesse ter acesso as edições que seriam analisadas.

O problema desta pesquisa parte do princípio de que o fato é um só, mas cada profissional ou jornal pode ver e relatar a informação por uma perspectiva diferente, por isso a importância de analisar as matérias em questão. Para Nilson Lage (2003,

p.35), “a pauta depende de quem a executa... envolve a imaginação, insights a partir de dados e indicações contidos na pauta”, além também do interesse da comunidade envolvida.

O objetivo geral da pesquisa é entender a utilização dos valores-notícia nas matérias, dados ou entrevistas publicadas no jornal Bom Dia no período de 14 de dezembro de 2021 (dia da apresentação do elenco que disputaria o Campeonato Gaúcho) a 07 de abril de 2022; relacionadas ao Ypiranga Futebol Clube. Já os objetivos específicos são compreender os conteúdos sobre o jornalismo impresso, jornalismo esportivo, valores-notícia, história da cidade de Erechim e do Ypiranga Futebol Clube, respectivamente.

Para elaborar este Trabalho de Conclusão de Curso, foram realizadas pesquisas no Google Acadêmico de artigos científicos que englobaram os temas trabalhados, acerca do Ypiranga Futebol Clube, Jornalismo Esportivo, Jornalismo Impresso e Valores-Notícia, divididos em oito capítulos.

No primeiro capítulo, apresenta-se considerações sobre a história do jornalismo impresso no Brasil com base nas autoras Spannenberg e Barros (2016), que trouxeram a transição da Monarquia para a República e como a imprensa e os veículos de comunicação se adaptaram ao momento para seguir em veiculação no Brasil, já que precisavam seguir a linha política atual.

O segundo capítulo aborda o Jornalismo Esportivo, onde Alcoba (2005) cita a importância da prática do esporte para o jornalismo. Nesse tópico, existem dois subcapítulos, no qual um retrata o surgimento da editoria no mundo, e o outro, no Brasil e no Rio Grande do Sul.

O terceiro capítulo conta sobre a origem do esporte em Erechim e a fundação do Ypiranga Futebol Clube, através da história publicada em seu site oficial e da narrativa de Breitzkreitz (2013). Ainda, apresenta um subcapítulo sobre a campanha do clube no Campeonato Gaúcho de 2022, que serviu de estudo para este trabalho, através de uma análise de jogos disputados.

O quarto capítulo é sobre os estudos de Traquina (2004) acerca dos valores-notícia, também abordados por Silveira (2009). Buscando fazer uma comparação, os valores-notícia de Johan Galtung e Mari Ruge (1993) e Mauro Wolf (1999) também foram analisados, a fim de apresentar os mais utilizados.

O quinto capítulo apresenta a metodologia abordada para realizar o estudo acerca dos valores-notícia presente na campanha do Ypiranga Futebol Clube no

Campeonato Gaúcho de 2022 através do jornal impresso Bom Dia, de Erechim. Já no sétimo, é realizada a análise das matérias do jornal. Foram analisadas 46 das 80 edições do período citado acima e todos os valores-notícia presentes nas publicações. Neste tópico foram feitas divisões por subcapítulos de etapas do campeonato, sendo: “etapa que antecede o campeonato”, no período de 14 de dezembro a 26 de janeiro; “fase de grupos”, no período de 27 de janeiro a 12 de março, “semifinal”, no período de 13 de março a 24 de março; e “final e pós-final”, no período de 25 de março a 07 de abril.

O último capítulo, o das considerações finais, foi dedicado à elaboração do resultado e da conclusão do estudo sobre os valores-notícia das publicações do Jornal Bom Dia na campanha do Ypiranga Futebol Clube, no Campeonato Gaúcho de 2022. Como resultado, fica evidenciado que a escolha da produção de matérias do Jornal na campanha do clube, no estadual, foram feitas baseadas na novidade como principal valor-notícia. A proximidade, neste caso, não foi levado em consideração, pois, por se tratar de um jornal local, este estaria presente em todas as edições analisadas.

## 2 JORNALISMO IMPRESSO NO BRASIL

Para Sodré (1998), o jornalismo impresso no Brasil surgiu tardiamente, em meados do século XIX, em 1808, e voltado para a política, diferentemente de outros países, que tinham viés mercantil. No início, por ser de propriedade de políticos, os jornais estampavam em suas páginas informações para fazer propaganda pessoal. Em 8 de junho do referido ano, surgiu e circulou o primeiro jornal impresso brasileiro, o Correio Braziliense. Criado por Hipólito José da Costa, era editado e impresso em Londres. Mais tarde, em setembro, foi criado o primeiro veículo impresso no país, a Gazeta do Rio de Janeiro. No jornal, eram publicados documentos oficiais e notícias que fossem relevantes à alta sociedade.

A partir desse período, foram criados inúmeros jornais, de distintos posicionamentos políticos, ideológicos e, por consequência, editoriais. Entre as primeiras produções que circularam no país, destacam-se Gazeta do Rio de Janeiro, que surgiu oficialmente em meados de 1808, e o Correio Braziliense, que datava da mesma época, mas era produzido e editado em Londres e, por seu caráter crítico, circulava no território nacional clandestinamente por um longo período (SPANNENBERG e BARROS, 2016, p.4).

Na sequência, ações partidárias antidemocráticas acabaram colocando fim em alguns veículos de produções jornalística, justamente por contrariar a ideologia dos líderes do poder. O fim da Monarquia e início da República favoreceu o desenvolvimento industrial e a imprensa. Conforme Spannemberg e Barros, “o jornalismo passou a ser uma iniciativa empresarial de grande porte que, para sobrevivência mercadológica, exigia altos investimentos” (2016, p. 03). Ainda segundo as autoras, “o caráter opinativo, cultivado desde o surgimento para fidelização política e ideológica do leitor, começou a ceder lugar ao viés informativo que é cultivado ainda hoje” (SPANNENBERG e BARROS, 2016. p. 03).

Com o contexto de mudança, jornais precisaram se adaptar ao novo movimento político e mudar a linha de produção editorial. Foi assim com o Jornal do Brasil (JB). Surgido em 1891, com viés monarquista, precisou se identificar com o regime político atual para seguir em veiculação pelo país. Sobre a construção do jornal, segundo Spannemberg e Barros, se tem conhecimento de que “a primeira redação foi instalada no Rio de Janeiro, à Rua Gonçalves Dias, número 56 e, de acordo com Bahia (2009), o exemplar custava 40 réis, as assinaturas semestrais e

anuais eram de 6\$000 e 12\$000 para a capital e 8\$000 e 16\$000 para o interior” (2016, p. 06).

Com a introdução de como surgiu o impresso no Brasil, percebe-se que o jornalismo tem papel crucial na sociedade. Ao selecionar fatos que se tornarão notícias, os jornalistas determinam o que o público deve ou não saber, assim como era no início, onde o interesse era totalmente político.

Dentro do jornalismo impresso, como citado, existem editorias e, neste trabalho em específico, será abordado o jornalismo esportivo. No próximo capítulo, o tema será abordado em sua origem mundial, nacional e estadual.

### 3 JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo acabou tornando-se pauta diária, por conta da crescente audiência, assim como as editorias de política, economia e ciência. Segue despertando bastante interesse do público nos noticiários impressos, televisivos e radiofônicos, pois lida com paixões dos diversos esportes existentes. Giradoux afirma que “o esporte delega ao corpo algumas das virtudes mais fortes da alma: a energia, a audácia, a paciência” (apud ALCOBA, 2005, p. 26), assim, o esporte é muito mais do que algum exercício físico, pois ele une diversas nações, crenças e ideologias.

A atividade física, individual ou coletiva, praticada de forma competitiva. Fixamos com esse pensamento, a prática do jogo que, convertido em esporte, oferta diferentes formas de execução, apresentando-se como um feito que intervém multiplicidade de variadas que partem de sentimentos que vão desde obter diversão voluntária a estabelecer um trabalho obrigatório (ALCOBA, 2005, p.28).

#### 3.1 SURGIMENTO NO MUNDO

Segundo Silveira (2009), o indício das primeiras notícias esportivas está relacionado à prática de luta, uma modalidade chamada *boxeo*. A luta foi entre um cozinheiro de Lord Smith e um pasteleiro do Duque de Bridge, que gerou resenhas comentadas pelas pessoas que assistiram à modalidade e, no mínimo, acharam o fato curioso.

Ao longo dos anos, foi percebendo-se a necessidade de ampliar o gancho esportivo, e, portanto, os jogos e esportes mais praticados foram ganhando visibilidade. E, com essa crescente, Silveira (2009) cita que em 1828 surgiu o primeiro jornal esportivo, o *Journals des Haras*, em Paris. Em 1852, o primeiro diário esportivo, *Sportman*, na Inglaterra. Em 1856, na Espanha, foi publicado o *El Cazador*, falando sobre esporte.

Para o jornalismo esportivo, matérias sobre esporte no *The New York Journal* foi o que fez o gênero expandir. Os concorrentes, vendo o sucesso e o número de vendas, precisaram se readaptar e também publicar.

Com o êxito dos jornais, outros meios de comunicação foram influenciados a fazer comentários diários sobre os diversos esportes, para ganhar audiência. Primeiramente foram as rádios e, posteriormente, a televisão.

### 3.2 NO BRASIL E NO RIO GRANDE DO SUL

Assim como no mundo, o surgimento do jornalismo esportivo no Brasil foi de forma discreta. Para Bahia (1990), teria tido início em 1856, com *O Atleta*, que falava sobre questões de forma física. Em 1886, circulavam o *Sport* e o *Sportman*, que falavam sobre físico e mente.

Para o autor Paulo Vinícius Coelho (2004), o esporte ganhou destaque em si nos veículos de comunicação brasileiros apenas em 1910. O jornal *Fanfulla* noticiava em páginas inteiras sobre jogos de futebol amador italiano, que atingia italianos residentes em São Paulo. Assim, em uma de suas edições, foi pedido aos leitores que fundassem um clube de futebol, nascendo assim o Palestra Itália, hoje Palmeiras.

Nada se compara às publicações de hoje, mas foi dessa forma que temos acesso a informações históricas sobre o surgimento de outros clubes e, também, do primeiro passo de outras modalidades esportivas.

Em 1926, Mário Filho começa a trabalhar como jornalista esportivo, no jornal *A Manhã*. Para muitos autores, Mário Filho foi o grande responsável pelo alavancamento do jornalismo esportivo no país. Capraro (2011) traz a importância do mesmo para o jornalismo e, futebol, respectivamente. Mario Rodrigues Filho nasceu em 1908, em Recife, filho do advogado e jornalista local Mario Rodrigues, conhecido por seu engajamento político. Desde jovem estava dentro dos diários jornalísticos da família, onde primeiramente exerceu funções administrativas e, posteriormente, foi promovido a jornalista dos cadernos literários. Porém, não demorou para que se transferisse para a editoria esportiva.

Capraro (2011) cita que em 1931, Roberto Marinho convidava Mario Filho para incluir o grupo esportivo do jornal *O Globo*. No mesmo ano, fundou *O Mundo Esportivo*. Em 1926, criou o *Jornal dos Sports*, no qual exercia o papel de proprietário, jornalista e editor-chefe. Com a profissionalização do futebol, em 1933, Mário publicou o primeiro diário exclusivamente falando sobre o mundo esportivo no Brasil.



No estado do Rio Grande do Sul, o jornalismo esportivo teve sua consolidação em 1958, quando a Rádio Guaíba foi pioneira na transmissão da Copa do Mundo daquele ano. Não há data específica, mas, para Dalpiaz (2002), foi nesse período que começou a valorização dos profissionais da área, a exemplo de comentaristas e repórteres.

Assmann ressalta que “a imprensa esportiva do Rio Grande do Sul deve muito aos primeiros jornalistas esportivos de que se tem notícia no Estado. Foram profissionais que assumiram a causa em nome do amor pelo esporte amador ou profissional” (2018, p. 05). Para a autora, jornalistas como Archymendes Fortini, Túlio de Rose e José Ferreira Amaro Júnior foram os grandes responsáveis pela disseminação dos conteúdos esportivos pelo estado. Os três citados, além de escreverem notícias sobre esportes, promoviam ou participavam de eventos.

A partir de pequenas notas e informações publicadas, o desenvolvimento do esporte no Rio Grande do Sul e as coberturas na imprensa tornaram-se factuais. Além disso, a criação de novas instituições e associações esportivas começaram a surgir e ter referência em páginas e programas esportivos.

#### 4 YPIRANGA FUTEBOL CLUBE

Os primeiros passos do esporte em Erechim estão ligados ao registro de clubes sociais e esportivos, e já no início da colonização do município surgiram os primeiros clubes destinados à prática esportiva. Brasil Team e Ítalo-Brasileiro foram os primeiros clubes de futebol do município.

O primeiro clube de futebol de Erechim foi fundado no ano de 1910. Foi neste ano que alguns desportistas mais entusiasmados resolveram organizar o “Brasil Team”, cuja crônica histórica se perdeu no tempo. O segundo, o S.C. Ítalo-Brasileiro, surgiu mais tarde e contou com uma das mais antigas equipes de futebol da região, conquistou grandes vitórias, possuiu uma sede e contou com jogadores de renome como Camilo Chitolina e outros (DUCATTI NETO, 1981, p.148 e 149).

As associações, em maior parte fundada por imigrantes, buscavam recursos do poder público para aumentar seu capital e, também, para incentivar a fundação de novas associações esportivas ligadas ao futebol. A partir disso, no mínimo outros cinco clubes foram fundados na cidade

Breitkreitz (2013) conta que em 18 de agosto de 1924, era fundado o Ypiranga Futebol Clube. Sua fundação se deu através do Ítalo-Brasileiro, que até então era seu adversário. Neste ano, durante uma partida entre Ítalo-Brasileiro e Douradense, houve uma briga generalizada, pois havia um grupo de pessoas torcendo para o Douradense, o que, por sua vez, acabou difundindo dirigentes e resultando na criação de um novo clube de futebol.

No site oficial do Ypiranga Futebol Clube, há um relato sobre o que motivou esse grupo de pessoas a criarem um novo clube de futebol na cidade:

As origens do Ypiranga Futebol Clube remetem à rivalidade com o Ítalo-Brasileiro, então o único clube da cidade de Erechim. Em 1924, uma partida entre o Ítalo-Brasileiro e o Douradense, time da Linha Dourado, estava sendo disputada no campo onde hoje se localiza a praça Júlio de Castilhos, no centro de Erechim. Um grupo de pessoas que recentemente havia chegado à cidade demonstrou apoio ao Douradense – fato que provocou uma confusão generalizada ao final da partida. No dia seguinte, reunidos no salão de festas do Hotel Central, instalado na Avenida Maurício Cardoso, o grupo de entusiastas do futebol decidiu pela criação de um novo clube. Sua motivação patriótica deu à nova agremiação as cores verde e amarelo, bem como um nome que fazia referência à independência do país: no dia 18 de agosto de 1924, nascia o Ypiranga Futebol Clube.

(NOSSA HISTÓRIA. Ypiranga Futebol Clube. Disponível em: <https://www.yfc.com.br/historia-do-clube/>. Acesso em 08 de jul. 2022).

O nome Ypiranga Futebol Clube se deu através de uma homenagem à Independência do Brasil, que ocorreu às margens do Rio Ipiranga. Como a citação cita, as cores verde e amarelo, além do seu mascote, o *Canarinho*, também tiveram como referência a pátria.

Como o site do Ypiranga cita, foram muitos os entusiastas que puxaram a frente para a sua fundação e ajudaram nos primeiros anos de clube. Entre eles,

Estão registrados nomes como Arthur Incerti, Favorino Pinto, Ercília Di Francesco Amorim, Fioravante Tagliari, Florêncio Antunes de Oliveira, Francisco de Oliveira Dias, Heraclides Franco, Jacinto Godoy, João Antonio Sirtoli, João Magnabosco, João Reis Solon, João Vitorino dos Reis, José Maria de Amorim, Lizandro Araújo, Nilo Amorim, Otto Feldmann, Paulo Damasceno Ferreira, Sigismundo Pllak, Sebastião César, Silvestre Péricles Monteiro – mais tarde autor do hino do clube –, Simão Vasconcelos de Souza, Themistocles Ochoa, Theodoro Tedesco e Vitório Alovise.

(NOSSA HISTÓRIA. Ypiranga Futebol Clube. Disponível em: <https://www.yfc.com.br/historia-do-clube/>. Acesso em 08 de jul. 2022).

Após 28 dias da sua fundação, ocorreu a primeira partida. O adversário não poderia ser outro: Ítalo-Brasileiro.

Na sua primeira partida, disputada no dia 20 de setembro de 1924 justamente contra o Ítalo-Brasileiro, a primeira vitória: 1 X 0 para os ypiranguistas. A primeira escalação do Ypiranga trazia Theodoro Tedesco, Miguel Nunhofer e Gradin; Hagers, Arthur Incerti e Buscaro; Waldemar Stumph, David Massignan, Horaci Oliveira, Ludovico Incerti e Sady Dias. Como reservas figuravam Pigozzo e Morganti. Os treinos eram dirigidos por Vitório Alovise. A primeira torcida organizada foi formada por senhoras e senhoritas que, para angariar dinheiro ao clube, vendiam botões de rosa durante as partidas: eram “As Legendárias”. Durante muitos anos a entidade funcionou como clube social, disputando campeonatos de futebol amador. Sua sede ficava na Rua Alemanha, e as partidas de futebol eram disputadas no Estádio da Montanha, hoje Bairro Ipiranga.

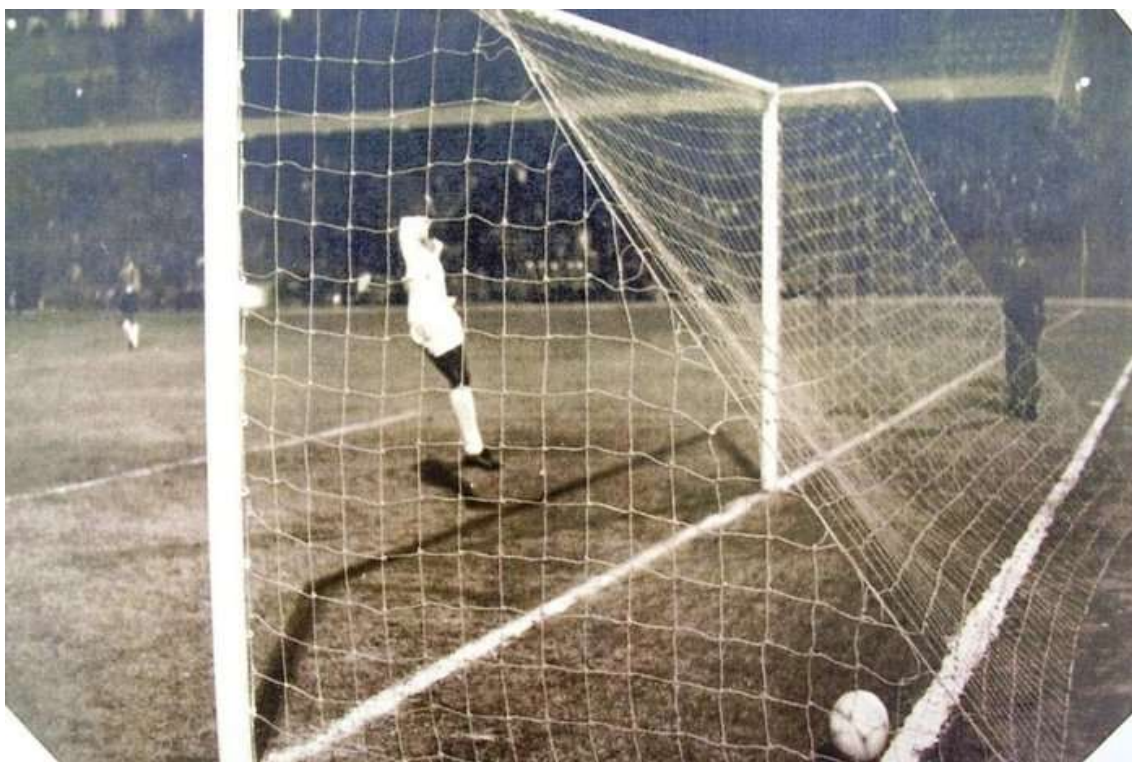
(NOSSA HISTÓRIA. Ypiranga Futebol Clube. Disponível em: <https://www.yfc.com.br/historia-do-clube/>. Acesso em 08 de jul. 2022).

Em 1970, outro fato marcante está na história do Ypiranga e, também, de Erechim: a inauguração do Estádio Olímpico Colosso da Lagoa, primeiramente chamado de Estádio Olímpico Presidente Médici (Segundo Breikreitz (2013) não há documentos oficiais que comprovem o nome, mas frequentadores da época e até mesmo jornais locais veiculavam esse nome). O jogo inaugural foi disputado em 02 de setembro de 1970.

Para esse evento, foi criada uma competição denominada “O Festival de Inauguração”, que teve participações de alguns dos principais clubes brasileiros, como

Internacional, Grêmio, Santos, Botafogo e Cruzeiro, além do Independente, da Argentina, e dos gaúchos Esportivo e Ta-guá. Breitkreitz (2013) conta que o jogo de abertura foi entre Grêmio e Santos, no qual o time paulista venceu pelo placar de 2 a 0. O maior ídolo do futebol brasileiro, Pelé, recém-tricampeão mundial no México, foi responsável pelo primeiro gol do estádio e o de número 1.040 da sua carreira. A estreia do Ypiranga em seu estádio foi diante do Esportivo, com uma vitória por 3 a 2.

Figura 1 - Gol inaugural do Estádio Olímpico Colosso da Lagoa



Fonte: Divulgação/Ypiranga

O Ypiranga está no cenário nacional do futebol desde 2015, assim como consta no site da instituição. Após um bom Campeonato Gaúcho, o clube herdou uma vaga para disputar o Campeonato Brasileiro da Série D, no qual ficou entre as quatro melhores equipes da competição e conquistou uma vaga para disputar a Série C do ano seguinte.

Desde 2016, o *Canarinho* disputa a terceira divisão nacional. Nos anos de 2019, 2020 e 2021, apresentando boas campanhas, ficou muito próximo de conseguir acesso à Série B. Além do Campeonato Brasileiro, por boas colocações no

Campeonato Gaúcho, herdou vaga para a Copa do Brasil, competição que auxilia os cofres do clube, por fornecer uma premiação boa no caso de classificação.

#### 4.1 CAMPANHA DO CLUBE NO CAMPEONATO GAÚCHO DE 2022

A trajetória do Ypiranga Futebol Clube para a disputa do Campeonato Gaúcho de 2022 iniciou no dia 15 de dezembro de 2021, quando aconteceu a apresentação oficial do elenco que disputaria a competição. Foram 42 dias de preparação física até a estreia, diante do São Luiz, de Ijuí, no Colosso da Lagoa, em Erechim, que ocorreu em 27 de janeiro de 2022.

O *Canarinho* disputou 30 vezes a elite do futebol gaúcho e está foi a melhor campanha do clube, ficando na vice-colocação da competição. Além da melhor campanha, foi o maior feito da história, tendo em vista que apenas 15 clubes do interior foram campeões, sendo segundo pesquisas em diversos sites: (Brasil de Pelotas, Guarany de Bagé, Bagé, Americano, Cruzeiro, Pelotas, São Paulo de Rio Grande, GA 9º Regimento de Infantaria, Rio Grande, Grêmio Santanense, Riograndense, Renner, Juventude, Caxias e Novo Hamburgo). Atualmente, quatro desses clubes já não existem mais.

Em 15 jogos disputados, o *Canarinho* saiu vitorioso em sete confrontos, além de cinco derrotas e três empates.

Figura 2 - Elenco que conquistou o vice-campeonato gaúcho de 2022



Fonte: Max Peixoto/Federação Gaúcha de Futebol



Na tabela 1, segue o resultado dos 15 jogos disputados, desde a 1ª rodada até a grande final.

Tabela 1 - Confrontos do Ypiranga no Campeonato Gaúcho 2022

<b>RODADA</b>	<b>CONFRONTO</b>
1ª rodada	Ypiranga 2 x 1 São Luiz
2ª rodada	Novo Hamburgo 1 x 0 Ypiranga
3ª rodada	Ypiranga 3 x 1 União Frederiquense
4ª rodada	Ypiranga 3 x 1 Internacional
5ª rodada	Juventude 0 x 0 Ypiranga
6ª rodada	São José 0 x 0 Ypiranga
7ª rodada	Ypiranga 3 x 0 Aimoré
8ª rodada	Brasil de Pelotas 1 x 1 Ypiranga
9ª rodada	Ypiranga 3 x 1 Guarany
10ª rodada	Ypiranga 2 x 0 Caxias
11ª rodada	Grêmio 2 x 0 Ypiranga
1ª semifinal	Brasil de Pelotas 1 x 0 Ypiranga
2ª semifinal	Ypiranga 3 x 1 Brasil de Pelotas
1ª final	Ypiranga 0 x 1 Grêmio
2ª final	Grêmio 2 x 1 Ypiranga

Fonte: Google (<http://www.encurtador.com.br/tyDFG>. Acesso em: 12 jul. 2022.)

## 5 VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO

No jornalismo, existe a cultura de noticiabilidade, que dá visibilidade para alguns acontecimentos, enquanto para outros não. De acordo com Traquina (2004), no jornalismo existem duas formas de ver o jornalismo: pólo ideológico e pólo econômico. O primeiro corresponde ao jornalismo como um serviço público, e o segundo, como um negócio. Atualmente acredita-se que ambos são fatores essenciais do jornalismo, pois trabalha sob visão de princípios públicos, mas também sob interesses e necessidades financeiras.

Na visão social, o jornalismo valoriza as notícias, introduzindo aos leitores o que precisam ler; já na econômica, procura atender e introduzir o “interesse ao público”, diferenciando-se do “interesse público”. Por outro lado, os valores da notícia são estabelecidos a partir de convenções profissionais que, conforme Wolf, constituem a resposta à pergunta: “quais os acontecimentos considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (1999, p. 195).

Kunczik define valores-notícia como “os valores informativos são as suposições intuitivas dos jornalistas com relação àquilo que interessa a um público determinado, àquilo que chama a sua atenção” (2002, p.243). Já Traquina (2004) apresenta os valores-notícia enquanto o porquê de determinados fatos se tornarem notícia e o motivo delas serem publicadas. Para o autor, os valores devem ser separados em valores de seleção e de construção, que nada mais são do que a escolha da pauta e como será produzida. Wolf (1999), por sua vez, afirma que os valores-notícia podem estar muito mais presentes no relato do que propriamente nos fatos.

Johan Galtung e Mari Ruge (1993) relatam oito elementos que tornam algo notícia: frequência (duração do acontecimento), amplitude do evento (intensidade), clareza (falta de ambiguidade), significância (importância e proximidade), consonância (com o que se espera que aconteça), inesperado ou raro, continuidade (continuação de algo que já ganhara noticiabilidade) e composição (algo que é menos notícia pode acabar sendo noticiado). Moreira, procurando sintetizar as definições dos autores anteriores, divide os valores-notícia, em “novidade; atualidade; pressuposição; a consonância com normas, valores e atitudes compartilhadas; a relevância para o destinatário da informação; a proximidade geográfica, social, psico-afetiva, e, por fim, o desvio e negatividade” (2006, p. 45).

Os valores de seleção são subdivididos em substantivos (fato direto e interesse como notícia) e contextuais (contexto da notícia). Silveira (2009, p. 29) fez um resumo em tópicos sobre cada um desses critérios baseados em Traquina.

#### A. Valores-notícia de seleção – critérios substantivos

- a) **Morte:** critério que caracteriza o negativismo do mundo jornalístico – a morte é diariamente publicada nos jornais. A morte é notícia, ainda mais quando ela é em grande quantidade (chacinas, acidentes, terrorismo) ou quando relacionada com a notoriedade, ou seja, quando é alguém conhecido, como um ente da política ou mesmo um artista.
- b) **Notoriedade:** relaciona-se com o fator de quanto mais conhecido for o indivíduo e/ou organização, mais chances tem de virar notícia.
- c) **Proximidade:** geográfica e cultural. Noticiais da região mais próxima, ou que se relacionam com a cultura local.
- d) **Relevância:** conforme o impacto que provoca na vida das pessoas, o quando ele influencia, incide também sobre a região e país.
- e) **Novidade:** é publicado aquilo que é novo, repetição de um assunto só se tiver algo de inédito para contar.
- f) **Tempo:** influi na escola de diferentes maneiras. O primeiro é a atualidade, o assunto tem que ser atual para ser publicado, ou pode servir de gancho para voltar a veicular um tema. O segundo se relaciona com datas históricas ou comemorativas.
- g) **Notabilidade:** relaciona-se com o caso de o jornalismo estar mais envolvido com a cobertura de acontecimentos do que com a de problemáticas. Afinal, os fatos são mais tangíveis do que ideias. O grau de notabilidade se relaciona também com o número de pessoas envolvidas. O excesso e/ou escassez completam o quadro de notabilidade, como o excesso de dias de chuva, ocasionando enchentes.
- h) **Inesperado:** aquilo que surpreende, que choca, que quebra a rotina.
- i) **Conflito ou controvérsia:** seja ele em forma de violência física ou simbólica.
- j) **Infração:** ligado ao da violência, refere-se à transgressão, violação da lei, de regras.



## B. Valores-notícia de seleção – critérios contextuais

- a) **Disponibilidade:** responde aos questionamentos: o que é necessário para fazer cobertura? É possível estar no local do acontecimento? Quanto e o que preciso despende? Vale a pena? Como não é possível estar em todos os locais ao mesmo tempo, é preciso fazer uma seleção.
- b) **Equilíbrio:** quantidade de vezes em que o fato já foi publicado ou se já esteve há pouco tempo no veículo.
- c) **Visualidade:** como o acontecimento pode ser mostrado ao leitor.
- d) **Concorrência:** todas as empresas tem seus concorrentes diretos, além dos indiretos. A procura é por aquilo que a concorrente não publicou, a exclusividade, o furo.
- e) **Dia noticioso:** há dias em que não há muitos fatos com valores-notícia, contudo, existem aqueles em que um acontecimento sobrepõe outro.

Além dos fatores citados, há os valores-notícia de construção, que auxiliam o jornalista na hora da produção da matéria. Silveira (2009, p. 32) traz os seis fatores resumidos:

1. **Simplificação:** quanto mais o acontecimento não possui ambiguidade e complexidade, maior possibilidade tem a notícia de ser notada e entendida.
2. **Amplificação:** quanto mais amplificado é o acontecimento, mais a notícia será notada, quer pela amplificação do acontecimento ou das supostas consequências dos atos.
3. **Relevância:** quanto mais sentido, ou seja, quanto mais o jornalista souber tornar o acontecimento importante para as pessoas, mais a notícia será notada.
4. **Personalização:** personalizar aproxima o público da notícia, seja em termos positivos ou negativos. Personalizar entende-se como valorizar as pessoas envolvidas nos acontecimentos.
5. **Dramatização:** reforçar os aspectos mais críticos, o lado emocional, os conflitos atraem mais os espectadores.
6. **Consonância:** a notícia deve ser interpretada dentro de um contexto já conhecido. Dessa forma, o receptor consegue compreender melhor a notícia.

Já Mauro Wolf (apud MOREIRA, 2006, p.53) organiza os valores-notícia da seguinte forma:

**a) Critérios substantivos, relativos ao conteúdo das notícias.** Eles se articulariam em dois fatores: importância e interesse.

**b) Critérios relativos à disponibilidade do material e ao produto informativo.** Quanto à disponibilidade do material, trata-se de saber o quão acessível é o acontecimento, o quão tratável ele é, tecnicamente, nas formas jornalísticas habituais. Quanto aos critérios relativos ao produto, referem-se à “consonância com os procedimentos produtivos” (WOLF apud MOREIRA, 2006, p. 53), “congruência com as possibilidades técnicas e organizativas, restrições de realização e limites próprios de cada meio” (WOLF apud MOREIRA, 2006, p. 53). Incluem-se aí, também, critérios como a brevidade, a ideologia, a atualidade, a qualidade da história e o equilíbrio.

**c) Critérios relativos ao meio de comunicação e ao público.** Quanto ao meio de comunicação: possibilidade de bom material visual, frequência do acontecimento (que deve assemelhar-se à frequência do meio de comunicação), formato da notícia (que deve enquadrar-se no formato dos programas). Quanto ao público: dizem respeito à imagem que os jornalistas têm do público, levando-lhes a inferir aquilo que seria de seu interesse. São eles: estrutura narrativa, capacidade de atração do material filmado, entretenimento e importância da notícia. Outro critério é a proteção, que ocorre quando um fato não é noticiado devido à presunção de que sua veiculação poderia causar traumas ou ansiedade no público, ou poderia ferir sua sensibilidade ou seus gostos.

**d) Critérios relativos à concorrência.** A competição entre os veículos dá origem a três tendências que se refletem sobre os valores-notícia, reforçando-os.

Os valores-notícia são básicos para os jornalistas. Portanto, os valores de construção da notícia estão relacionados à observação das rotinas produtivas, enquanto, segundo Moreira, “os valores de seleção podem ser analisados em um corpus de notícias publicadas, pois referem-se mais às características que tem ou deve ter uma notícia, entendida como um relato publicado” (2006, p. 38). Toda e qualquer matéria tem um ou mais dos fatores descritos acima. Contudo, é necessário entender que as empresas jornalísticas influenciam, pois têm sua política editorial.

Além do que já foi citado, as emoções e impressões que o fato causou fazem com que o jornalista trabalhe com seu próprio ponto de vista, mas mostrando a realidade. Por fim, os valores-notícia são critérios que demonstram como os jornalistas se baseiam na seleção e construção da notícia, para a partir disso definir os critérios jornalísticos.

## 6 METODOLOGIA

Carvalho define que “o conhecimento científico se caracteriza como uma procura das possíveis causas de um acontecimento. Assim, busca compreender ou explicar a realidade apresentando os fatores que determinam a existência de um evento” (2000, p. 03). Além disso, o mesmo autor cita que, “quando se fala em método, busca-se explicitar quais são os motivos pelos quais o pesquisador escolheu determinados caminhos e não outros. São esses motivos que determinam a escolha de certa forma de fazer ciência” (CARVALHO, 2000, p. 03).

Para alcançar o objetivo principal deste estudo, que é entender quais os valores-notícia utilizados para a veiculação das matérias relacionadas ao Ypiranga Futebol Clube, foi realizada a análise qualitativa de 46 das 80 edições publicadas no período de 14 de dezembro de 2021 (dia anterior à apresentação do elenco que disputaria o Campeonato Gaúcho) a 07 de abril de 2022, do Jornal Bom Dia, de Erechim.

“A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos” (MINAYO, 2001, p. 21). No geral, essa abordagem busca explicar o porquê das coisas.

O Jornal Bom Dia foi criado em junho de 2005. Em uma pesquisa no site do veículo de comunicação, os responsáveis destacam que “o jornal vai além de noticiar os fatos do cotidiano, ele também contribui para impulsionar a toda iniciativa de desenvolvimento regional nos mais diversos setores da economia”. Ainda, tem entre seus principais objetivos “fomentar um diálogo regional, projetar as forças políticas, caminhar junto com o setor público e iniciativa privada criando uma sinergia que venha contribuir para o desenvolvimento das pessoas em todos os níveis”.

Além da análise, foi realizada uma entrevista com o jornalista Alan Dias Delfin, que participou da cobertura da campanha do Ypiranga no Gauchão pelo jornal, de forma a elucidar melhor o que consta em certas matérias. Trabalhar com entrevista, nesse caso, se dá pela razão de poder extrair mais informações e dados, enriquecendo o trabalho ou, também, para esclarecer dúvidas que possam ter surgido com as matérias. “Estudar jornalismo é aprender a reconhecer uma notícia em uma cobertura. O ato de selecionar é o mesmo ato de descartar.

A entrevista é uma das técnicas de coleta de dados considerada como sendo uma forma racional de conduta do pesquisador, previamente estabelecida, para dirigir com eficácia um conteúdo sistemático de conhecimentos, da maneira mais completa possível, com o mínimo de esforço de tempo (ROSA; ARNOLDI, 2006, p.17).

Portanto, a coleta de dados do jornal impresso e as entrevistas foram feitas com a finalidade de assegurar uma melhor qualidade de interpretação dos acontecimentos, assim como uma compreensão mais acentuada do tema.

Como base teórica, foram contempladas as abordagens de Nelson Traquina (2004). Por meio das referências teóricas dos autores que se debruçaram sobre os valores-notícia, foi possível chegar aos principais parâmetros que conduzem as atividades jornalísticas relacionadas à campanha do Ypiranga Futebol Clube no Campeonato Gaúcho de 2022 e, especialmente, os critérios utilizados para escolher as matérias jornalísticas divulgadas. Isto é, os valores-notícia que norteiam a construção das edições esportivas do jornal impresso de Erechim.

## 7 ANÁLISE

Para uma melhor compreensão do conteúdo, este capítulo apresentará por etapas a distribuição e análise das edições, conforme separação das seguintes etapas: etapa que antecede o campeonato, fase de grupos, semifinal, final e pós-final e resultados finais. Como pesquisa, as edições on-line do jornal serviram como material de apoio, sendo estas iguais as edições impressas, feita através de uma assinatura trimestral no site do mesmo.

### 7.1 ETAPA QUE ANTECEDE O CAMPEONATO

Nesta etapa, foram publicadas 30 edições, no período de 14 de dezembro a 26 de janeiro. A partir do levantamento feito, pode-se elencar uma ordem de aparições dos valores-notícia nas edições, onde 13 abordaram pautas sobre o Ypiranga Futebol Clube.

A análise começa em 14 de dezembro de 2021, dia em que o elenco Canarinho se apresentou para a pré-temporada. Vale ressaltar que, pelo jornal ser local, em todas as edições foram apresentados os valores-notícia de proximidade, então esse não será contabilizado. Na primeira análise foi publicado um contexto geral de quais seriam os jogadores, para a população já se familiarizar com os nomes, o que posteriormente facilitaria a assimilação e, nesse caso, abordam três valores-notícia – **relevância** regional, **novidade** e **notoriedade** –, que já possibilitam os jogadores serem conhecidos posteriormente. Na próxima, tratou sobre um informativo de apresentação do elenco sendo uma **novidade**.

A próxima edição que abordou o Ypiranga Futebol Clube foi 15 dias após a citada anteriormente. No dia 31 de dezembro de 2021, em um balanço com expectativas e novidades do elenco, foi abordada a **personalização** de forma direta, pois valorizou todos os profissionais envolvidos. Além disso, ao dar destaque para mais contratações, abordou o critério da **novidade**.

Em 07 de janeiro de 2022, a **dramatização** foi trabalhada de forma antecipada, citando a possibilidade de rebaixamento, antes mesmo de o Campeonato Gaúcho iniciar. No dia 09, a **novidade** foi utilizada para noticiar o empate do Ypiranga Futebol Clube diante do Azuriz Futebol Clube, no primeiro amistoso da temporada, com informações sobre como foi o duelo e quem marcou os gols. A **notoriedade** foi o valor-

notícia da edição do dia 14, onde o Jornal Bom Dia citou que a Federação Gaúcha de Futebol oficializou a estreia do Ypiranga na competição, bem como as rodadas seguintes à primeira rodada.

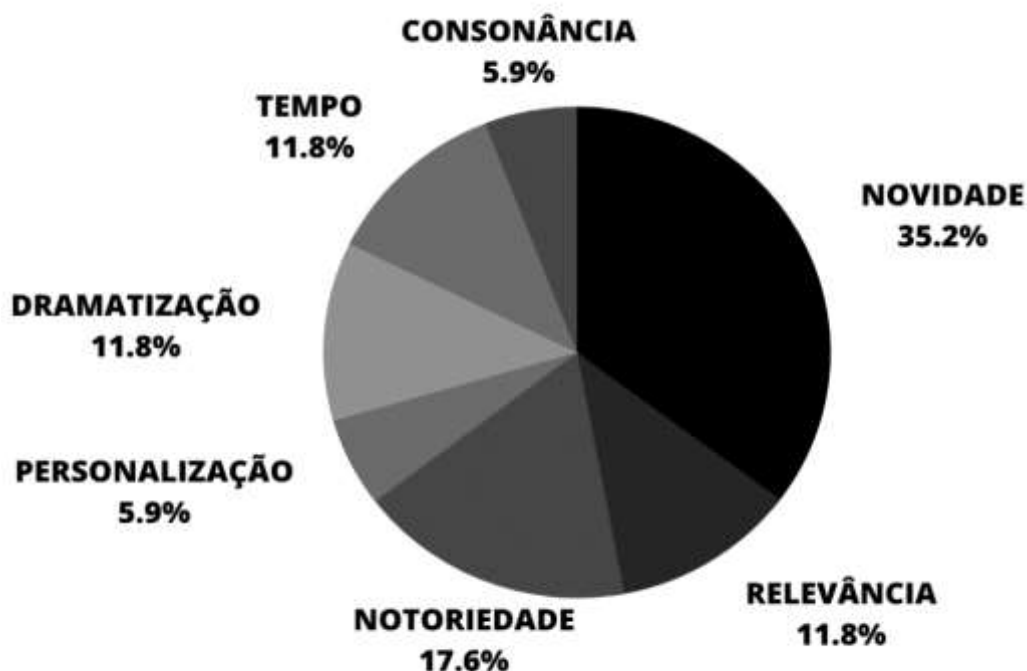
Dia 19, o reforço do atacante Jefferson fora noticiado, sendo **novidade**. No dia 20, o clube realizou outro amistoso, sendo abordada novamente a **novidade** através da vitória em duelo diante da Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias. No dia seguinte, **dramatização**, mas, diferente da primeira vez, nesse caso o valor-notícia apresentou-se como positivo, ao elucidar ideias do departamento de futebol, atraindo o público a ter uma visão diferente do apresentado anteriormente.

Antecipando acontecimentos, o jornal divulgou a venda de ingressos para a partida do Canarinho contra o Sport Club Internacional, que aconteceria em 05 de fevereiro, levando a **relevância** da partida como um valor-notícia também, assim como o **tempo**. Na última matéria antes da estreia, que foi publicada no dia 25, os assuntos foram diversificados, mas de forma geral abordou a **consonância**, pois deveria ser analisada com as pautas anteriores, sendo sobre informações de jogadores, partidas e expectativas demonstradas até a presente data.

Vale ressaltar que nesse período duas edições trataram assuntos não pertinentes ao Campeonato Gaúcho. Uma trouxe a **notoriedade** como foco principal, reconhecendo um diretor como patrimônio do clube, e outra, sobre o início do campeonato subsequente, o Brasileiro Série C, tratando-se do **tempo**.

Nesse período, os valores-notícia apareceram 17 vezes, sendo novidade seis vezes, notoriedade três vezes, relevância, dramatização e tempo duas vezes cada, personalização e consonância uma vez cada.

Figura 3 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa que antecede o campeonato



Fonte: Elaboração da autora

## 7.2 FASE DE GRUPOS

No período de 27 de janeiro a 12 de março, foram abordadas 32 edições. Desse total, 22 retrataram o clube. Neste tópico, serão trabalhados os 11 jogos da fase de grupos, que teve início na partida diante do São Luiz, de Ijuí, em Erechim. No dia da estreia, o jornal informou sobre o primeiro duelo do *Canarinho* pelo Campeonato Gaúcho de 2022, que, por ser atual, trata-se do valor **tempo**. No dia seguinte, foi noticiada a vitória do clube, sendo essa uma **novidade**, mas na matéria também há **dramatização**, ao relatar que diversos torcedores na arquibancada cobraram os jogadores (que revidaram os xingamentos), mesmo com o placar favorável e, além desses, a **consonância**, pois aborda um contexto que os leitores já conhecem.

No dia 29 de janeiro, a pauta foi sobre a segunda partida que seria disputada, diante do Novo Hamburgo, no Estádio do Vale, sendo esse o valor **tempo**. Na sequência, dia 30, a derrota é noticiada pelo jornal, tratando sobre uma **novidade** e **consonância**. Em fevereiro, a primeira matéria envolvendo o clube é sobre o confronto diante do União Frederiquense, em casa, **tempo**. No dia seguinte, a vitória



traz a **novidade** aos leitores, mas também aborda novamente a questão da **novidade** ao revelar a chegada do jogador Vitinho e a saída de Mikael, além da **consonância**.

No final de semana do dia 5, o duelo contra o Internacional, a ser realizado em Erechim é abordado, sendo esse o valor **tempo**, mas na mesma matéria é abordada a presença de câmeras para reconhecimento facial, equipamento do efetivo da Brigada Militar, tratando-se de uma **novidade**, já que o recurso não é utilizado em todas as partidas. No dia 8, uma **novidade**, de fato e em sentido duplo, vitória do Ypiranga contra o Internacional, presença de **personalização**, ao valorizar e parabenizar o elenco e comissão pelo feito e de **consonância**.

No dia 10 de fevereiro, uma pausa no Campeonato Gaúcho para falar sobre o jogo de estreia do Ypiranga no Campeonato Brasileiro Série C e tabela detalhada, que fora divulgada pela Confederação Brasileira de Futebol. A matéria aborda os seguintes valores-notícia: **tempo**, **novidade** e **notoriedade**.

Voltando para o Campeonato Gaúcho, o empate diante do Juventude, realizado no Alfredo Jaconi, traz o valor **novidade** e **consonância**, em 11 de fevereiro. No dia seguinte, é abordado o próximo jogo, contra o São José, em Porto Alegre, apresentando o valor-notícia **tempo**. No dia 15, a **dramatização**, como o próprio título apresenta (“Jogos contra o Inter, Juventude e São José foram desafios, diz técnico do Ypiranga”) foi o foco central da publicação. Ainda, mesmo que de forma meio “escondida”, fala-se sobre o empate do Ypiranga diante do São José, apresentando os valores **novidade** e **consonância**.

No dia 17, a abordagem é sobre a partida contra o Aimoré, no Estádio Colosso da Lagoa, tempo. No dia seguinte, **novidade** em dose dupla: vitória e liderança da competição, além da **consonância**. No dia 19, valor **tempo**, em abordagem sobre o duelo diante do Brasil de Pelotas, no Estádio Bento Freitas. Na próxima matéria, do dia 22, é veiculado o empate na última partida, trazendo a **novidade** e a **consonância** como valores-notícia. Além disso, apresenta a **novidade** mais uma vez, onde o clube pode garantir a classificação antecipada se vencer o próximo jogo.

Na edição do dia 24, é abordada a dramatização, onde o capitão da equipe, Gedeilson, fala sobre o ótimo momento da equipe na competição. Na primeira matéria do mês de março, tem-se **novidade** e **dramatização**, pois fora abordada a vitória diante do Guarany de Bagé, em casa, e uma grande expectativa, conforme expressa o título “Ypiranga já mira o título”, pois o clube praticamente havia garantido a classificação para a semifinal com duas rodadas de antecedência.

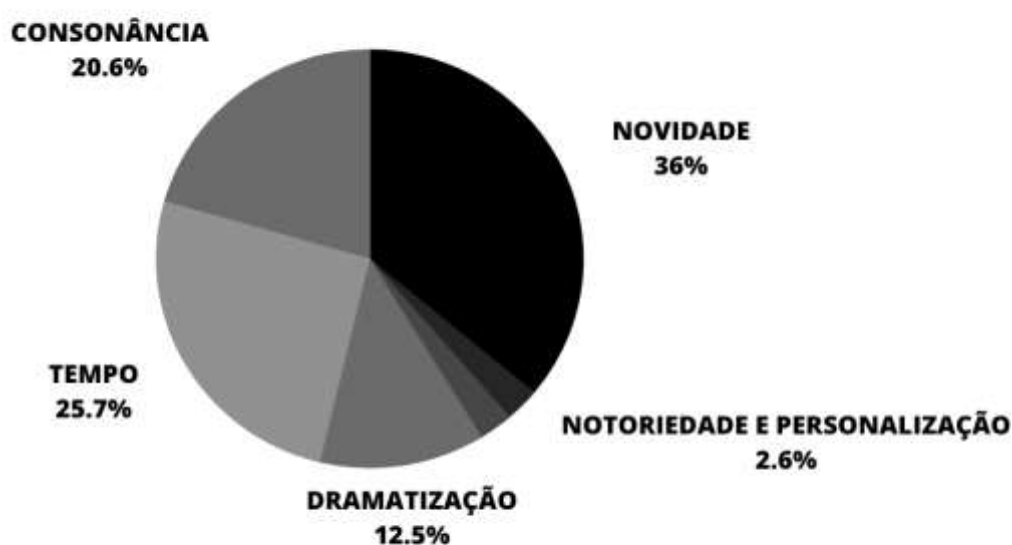
No dia 4 de março, noticia-se a venda de ingressos para o jogo contra o Caxias, novamente em casa e trazendo o valor-notícia **tempo** em destaque. O mesmo se repete na edição seguinte, onde é falado sobre o duelo, em específico. No dia 8, a **novidade** em dose dupla e a **consonância** aparecem, vitória e classificação garantida para a semifinal.

Para fechar a fase de grupos, a última rodada é abordada de forma geral, quais seriam os confrontos e o que valia para cada clube. Nesse cenário, o valor **tempo** é retratado e também a **dramatização**, tanto positiva como negativa, pois para três clubes (Novo Hamburgo, Brasil de Pelotas e São Luiz) valia a última vaga para a semifinal e para outros três o rebaixamento estava à vista (União Frederiquense, Juventude e Aimoré).

Neste tópico, apesar de serem bastante repetitivos a rotina de jogos e mesmo os valores-notícia, notou-se que pouco se falou sobre outros assuntos que não fossem ligados ao campeonato. Ainda, após os últimos jogos da fase de grupos, não foi falado sobre placares, classificação e rebaixamento, passando-se logo para a semifinal.

Nesse período, os valores-notícia apareceram 39 vezes, sendo novidade 14 vezes, tempo 10 vezes, consonância oito vezes, dramatização cinco vezes, notoriedade, e personalização uma vez cada.

Figura 4 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa fase de grupos



### 7.3 SEMIFINAL

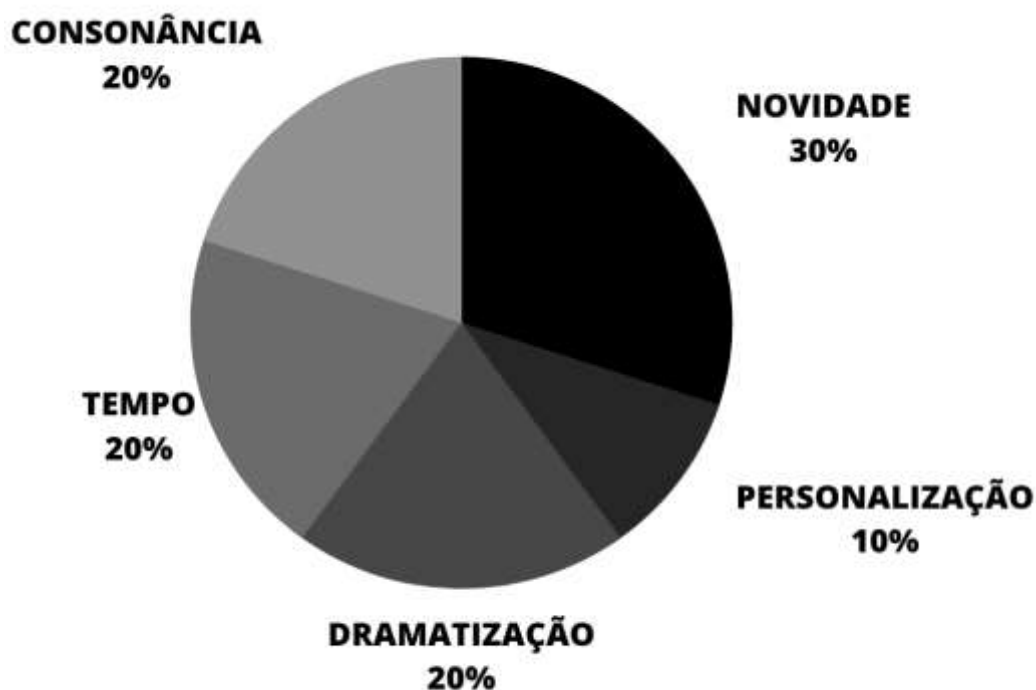
Sete edições, no período de 13 a 24 de março, sendo citado em quatro delas. Pelo espaço de tempo ser curto, não houve tantas matérias, mas as cotidianas apareceram.

A primeira matéria do período é para noticiar a **novidade** dos jogos da semifinal, contra o Brasil de Pelotas, no qual o primeiro seria realizado em Pelotas e o segundo em Erechim. No final de semana do dia 19, a edição aborda sobre o primeiro duelo da semifinal. Na matéria, o **tempo** é o único valor-notícia encontrado, pois é abordado apenas sobre o jogo, que seria realizado em Pelotas. Na edição seguinte, do dia 22, um misto de valores: **novidade** e **dramatização** sobre a derrota no primeiro confronto e **consonância**. Ainda, aproveitam o espaço para noticiar o jogo da volta, apresentando o **tempo**.

Na última edição do período, **novidade**, **dramatização**, **personalização** e **consonância**. Esses foram os valores-notícia presentes na vitória do Ypiranga contra o Brasil de Pelotas, em um duelo emocionante. A partida teve direito a penalidade ao time visitante aos 39 minutos do segundo tempo, VAR e defesa do goleiro Edson, que se consagrou herói da partida e garantiu a classificação do Ypiranga para a final do Campeonato Gaúcho, diante do Grêmio.

Nesse período, os valores-notícia apareceram 10 vezes, sendo novidade três vezes, dramatização, consonância e tempo duas vezes, e personalização uma vez.

Figura 5 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa semifinal



Fonte: Elaboração da autora

#### 7.4 FINAL E PÓS FINAL

11 edições, no período de 25 de março a 07 de abril, no qual sete noticiaram o Ypiranga e o confronto decisivo diante do Grêmio.

No dia 25, o Jornal Bom dia divulgou o início da venda de ingressos, onde o primeiro confronto seria realizado no Estádio Olímpico Colosso da Lagoa. Essa publicação trata do valor-notícia **tempo**. Na edição seguinte, o assunto tratado fora sobre a decisão em si e como os times chegariam para a final inédita. Como o adversário tem grande relevância estadual e nacional, foi frisado bastante sobre a campanha e trajetória de ambos, diferente do duelo anterior, contra o Brasil de Pelotas. Além das informações sobre as equipes, foi informado sobre o esquema de segurança que seria utilizado para o acesso ao estádio. Nessa, a **novidade**, **notoriedade** e **relevância** estiveram presentes.

Em 29 de março, foi retratado o pós-jogo do primeiro duelo decisivo, no qual o Ypiranga perdeu. Por ter sido um jogo dramático, com penalidade e ação do VAR nos

minutos finais, a dramatização foi o foco central da matéria, além da **novidade** e **consonância**. Ainda, outra **novidade** presente foi a divulgação da contratação do Michel Renner.

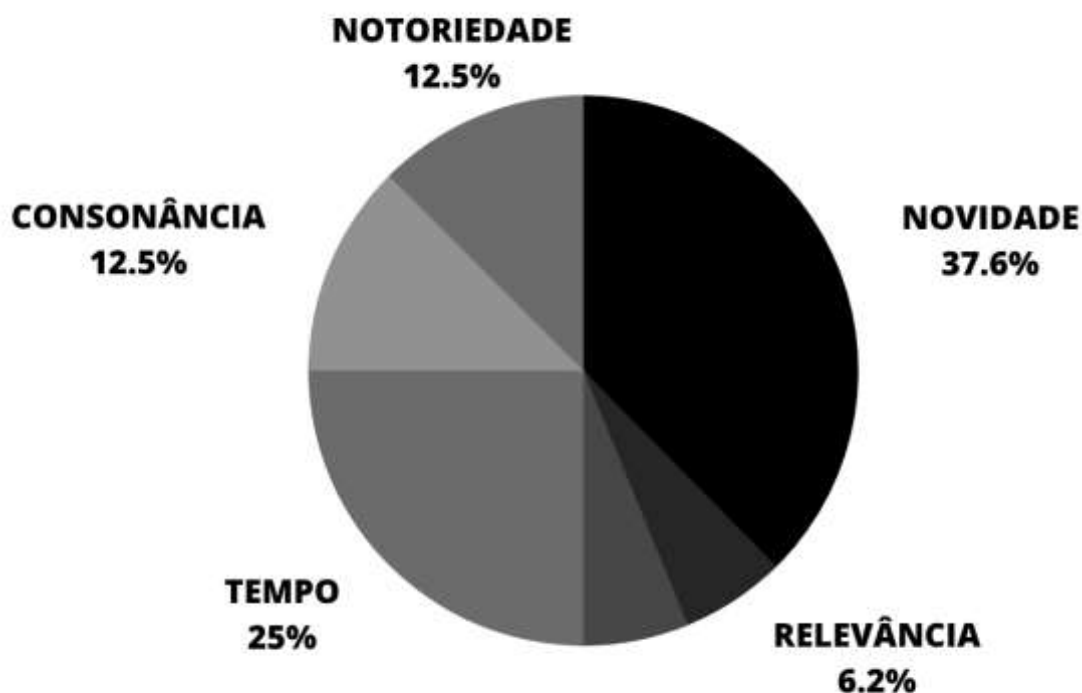
Na primeira edição de abril, foi divulgado a informação de que a Federação Gaúcha de Futebol apresentou a taça do Gauchão, que seria entregue para o vencedor, sendo essa uma **novidade** e **notoriedade**. No final de semana, o palco principal foi para a divulgação da segunda partida da final, que seria realizada na Arena do Grêmio, em Porto Alegre. Para elucidar os leitores, foi comentado sobre a expectativa dos times para o último jogo do campeonato. Neste caso, o **tempo** e a **dramatização** foram os valores-notícias encontrados.

Na segunda-feira, após a final, foi publicada a matéria intitulada “Clube celebra vice-campeonato gaúcho”, comprovando que de fato a proximidade regional com os leitores é o valor-notícia mais levado em consideração na hora da circulação pela cidade de Erechim e região. Além da **novidade** e **consonância**, a **dramatização** fez parte do enredo, ao citar o ótimo trabalho desenvolvido por parte da direção, comissão e jogadores, tanto que o Ypiranga teve cinco jogadores como destaques do campeonato (Edson, Gedeilson, Diego Porfirio, Falcão e Erick). O técnico Luizinho Vieira e o presidente Adilson Stankiewicz também entraram nos nomes de destaque, respectivamente como melhor técnico e melhor dirigente.

A última matéria analisada foi publicada no dia 7 de abril, onde o jornal mudou o capítulo do Campeonato Gaúcho e informou aos leitores que o Ypiranga se reapresentou com mudanças para o Campeonato Brasileiro Série C. A estreia seria no dia 9, diante do Associação Atlética Aparecidense, tratando-se dos valores-notícia **novidade** e **tempo**.

Neste período, os valores-notícia apareceram 16 vezes, sendo novidade seis vezes, tempo quatro vezes, notoriedade e consonância duas vezes cada, relevância e dramatização uma vez cada.

Figura 6 - Porcentagem de valores-notícia presente na etapa final e pós-final



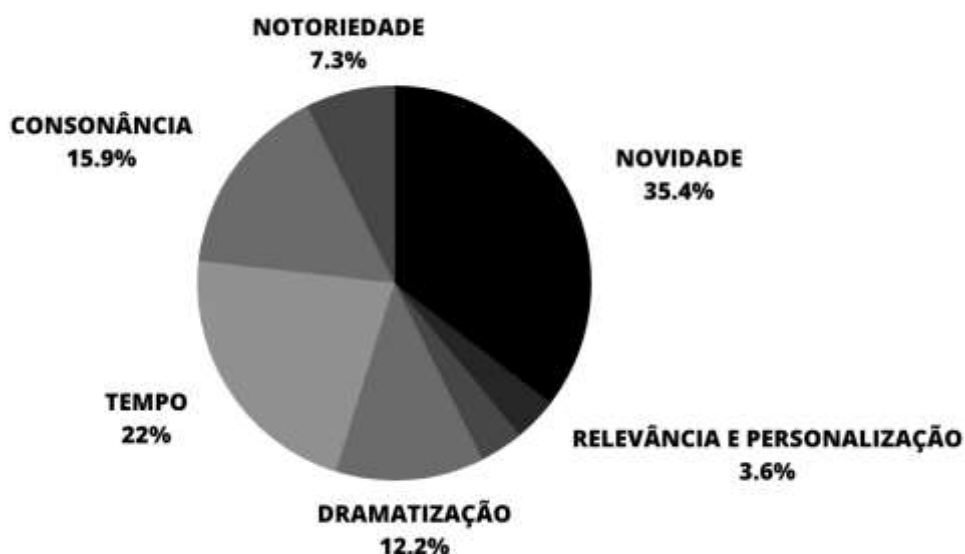
Fonte: Elaboração da autora

## 7.5 RESULTADOS FINAIS

Feito o levantamento dos resultados de análise de cada uma das quatro etapas abordadas aqui, cabe agora trazer enfim os números totais, em que inclusive podemos ordenar a frequência com que cada valor-notícia foi inserido nas 46 das 80 edições analisadas. A colocação de uma ordem de aparição dos valores-notícia ajuda para se ter noção dos critérios de utilização nas edições do Jornal Bom Dia acerca da campanha do Ypiranga Futebol Clube no Campeonato Gaúcho de 2022.

Ao todo, foram 82 vezes, sendo novidade 29 vezes, tempo 18 vezes, consonância 13 vezes, dramatização 10 vezes, notoriedade seis vezes cada, relevância e personalização três vezes cada.

Figura 7 - Porcentagem de valores-notícia presente em todas as etapas



Fonte: Elaboração da autora

O jornalista Alan Dias Delfin, do Jornal Bom Dia, foi o profissional responsável pela publicação de todas as matérias analisadas durante o período abordado. Para ajudar a elucidar melhor a escolha e critérios de notícias, o mesmo foi entrevistado e respondeu a algumas questões.

Em relação à construção das matérias e o porquê de falar sobre elas, Alan comentou que o Ypiranga, assim como o Atlântico Futsal, são clubes que estão no coração dos torcedores erechinenses e da comunidade regional, mas quando assumiu a editoria de esportes percebeu que havia pouco material divulgado sobre o primeiro.

O jornalista acredita que por ele, no período, não dispôs de uma assessoria focada na distribuição de material, como ocorria com o Atlântico, tinha menos espaço no jornal. Então passou a buscar uma maior aproximação com o clube, através do presidente Adilson Stankiewicz, atletas e agentes dos atletas. Mesmo assim, Alan salienta que o seu trabalho acabava sendo limitado, pois também era responsável pela parte de segurança pública no Grupo Bom Dia.

Em relação ao Ypiranga, buscou focar em destacar alguns pontos do trabalho realizado pela diretoria, entrevistas com atletas e divulgar todos os jogos do clube, o que acabou atraindo torcedores, que passaram a opinar, criando uma maior interação e atratividade pelo clube.

Ao ser questionado se o valor-notícia proximidade era um fator determinante para a publicação de matérias sobre o Ypiranga, Alan comentou que de certa forma sim, pois procura divulgar todo e qualquer evento esportivo ou atletas, mas que tenha uma ligação com Erechim e a região do Alto Uruguai, com a área de abrangência do jornal. A exceção fica com a dupla Gre-Nal, que está incrustada em todos os torcedores do Estado e não é diferente na cidade e região. Ainda, ele comentou que gostaria de ter feito mais trabalhos em campo, conversado com os atletas e técnico nos pós-jogos e treinos, mas cuidar de duas editorias limitou seu tempo.



## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados levantados na análise, fica evidenciado que a produção de matérias do Jornal Bom Dia na campanha do Ypiranga Futebol Clube, no Campeonato Gaúcho 2022, foi feita baseada na novidade como principal valor-notícia. É preciso deixar claro que o valor-notícia proximidade, neste caso, não foi levado em consideração, pois, por se tratar de um jornal local, este estaria presente em todas as edições analisadas. Para Traquina (2004), para ser novidade, critério substantivo, é publicado aquilo que é novo, repetição de um assunto só se tiver algo de inédito para contar.

Fica evidente que o fato de o valor-notícia novidade estar no topo trata-se, em sua grande maioria, do número de jogos e a temática que foi escolhida e abordada pelo jornalista ao longo da competição. Em seguida, outro valor-notícia evidencia esse fato, que é o tempo. Ele foi inserido para noticiar as partidas que seriam disputadas pelo clube e, posteriormente, serviu de gancho nas edições seguintes para noticiar o resultado final. Para Traquina (2004), critérios para uso desse valor-notícia se dá em razão de ser atualidade, pois no caso o assunto tem que ser atual para ser publicado, ou também, pode servir de gancho para voltar a veicular um tema.

Tem-se de ressaltar que os sete valores-notícia presentes nas 46 das 80 edições analisadas apareceram em diferentes intensidades e quantidades. A novidade, tempo, consonância, dramatização, notoriedade, relevância e personalização foram os valores adotados pelo jornal para a produção do conteúdo jornalístico relacionado ao objeto de estudo deste trabalho.

A presença e diversidade dos valores-notícia citados faz parte de um dos critérios adotados pelo jornalismo impresso, que é atingir de forma direta o seu público e com várias informações em apenas uma matéria. Por não possuir ferramentas de outros meios de comunicação e não ser instantâneo, é preciso atualizar seu público diariamente, com todas as informações recebidas, diferentemente das redes sociais, que a cada momento pode ser postada e atualizada. Diferente do rádio, da televisão e da internet, o jornal impresso informa seu público-alvo somente uma vez por dia e, por esse motivo, foi possível localizar até quatro valores-notícias em apenas uma publicação.

O trabalho aqui apresentado ajuda a observar como os valores-notícia se fizeram presente na campanha do Ypiranga Futebol Clube no Campeonato Gaúcho

de 2022. Através disso, é possível entender de forma mais objetiva quais os critérios de seleção de conteúdo adotados pelo Jornal Bom Dia.

Além disso, as matérias contaram com a presença de textos informativos, opinativos, além de reportagens, cada um empregando um tipo de conteúdo e finalidade, que fora definido pelo responsável pela editoria de esportes. Ainda, durante a análise, foi possível notar a importância da final do campeonato, pois nessa etapa foram feitos conteúdos mais extensos e completos, por abordar as duas equipes finalistas, que têm grande mobilização por parte dos habitantes e leitores da cidade, como citado pelo jornalista Alan Dias Delfin.

## REFERÊNCIAS

- ALCOBA, Antonio López. **Periodismo desportivo**. Madrid: Síntesis, 2005.
- ALVES, Rubem. **O futebol levado a risos: lições do bobo da corte**. Campinas, Versus Editora, 2006.
- ASSMANN, A. B.; MAZO, J. Z.; HATJE, M. Jornalismo esportivo no Rio Grande do Sul: tecendo narrativas de protagonistas. **Conexões**, Campinas, SP, v. 16, n. 1, p. 70–84, 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8651177>. Acesso em: 17 jul. 2022.
- BREITKREITZ, Luciano Anderson. **À sombra do Colosso da Lagoa: uma história de futebol em Erechim**. 2013. 101 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2013. Disponível em: <http://tede.upf.br/jspui/handle/tede/178>. Acesso em: 08 jul. 2022.
- CAPRARO, A. M. Mário Filho e a invenção do jornalismo esportivo profissional. **Movimento**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 213–224, 2011. DOI: 10.22456/1982-8918.15154. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/15154>. Acesso em: 4 dez. 2022.
- CARVALHO, Alex et al. **Aprendendo metodologia científica**. São Paulo: O Nome da Rosa, 2000, p. 11-69.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- DALPIAZ, Jamile Gamba. **O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade)**. Porto Alegre. 2002. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/4124>. Acesso em: 12 jul. 2022.
- DUCATTI NETO, Antonio. **O Grande Erechim e sua história**. Porto Alegre, EST, 1981.
- GALTUNG, J. e RUGE, M. A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.
- HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: \_\_\_\_.; MARINO, Luiz C.; VEIGA FRANÇA, Vera (Orgs.). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LAGE, N. L. **Ideologia e técnica da notícia, v. 1**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2001. 158 p.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**; norte e sul. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOREIRA, Fabiane Barbosa. Os valores-notícia no jornalismo impresso: análise das 'características substantivas' das notícias nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/7773> . Acesso em: 12 jul. 2022.

PEUCER, Tobias. **Os relatos jornalísticos**: estudos em Jornalismo e mídia, v.1, n.2. Florianópolis: Insular, 2004.

PREFÁCIO. In: RODRIGUES FILHO, Mario. O Sapo de Arubinha: os anos de sonho do futebol brasileiro. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto; ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismos para a validação dos resultados. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006. 112 p.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo esportivo**: conceitos e práticas. 2009. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/22683>. Acesso em: 12 jul. 2022.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SPANNENBERG, A. C. M.; BARROS, C. V. B. Do impresso ao digital: a história do Jornal do Brasil. **Revista Observatório [S. l.]**, v. 2, n. 2, p. 230–250, 2016. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2016v2especial1p230. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/1693>. Acesso em: 4 dez. 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, volume 1**: porque as notícias são como são. Florianópolis, Insular, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, volume 2**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, Insular, 2004-2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999. 247 p.

**ANEXO**

Edições do Jornal Bom Dia

14 de dezembro

16 de dezembro

24, 25 e 26 de dezembro

31 de dezembro 1, 2 e 3 de janeiro

7 de janeiro

8, 9 e 10 de janeiro

11 de janeiro

14 de janeiro

19 de janeiro

20 de janeiro

21 de janeiro

22, 23 e 24 de janeiro

25 de janeiro

27 de janeiro

28 de janeiro

29, 30 e 31 de janeiro

01 de fevereiro

2 de fevereiro

3 de fevereiro

5, 6 e 7 de fevereiro

8 de fevereiro

10 de fevereiro

11 de fevereiro

12, 13 e 14 de fevereiro

15 de fevereiro

17 de fevereiro

18 de fevereiro

19, 20 e 21 de fevereiro

22 de fevereiro

01 e 2 de março

4 de março

5, 6 e 7 de março

8 de março

12, 13 e 14 de março

15 de março

19, 20 e 21 de março

22 de março

24 de março

25 de março

26, 27 e 28 de março

29 de março

01 de abril

2, 3 e 4 de abril

4 de abril

7 de abril

## APÊNDICE

### Repostas do jornalista Alan Delfin Dias

1. Quais foram os valores de construção/critérios escolhidos por você para a publicação das notícias ligadas ao Ypiranga Futebol Clube no período de 14 de dezembro de 2021 a 07 de abril de 2022?

O Ypiranga, assim como o Atlântico Futsal, são clubes que estão no coração dos torcedores erechinenses e da comunidade regional, mas quando assumi a editoria de esportes percebi que havia pouco material divulgado sobre o primeiro, acredito que por ele, no período, não dispor de uma assessoria focada na distribuição de material, como ocorria com o Atlântico. Então passei a buscar uma maior aproximação com o clube, através do presidente Adilson Stankiewicz, atletas e agentes dos atletas. Mesmo assim, meu trabalho acabava sendo limitado, pois também sou responsável pela parte de segurança pública no Grupo Bom Dia, editoria que ocupa bastante tempo, inclusive nos finais de semana e feriados.

Então, em relação ao Ypiranga busquei focar em destacar alguns pontos do trabalho realizado pela diretoria, entrevistas com atletas e divulgar todos os jogos do clube, o que, principalmente nas redes sociais, acabou atraindo torcedores, que passar

2. O valor-notícia proximidade do jornal-clube-leitores da região é um fator determinante para a publicação de matérias?

De certa forma, sim. Procuo divulgar todo e qualquer evento esportivo ou atletas, mas que tenha uma ligação com Erechim e a região do Alto Uruguai, com a área de abrangência do jornal. A exceção fica com a dupla Gre-Nal, que está incrustada em todos os torcedores do Estado e não é diferente por aqui.

3. Por ser o único jornalista responsável pelas matérias relacionadas ao Ypiranga no jornal, sentiu falta de publicar mais conteúdo? Se sim, quais?

Gostaria de ter feito mais trabalhos em campo, conversar com os atletas e técnico nos pós-jogos e treinos, mas cuidar de duas editorias me limita o tempo. Além disso, como trabalhamos com jornal impresso temos deadline. Mas no geral fiquei contente com o trabalho desenvolvido.