

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
JORNALISMO

HECTOR PRATES DE LIMA

**JORNALISMO E ESPORTS: UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA RIOT GAMES DO
VALORANT CHAMPIONS ISTANBUL**

Porto Alegre
2024

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

HECTOR PRATES DE LIMA

JORNALISMO E ESPORTS:
UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA RIOT GAMES DO VALORANT CHAMPIONS
ISTANBUL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo, na Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Cristiane Finger

Porto Alegre

2024

HECTOR PRATES DE LIMA

JORNALISMO E ESPORTS:
UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA RIOT GAMES DO VALORANT CHAMPIONS
ISTANBUL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo, na Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em: _____ de _____ de 2024

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dra. Cristiane Finger Costa – PUCRS

Prof. Dr. André Pase - PUCRS

Prof. Me. Andrei Rossetto - PUCRS

RESUMO

Neste trabalho, buscamos identificar e analisar um novo nicho do jornalismo esportivo, o jornalismo nos eSports. Atualmente, alguns veículos de imprensa já dedicam espaços exclusivos para o tema, que vem crescendo com o passar do tempo. A partir disso, para o desenvolvimento da pesquisa, propomos o objetivo de analisar a cobertura jornalística feita pela *Riot Games*, no *Valorant Champions Istanbul*. Para realizar essa pesquisa, foi adotada uma abordagem metodológica baseada na Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (2016). Conceitos técnicos sobre o tema de Ferraretto (2000) e Schinner (2014) foram aplicados e a partir desses conteúdos, foi feita a análise. Os resultados identificam que a *Riot Games* se inspira nas transmissões desportivas tradicionais, utilizando recursos e técnicas semelhantes ao que já é utilizado na televisão. Ainda assim, é nítido que há aspectos em que a empresa inova na sua transmissão.

Palavras-chave: Jornalismo Esportivo, eSports, Valorant, Cobertura Jornalística, Transmissão.

ABSTRACT

In this paper, we seek to analyze, identify and clarify a "new" niche in sports journalism: eSports journalism. Despite being a relatively new topic, different media outlets and broadcasters are already working with spaces dedicated exclusively to the subject. In order to carry out this research, we set ourselves the objective of analyzing the journalistic coverage provided by Riot Games at Valorant Champions Istanbul. Bibliographical research was carried out on sports journalism, eSports and a complete analysis of the last day of the competition's broadcast, in comparison with broadcasts of sports considered to be more traditional. To carry out this research, a methodological approach based on content analysis was adopted. This research is based on renowned authors such as Ferraretto and Schinner, in order to contextualize the results found in the analysis. The results identify a similarity, in parts, between traditional broadcasts and Riot Games coverage.

Keywords: Sports Journalism, eSports, Valorant, News Coverage, Broadcast.

Foi divertido! Vamos repetir um dia desses...

AGRADECIMENTOS

Gostaria de dedicar este espaço para expressar minha sincera gratidão a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho. Este momento marca não apenas o término de uma etapa acadêmica, mas também o reconhecimento do apoio e amizade que recebi ao longo desta jornada.

Aos meus amigos e colegas, que estiveram ao meu lado desde os primeiros dias na universidade, compartilhando não apenas conhecimento, mas também momentos de descontração e diversão. Desde simples partidas de sinuca até as longas noites de TCC, vocês foram essenciais para que tudo isso fosse possível.

Aos meus pais, que sempre estiveram ao meu lado, incentivando-me a perseguir meus sonhos e objetivos. Sua dedicação e sacrifício foram essenciais para que eu pudesse concluir esta jornada acadêmica. Cada conquista alcançada é também uma homenagem ao apoio que vocês me proporcionaram ao longo dos anos. Também gostaria de deixar um agradecimento aos meus avós, que, embora três deles não estão mais nesse plano, sempre foram uma fonte de incentivo. Antônio, Helena, Santiago e Zelma, obrigado

Expresso também minha gratidão aos professores, e claro, minha orientadora, Prof. Cristiane Finger, que cumpriu seu papel de maneira impecável, me auxiliando e tornando esse trabalho cada vez mais simples.

Também gostaria de agradecer a minha parceira de vida, que está presente em 100% dos momentos, sejam felizes, fáceis, tristes ou difíceis. Vic, minha vida é muito mais fácil e leve contigo. E por fim, dedico este trabalho, também, a três grupos de amigos muito presentes na minha vida, e tornam meus dias mais completos e divertidos, Bergabus, Tuvalu e Primos.

Muito obrigado a todos que fizeram parte dessa trajetória.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. JORNALISMO ESPORTIVO.....	12
2.1.2 JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL.....	12
2.2 JORNALISMO ESPORTIVO NO RÁDIO.....	13
2.3 JORNALISMO ESPORTIVO NA TELEVISÃO.....	15
2.4. JORNALISMO ESPORTIVO CONTEMPORÂNEO.....	17
2.5 JORNALISMO NO E ESPORTS.....	18
2.6 COBERTURAS TELEJORNALÍSTICAS NO TELEJORNALISMO.....	19
2.7 COBERTURAS ESPORTIVAS.....	21
2.8 COBERTURAS NOS ESPORTS.....	22
2.9 COBERTURAS JORNALISTICAS NO VALORANT.....	25
3. NARRAÇÕES EM TRANSMISSÕES TRADICIONAIS.....	27
3.1 AVANÇO TECNOLÓGICO NAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS.....	29
3.2 IMAGENS NAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS.....	31
3.3 INTERATIVIDADE COM O PÚBLICO.....	33
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	36
4.1 DESCRIÇÃO DO OBJETO.....	37
4.2 ANÁLISE DO OBJETO.....	38
4.2.1 NARRATIVA.....	38
4.2.2 RECURSOS VISUAIS E SONOROS.....	46
4.2.3 INTERATIVIDADE.....	50
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS.....	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Everaldo Marques responde comentário sobre imparcialidade na narração.....	29
Figura 2 -Uma ilustração de como o “Hawk-eye” funciona.....	30
Figura 3 - Categoria Canal analisando o padrão de jogo entre Manchester City e Atlético de Madrid, pela Champions League de 2022.....	31
Figura 4 - Carlos Eduardo Lino, Dandan e Pedrinho na cabine de transmissão de Vasco x Criciúma no campeonato brasileiro da série B, de 2022.....	32
Figura 5 - Erick “Aspas” Santos “cumprimentando” seu companheiro de equipe após conquistar a vitória em um round, no jogo entre LOUD x OpTic, na final do Valorant Champions Istanbul 2021.....	33
Figura 6 - Chamada para o jogo, criada pela Riot Games.....	39
Figura 7 - Gustavo “Melão” entrevista a Celi, tia do jogador, Felipe “Less”, da LOUD.....	40
Figura 8 - Escolha dos mapas na partida entre LOUD X OpTic.....	42
Figura 9 - Guilherme “Tixinha” fazendo o “L”, de LOUD. Símbolo adotado pela torcida e pela equipe.....	43
Figura 10 - Pause técnico no segundo mapa entre LOUD X OpTic. Essa pausa teve pouco mais de 3 minutos.....	46
Figura 11 - Tela de Victor “Victor, jogador da OpTic. É exatamente isso que o jogador está visualizando enquanto joga, e é o que está sendo transmitido ao público.....	48
Figura 12 - Mapa de calor dos abates de Sacy. Os pontos em destaque no mapa, são os locais onde o jogador venceu seus combates.....	49
Figura 13 - Streamer “tteuw” foi um dos escolhidos para ter acesso aos direitos de transmissão, e poder compartilhar com o seu público em sua stream.....	51
Figura 14 - Mensagens enviadas pelos espectadores são colocadas na tela, para interação com o público. As mensagens foram enviadas via #VCTAmericas, divulgada durante a transmissão do dia 2 de julho de 2024.....	52

INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo tem evoluído constantemente, acompanhando as transformações tecnológicas e culturais que, diariamente, alteram a maneira da sociedade consumir cada tipo de conteúdo. Desde a cobertura de eventos tradicionais, como o futebol e as Olimpíadas, até a ascensão de novas modalidades, a capacidade de adaptação e inovação é uma característica marcante desse campo. Nos últimos anos, um fenômeno emergente tem capturado a atenção do público e dos profissionais da comunicação: os esportes eletrônicos, ou *eSports*. Entre os diversos títulos que se destacam nesse cenário, *Valorant*, desenvolvido pela *Riot Games*, já conquistou seu espaço, não só entre os jogadores, mas também com coberturas jornalísticas, feitas pela própria *Riot Games*.

No presente trabalho o objetivo é analisar os elementos jornalísticos presentes na transmissão da final do *Valorant Champions Istanbul*, evento de grande importância no circuito competitivo de *Valorant*. Essa análise é relevante não apenas pela crescente popularidade dos *eSports*, mas também pela maneira inovadora com que essas transmissões são realizadas, incorporando elementos tradicionais do jornalismo esportivo e adaptando-os ao contexto digital.

O segundo capítulo deste trabalho aborda a história do jornalismo esportivo, evidenciando a importância da televisão, rádio e mídia impressa na construção e consolidação dessa área. Essa retrospectiva permite compreender como cada campo do jornalismo esportivo se desenvolveu e foi se estabelecendo com o passar do tempo.

No terceiro capítulo, o estudo se propõe a buscar o referencial teórico para sustentar a análise no presente trabalho. Este capítulo explora as especificidades das transmissões de *eSports* e como elas se diferenciam ou se assemelham às coberturas de esportes tradicionais.

Finalmente, no quarto capítulo, é realizada uma Análise de Conteúdo, baseada em Bardin (2016), detalhada dos elementos jornalísticos nas transmissões da *Riot Games* durante o *Champions Istanbul*. São examinados aspectos como a narrativa, a utilização de recursos visuais e sonoros e a interatividade com o público. Essa análise permite identificar como a *Riot Games* integra técnicas de jornalismo esportivo e inovação tecnológica para engajar o público e proporcionar uma experiência imersiva, e cada vez mais completa, para

um nicho específico, e com conhecimento sobre o jogo. Fica nítido que existe uma grande semelhança com as transmissões desportivas tradicionais, principalmente, quando a linguagem é analisada, visto que o futebol e o *Valorant*, possuem um vocabulário próprio.

O objetivo desse estudo é contribuir para a compreensão do papel dos eSports no jornalismo esportivo contemporâneo, destacando as práticas e estratégias que têm se mostrado eficazes na cobertura de grandes eventos, e como elas podem influenciar o futuro da comunicação esportiva.

2 - Jornalismo Esportivo

Para começar este trabalho, é preciso contextualizar o jornalismo esportivo como uma editoria do próprio jornalismo. O jornalismo, apesar de começar a ganhar notoriedade no século XIX, foi conquistar o seu espaço e importância, a partir do século XX, quando surgiram novos meios de comunicação, como televisão e rádio. (TRAQUINA, 2005). Enquanto a imprensa ganha cada vez mais espaço, o jornalismo, também alcançou seu território, e cada vez mais, novas áreas começaram a ser abrangidas. Apesar do jornalismo esportivo ter crescido exponencialmente para outros meios, foi no jornalismo impresso que tudo começou.

Sobre a primeira aparição do jornalismo esportivo na imprensa, existem duas informações, que apesar de conflitantes, são interessantes. De acordo com Fonseca (1997), o jornalismo esportivo possui uma história recente, com sua primeira aparição registrada em 1854, no jornal *Le Sport*, que publicava crônicas sobre alguns esportes praticados pela elite. A autora Silveira (2009), em seu trabalho, fala sobre o *Journals des Haras*, um jornal francês, criado em 1828, que seria o primeiro jornal esportivo da história. E com o passar dos anos, o jornalismo esportivo conquista seu espaço cada vez mais na imprensa, principalmente na Europa. Poucos anos depois do surgimento do *Journals des Haras*, são criados o diário *Sportman* e a revista *El Cazador*, na Inglaterra e Espanha, respectivamente. Em 1926, o *The New York Times* abre o primeiro espaço, na sua capa, para uma foto relacionada aos esportes, com o rosto de Gene Tunney, atleta de boxe.¹

Diferente dos dias atuais, onde os esportes despertam atenção do público, holofotes e movimentam milhões de dólares pelo mundo, no século XIX e XX, o esporte era desprezado pela elite, pois era praticado pela classe mais baixa. A partir da popularização dos esportes, e a participação da alta sociedade nos mesmos, as reportagens começaram a “noticiar” os esportes, visto que, o foco ainda era exibir as pessoas influentes, e não o esporte de fato.

2.1.2 JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

No Brasil, a história do jornalismo esportivo não é muito diferente do que ocorreu mundo afora. Os esportes só foram aceitos, quando pessoas da classe alta, jornalistas e escritores, começaram a dar certa importância para as atividades. A sua história tem algumas indecisões pelo caminho. Para Bahia (1990), a imprensa brasileira deu espaço para o jornalismo esportivo em 1856, com o jornal *O Atleta*, voltado para dicas esportivas para moradores do Rio de Janeiro. O autor Paulo Vinícius Coelho (2004), defende e acredita, que

¹ Informação disponível em:

<<https://www.nytimes.com/2015/04/23/sports/in-this-corner-a-dominant-heavyweight-who-creates-much-less-buzz.html>>

Acesso em 10 de abril de 2024

apenas em 1910, que o esporte ganhou sua primeira aparição na mídia, com o jornal *Fanfulla*, que tinha o seu grande foco na sociedade italiana de São Paulo. Curiosamente, a partir desse jornal que é fundado o Palestra Itália, durante a Segunda Guerra Mundial, que hoje em dia, é conhecido como Sociedade Esportiva Palmeiras. O jornal *Fanfulla* possui um papel importante na história do jornalismo esportivo brasileiro. É nele que estão documentadas informações históricas do futebol brasileiro. A partir desse momento os jornais começaram a dar mais relevância para os esportes, e aos poucos, as atividades desportivas foram ganhando espaço pelas páginas dos principais veículos de comunicação da época.

No Rio de Janeiro, o jornalista Mário Filho, um dos grandes nomes do jornalismo esportivo no Brasil, começa a atuar como jornalista esportivo no veículo “*A Manhã*”, que era de seu pai. Anos depois, funda o *Jornal dos Sports*. O Correio do Povo, jornal do Rio Grande do Sul, lança “*A Folha Esportiva*”, que fica em circulação entre 1949 e 1963.

Como citado anteriormente, no Brasil e no Mundo, os esportes foram ganhando relevância a partir do ponto que as pessoas das classes mais altas da sociedade se envolviam nas atividades. Isso está alinhado com o texto de Maluly (2004), que cita que a imprensa brasileira preferia abordar assuntos que estavam mais próximos das classes mais altas da sociedade.

É no final do século XIX, com os jornalistas explorando novos textos e modos de escrever, que foram surgindo as editorias, da maneira que são conhecidas atualmente. Mais precisamente nos anos 60, os jornalistas começaram a se especializar em áreas já acostumados a cobrir ou que já tinham alguma afinidade. Esse modo de trabalho ficou bastante conhecido, e é utilizado até hoje na mídia. Além disso, a autora Gonçalves Andrade (2005), entende que a atuação dos jornalistas esportivos e policiais, não eram bem vistos pela sociedade, pois “qualquer pessoa realizava essa função, porque se entendia que de futebol qualquer pessoa sabia o suficiente para escrever para o jornal”. Foi a partir da evolução tecnológica e com o aparecimento de novos ídolos, em esportes diferentes do futebol, que maior credibilidade foi dada aos jornalistas. Apesar do crescimento de outros esportes, revistas com foco em vôlei e basquete surgiram, e rapidamente, foram encerradas.

2.2 - JORNALISMO ESPORTIVO NO RÁDIO

Oficialmente, a data da primeira transmissão de rádio foi no dia 7 de setembro de 1922, quando o então presidente, Epitácio Pessoa, falou na Exposição Internacional do Rio de Janeiro, e abriu o evento. Em seu texto, Jung (2005), cita que em Recife, no ano de 1919,

foi criada a Rádio Clube de Pernambuco, e muitos consideram essa emissora, como a pioneira no Brasil.²

De acordo com Jung (2004), Roquette-Pinto, em 1923, iniciou um processo singular: com seu lápis vermelho, selecionava notícias dos jornais impressos e as lia ao vivo na rádio, sem horário definido para início ou término. Foi assim que nasceu a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Jung (2004) também destaca que os ouvintes sustentavam a rádio por meio de contribuições financeiras voluntárias. Ainda conforme Jung (2004), a expressão “jornal falado” era bastante utilizada na época, porém, não havia uma busca por alterar a maneira que o jornalismo era feito, apenas, reproduziam as mesmas notícias dos materiais impressos, na rádio.

A tudo isso era acrescentado o preço do receptor de galena, considerado caro para os padrões da época. Comparando: era como comprar um computador de primeira linha e, para ter acesso ao conteúdo, ser obrigado a pagar o provedor e a banda larga, com a vantagem de que naquele tempo não havia anúncios, os pop-ups que teimam em abrir à nossa frente, atrapalhando a navegação. Clubes e sociedades de radiodifusão eram passatempos da elite, que trouxe ao país o conceito de modernização. (Jung, 2014, p.10)

Um grande exemplo da utilização da expressão “jornal falado” é a criação do programa *Jornal Falado Tupi*, que com o passar do tempo, buscava entregar mais rapidez na informação para os ouvintes. Jung (2004) defende que até hoje, esse modo de fazer radiojornalismo é utilizado, apesar de algumas mudanças, mas as ideias iniciais se mantêm presentes.

O jornalismo esportivo na rádio, surge de maneira parecida com o impresso, com o seu espaço sendo construído aos poucos. Soares (1994) considera que, a primeira partida de futebol transmitida no Brasil, via rádio, aconteceu em 1931, no jogo entre a seleção paulista contra a seleção paranaense. Almeida, Araújo e Rubio (2023) compreendem que a Associação Paulista de Esportes Atléticos tentou proibir que essas transmissões fossem feitas. O principal motivo é a preocupação de como as transmissões radiofônicas pudessem afetar a arrecadação da bilheteria. Essas proibições eram recorrentes, pois em 1929, dois jogos tiveram suas transmissões inviabilizadas.²

A Copa do Mundo de 1938 conta com um marco importante para a história do radiojornalismo esportivo nacional: a primeira transmissão esportiva, em cadeia nacional, diretamente da Europa.

Vibrante, polêmico. Foi assim que nasceu o rádio esportivo, um dos gêneros mais instigantes e desafiadores da programação. A combinação entre palavras e ambientação sonora é adrenalina pura. Imagens mentais, a matéria-prima do diálogo

² Informação disponível em: <<https://encurtador.com.br/rLuao>> Acesso em 10 de abril de 2024

do rádio com o ouvinte, são arma poderosa. Se o futebol é adicionado à mistura, cuidado: a fórmula pode tornar-se explosiva. (SWETLANA ORTRIWANO, 1998, p.1)

O locutor Leonardo Gagliano Neto, da Rádio Clube do Brasil do Rio de Janeiro, foi quem realizou, da França, a transmissão diretamente para o Brasil. Além disso, segundo Swetlana (1998), o mesmo era o único radialista sul-americano na ocasião. No Brasil, pessoas se reuniam nas ruas para ouvirem as transmissões de Gagliano Neto.

Bretones (2010), entende que aos poucos, a profissionalização e a evolução tecnológica, fizeram com que os diferentes meios de comunicação, buscassem informar situações diferentes, mas do mesmo acontecimento. Segundo o autor, os jornalistas de impresso e rádio, buscavam uma visão diferente de fatos que a televisão não mostrava. Enquanto isso, as transmissões audiovisuais, tinham seu foco concentrado em imagens e sons.

Atualmente, o esporte possui uma força tão grande nas rádios, que em Porto Alegre, em 2011, foi fundada a Rádio GreNal, da Rede Pampa, que conta com uma programação 24h sobre futebol, e principalmente, sobre a Dupla Gre-Nal³. A principal rádio do Rio Grande do Sul, a Rádio Gaúcha, é referência em transmissões de partidas de futebol via rádio, e conta com diversos programas esportivos na sua grade de transmissão diária. Além dessas emissoras, a Bandeirantes e a Guaíba também contam com uma forte transmissão esportiva para o rádio gaúcho.

2.3 - Jornalismo Esportivo na Televisão

Para falarmos do telejornalismo esportivo brasileiro, é preciso contextualizar, rapidamente, o telejornalismo no geral. O jornalismo audiovisual chega ao Brasil, em 1950, de um modo impactante. Segundo Mello (2009), foi no dia 19 de setembro, que a TV Tupi, transmitiu o primeiro telejornal do Brasil "Imagens do Dia". E foi a mesma TV Tupi, que segundo Gonçalves Andrade (2005), em 1950, que realizou a primeira transmissão esportiva no Brasil, no jogo entre São Paulo e Palmeiras, pela TV Tupi, partida que é considerada um marco histórico nas transmissões esportivas na televisão brasileira. Além disso, outro marco importante da história do jornalismo esportivo no Brasil, é a primeira reportagem filmada para a televisão, sobre o jogo entre São Paulo e Portuguesa, também em 1950.

³ Informação disponível em:

<<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-de-1970-foi-em-cores-mas-maioria-tinha-tv-preta-e-branca-3722>

> Acesso em 12 de abril de 2024

De acordo com Camargo (1998), as primeiras transmissões esportivas audiovisuais, começaram a surgir na década de 30, como, por exemplo, uma partida de beisebol em 1935, nos Estados Unidos ou até mesmo a transmissão do torneio de tênis, Wimbledon, para o Reino Unido, em 1937. Conforme Silveira (2009), na Copa do Mundo de 1958 surgiu o videoteipe, que possibilitava que as pessoas pudessem assistir aos jogos, três dias depois, no cinema. Com a evolução da tecnologia, na Copa do Mundo de 1962, os jogos podiam ser assistidos um dia após a partida, e foi assim, que os jornais começaram a sentir a forte concorrência da televisão.

Em tempos de globalização, como destaca Ramonet (1999, p. 26) a televisão assume o poder, não apenas como a primeira mídia de lazer e de diversão, mas também, agora, a primeira mídia da informação. Considerando que a televisão é que dita a norma e obriga os outros meios, em particular a imprensa escrita, a segui-la. (Mello, 2009, p.1)

Ainda de acordo com Mello (2009), a linguagem da televisão era bastante parecida com a do rádio, com frases mais longas e detalhadas. O Canal 100, conforme Santos (2022), trazia algumas imagens exclusivas do esporte aos brasileiros, de uma maneira bastante conhecida até hoje, com as principais notícias da semana no início do programa, e finalizando com gols e lances das partidas.

Em meio ao “milagre econômico”, na Copa do Mundo de 1970, com o tricampeonato mundial da seleção brasileira, ocorreu a primeira vez que o país assistiu a partidas ao vivo. A partir daí, o futebol se tornou, cada vez mais, uma paixão nacional, fazendo parte da rotina da população. A Copa do Mundo de 70 possui uma curiosidade sobre os direitos de transmissão. A competição ia ser televisionada pela TV Tupi, mas após uma negociação, as emissoras Globo, Record e Bandeirantes, também puderam transmitir os jogos, porém, como havia apenas uma cabine para o Brasil nos estádios, as emissoras realizavam sorteios para decidir quem comentava e narrava cada tempo da partida, já que a transmissão era dividida em duas, onde os narradores e comentaristas dos 45 minutos iniciais, não eram os mesmos dos 45 minutos finais. Além disso, apesar de ser transmitida por canais diferentes, a narração e as imagens eram as mesmas, nos quatro canais.

A televisão proporciona um grande impacto econômico no futebol brasileiro. De acordo com Santos (2022), no final do século XX, as maiores emissoras disputavam os direitos das transmissões esportivas na TV aberta, porém, em 1987, os direitos televisivos foram negociados, de maneira direta e exclusiva, com a Rede Globo. Afinal, o futebol é um negócio, e bastante lucrativo, diga-se de passagem. Com os valores que a televisão pagava aos clubes pelos direitos de transmissão, os mesmos ficaram “reféns”, por conta das cifras envolvidas. Para ter uma base, conforme o levantamento financeiro feito pelo Itaú, (ITAÚ

BBA, 2017, p.11), estima-se que, em 2016, as cotas de televisão, chegavam a 49% da renda total média dos 20 primeiros clubes no ranking da Confederação Brasileira de Futebol.

A partir da popularização dos esportes, canais focados 100% em eventos esportivos e coberturas jornalísticas foram sendo criados. A ESPN, canal mais tradicional de esportes no mundo, foi fundada em 1979, por pai e filho, nos Estados Unidos. No Brasil, a ESPN chegou em 1989 e se tornou o primeiro canal de esportes na TV por assinatura. Dois anos depois, em 1991, a Rede Globo lançou o Top Sport, que em 1994 teve seu nome alterado para o que conhecemos hoje, o SporTV. A partir disso, diversos outros canais de esporte foram criados, alguns deram certo e outros já foram descontinuados, como, por exemplo, o Fox Sports⁴, que teve sua fusão anunciada com a ESPN, em 2023, e deixará de existir. Band Sports e Discovery Turbo são exemplos de canais focados em esportes que continuam em atividade.

2.4 - Jornalismo Esportivo Contemporâneo

Falar de jornalismo esportivo, atualmente, é falar de *streaming*. É cada vez mais comum que transmissões de partidas de futebol, por exemplo, sejam vistas apenas por serviços de *streaming*, como, por exemplo, algumas partidas da Copa do Brasil, que são exclusivas da Amazon, no Prime Video. Mas a era dos serviços de *streaming* não é novidade. O YouTube foi o grande nome deste tipo de serviço, é utilizado, até hoje, como referência para futuros serviços. Grandes empresas de televisão já contam com seus próprios serviços de *streaming*, como Disney+, Star+, HBO Max, Globoplay, etc. Segundo Santos (2022), até mesmo o Premiere FC, sistema de canais pay-per-view do futebol brasileiro, conta com um aplicativo próprio de streaming, desde 2018. E o Premiere FC conta com um sistema muito interessante, pois é possível assinar somente para utilização em plataformas digitais, sem a necessidade de um plano de TV por assinatura.

Enquanto no final dos 80 e início dos anos 90 a televisão brasileira teve um forte impacto no futebol nacional, agora é a vez dos *streamings*. A partir de 2016, a Rede Globo sofreu com rompimentos de alguns clubes, e viu seu monopólio sobre o futebol brasileiro entrar em declínio. Clubes como Athletico, Bahia, Ceará, Fortaleza, Internacional, Santos e Palmeiras começaram a negociar seus direitos de transmissão com a Turner, segundos Santos (2022). A principal justificativa é que o valor não estava justo, baseado nos repasses a outros clubes do eixo.

⁴ Disponível em:

<<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/10/disney-devolve-marca-fox-sports-e-canal-esportivo-deixa-de-vez-o-brasil-aos-12-anos.shtml>> Acesso em 12 de abril de 2024.

Em 2024, com a popularização do *streaming* cada vez mais consolidada, é comum assistir jogos da Série B do Campeonato Brasileiro, pelo canal GOAT, no YouTube, totalmente de graça. Além disso, o aplicativo OneFootball, transmite partidas da Bundesliga, o campeonato alemão, também de maneira gratuita. Esses são apenas alguns exemplos, de como a mídia tradicional, está se moldando e se adaptando a nova era das transmissões. Além disso, jornalistas renomados no mundo esportivo, como o narrador Rômulo Mendonça, conhecido por seus bordões divertidos e narrações únicas, com longa passagem pela ESPN, agora faz parte do time de transmissão do Prime Video, da Amazon.

2.5 - Jornalismo e eSports

A primeira vista, é provável imaginar que os eSports são recentes, mas a verdade, é que as competições de jogos eletrônicos estão na ativa desde os anos 70. Segundo o site da FIA Business School, em 1972, uma competição organizada pela Universidade de Stanford, no jogo *Spacewar*, foi a primeira aparição do que se tornaria os esportes eletrônicos hoje em dia. Já nos anos 80, conforme a FIA, a Atari realizou um campeonato de *Space Invaders*, que contou com mais de 10 mil pessoas. Com o avanço tecnológico e a facilitação do acesso à internet, os jogos eletrônicos começaram a se tornar cada vez mais populares. O continente asiático conta com um investimento forte na modalidade, visto que em 2018, segundo o E-Sportv, a China, investiu mais de R\$ 1 bilhão em uma cidade voltada para esportes eletrônicos.

Altas cifras são os destaques das premiações dos campeonatos, enquanto anos atrás, em 2015, por exemplo, a Go4Lol, campeonato de *League of Legends*, que valia pontos para o Circuito Desafiante, algo como a segunda divisão do Circuito Brasileiro de League of Legends, o CBLLOL, tinha como premiação, segundo dados da época, valores próximos a R\$ 11.000. O maior valor de premiação da história dos eSports, segundo o GE, é do campeonato mundial de Dota 2, o The International 2021, que contou com uma bagatela de US\$ 40 milhões em premiações.⁵

É pela internet que o jornalismo começa a ganhar território neste segmento. Devido à alteração do padrão de consumo e até mesmo da criação de conteúdo, mercados nichados foram ganhando cada vez mais força. Um exemplo, foi a criação do “e-SporTV”, em 2017, um canal no YouTube feito somente para falar sobre jogos eletrônicos e competições. No canal,

⁵ Disponível em:

<<https://ge.globo.com/esports/noticia/the-international-2021-team-spirit-e-campea-e-fatura-us-182-milhoes.ghtml>>

Acesso em 12 de abril de 2024.

realizou-se a transmissão, o Circuito Brasileiro de *League Of Legends* de 2017, o CBLOL. O canal do YouTube foi descontinuado, porém, hoje em dia, o site do GE, conta com uma página dedicada aos esportes eletrônicos, e é atualizada diariamente com as notícias do meio. A *Riot Games*, desenvolvedora do “*League of Legends*”, conta com uma equipe de transmissão, composta por narradores, comentaristas e analistas. Muitas vezes, essas equipes, não possuem jornalistas formados, mas pessoas com expertise avançada no jogo ou ex-jogadores profissionais. Um exemplo na transmissão do CBLOL, é a presença do ex-jogador Murilo “Takeshi” Alves, vice-campeão por cinco oportunidades do CBLOL, que atua como analista.

A plataforma de *stream*, criada em 2011, *Twitch*, é uma das grandes responsáveis pela disseminação dos esportes eletrônicos de modo geral, pois é nela, que diversos criadores de conteúdo transmitem suas partidas, ou até mesmo, campeonatos de jogos de diversas modalidades. Em 2014, a empresa foi comprada pela gigante *Amazon*, por US\$ 1 bilhão. Baseado em dados da própria *Twitch*, em março de 2024, o jogo de tiro em primeira pessoa (FPS) mais assistido na plataforma, foi o *Valorant*, com quase 100 milhões de horas. Só no *YouTube* do *Valorant Esports BR*, apenas um dos meios de transmissão da *Riot Games*, a final do *Valorant Champions Istanbul*, foco de estudo desse trabalho, conta com mais de 1,6 milhões de visualizações.

2.6 - COBERTURAS JORNALÍSTICAS NO TELEJORNALISMO

Para começar este presente capítulo, é importante mapear uma cobertura jornalística. O autor Martins (2023), acredita que essa maneira de produzir jornalismo, remete uma grande importância na forma como o público vai consumir as informações. Ele cita, também, como o jornalismo e até mesmo filmes, documentários e séries podem afetar, negativamente, a sociedade, criando uma possível exaltação em cima dos criminosos. O autor fala de exemplos sobre documentários sobre os casos Elize Matsunaga e Suzane von Richthofen, que foram midiáticos, e tiveram muito tempo de exposição na imprensa brasileira.

Falar de cobertura jornalística, é falar de telejornalismo, afinal, é neste meio, que as coberturas jornalísticas se perpetuaram, seja no jornalismo esportivo, policial ou até mesmo de guerra. Para fins de contextualização, segundo o autor francês, François Jost (2010), a televisão foi criada na primeira metade do século XX, e surgiu como um complemento ao rádio. Ainda conforme Jost (2010), foi após a Segunda Guerra Mundial, que a televisão passa a ter um papel de relevância na sociedade. Ano após ano, com o avanço da tecnologia, a

televisão vai ganhando seu espaço, e com isso, os programas jornalísticos também. Foi em 1950, na TV Tupi, que o programa “Imagens do Dia”, foi ao ar, e assim, se tornando o primeiro programa telejornal da televisão brasileira. Segundo dados do IBGE de 2023, 94,9% dos lares brasileiros possuem um aparelho de televisão. Essa informação ilustra como a televisão possui, definitivamente, um papel importante na sociedade.

Na televisão, uma coisa chamada imagem tem absoluta primazia. Sem imagem, a televisão não passa de um rádio disfarçado. Repórteres de veículos impressos precisam, para trabalhar na tv, ter consciência que imagem é informação. (BITTENCOURT, 1993, p.13)

Bittencourt (1993), acredita que o telejornalismo possui duas palavras-chave: técnica e experiência. O autor cita como exemplo, uma tragédia em São Paulo, onde a equipe do telejornal, “Aqui Agora”, do SBT, registrou um suicídio ao vivo. Neste caso, a referência é clara, as duas palavras-chave, que antes foram citadas. Em seu texto, ele fala sobre duas possibilidades, neste caso, no primeiro, que tudo que a equipe planejou, falhou, ou no segundo caso, que a produção, espera e torce pelo pior, assim, os programas conseguem explorar o *fait-divers*. Ainda em seu texto, Bittencourt (1993), faz um parecer importante sobre as imagens, algo único do telejornalismo: elas não precisam ser bonitas, mas precisam transmitir informação.

Segundo Traquina (2001), em 1998, a cobertura da corrida presidencial norte-americana, é um marco no jornalismo cívico. Conforme o autor, o período é marcado pela pobreza intelectual dos conteúdos publicados por jornalistas, até mesmo, colocando em dúvida a capacidade dos profissionais, perante ao público. Merit (2001), considera o jornalista com um papel essencial na sociedade, porém, acredita que a profissão não está sendo executada da maneira como deveria. Além disso, o autor considera que, o jornalismo e a democracia andam lado a lado, o que faz referência ao que muito se fala do jornalismo ser uma profissão de caráter social. Apesar disso, a mídia possui um papel essencial na formação de opinião da sociedade, visto que, são eles que decidem sobre o que o público vai ter conhecimento e formar uma opinião. Assim, fica claro que, a mídia interfere no modo de pensar da sociedade.

Antes de iniciar uma cobertura jornalística, é preciso passar pelo processo de construção da notícia, que nada mais é que o lead jornalístico, atrelado ao interesse público. Charaudeau (2013), considera que a notícia é “um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado”. Esse processo começa antes

mesmo da publicação da notícia, logo na apuração, passando pela publicação, e depois, passando pelos conceitos de verdade e objetividade.

2.7 COBERTURAS ESPORTIVAS

As coberturas esportivas não começaram pela televisão, mas hoje em dia, é o ambiente que mais conta com esse tipo de jornalismo. Como citado anteriormente neste trabalho, primeiro grande evento esportivo transmitido em uma espécie de cobertura jornalística, da maneira que conhecemos hoje, foi a Copa do Mundo de 1938, transmitida via rádio, diretamente da Europa. O telejornalismo esportivo iniciou-se na década de 50, na TV Tupi, com o jogo entre São Paulo e Palmeiras. Segundo Bretones (2010), 13 anos depois da primeira transmissão esportiva no país, que surgiu o primeiro programa de mesa redonda na televisão brasileira, o “Grande Revista Esportiva”, na TV Rio. Esse formato surgiu com base na experiência de Luiz Mendes, um dos criadores do programa, como telespectador de um debate político na emissora. O programa deu certo, e com isso, recebeu um grande aporte financeiro, de uma fábrica de máquina de escrever, a Facit, e assim, ganhou mais qualidade, e conseqüentemente, consolidou esse modo de fazer jornalismo esportivo. As mesas redondas esportivas, nada mais são do que, uma cobertura sobre os acontecimentos esportivos recentes, e um debate crítico em cima dos fatos. Diversos programas dessa modalidade foram sendo criado com o passar dos anos. Atualmente, o Redação SporTV e o Linha de Passe, da ESPN, são dois dos maiores programas de mesa redonda do país na televisão fechada. Além disso, o “Troca de Passes”, do SporTV, repercute as rodadas dos campeonatos estaduais ou do campeonato brasileiro, e também é um grande programa de mesa redonda, porém, com mais debate e análise, do que propriamente uma cobertura jornalística em cima dos jogos. Na TV aberta, o “Jogo Aberto”, da Bandeirantes, é uma referência nesse estilo de transmissão.

Em um artigo sobre as Olimpíadas de Tóquio, em 2021, os autores Kasper. M. C; Dieder. J. A; Sebastiany. E G; Feltes. A. F; Barth. M; Sanfelic, realizam uma análise sobre a pré-cobertura feita pelo jornal Zero Hora. A pesquisa identificou vários ângulos da pré-cobertura, por exemplo, uma página inteira falando sobre os atletas olímpicos do Rio Grande do Sul, por conta da forte identificação do povo gaúcho e seu bairrismo. Além disso, foi encontrado bastante referências a atletas mais famosos, ou com chances de medalhe, como Robert Scheidt, da vela, e no surf, o bicampeão mundial, Gabriel Medina. De modo geral, as reportagens realizadas no período possuem um intuito claro, de apresentar os

atletas a sociedade, contar suas histórias e aproximar eles cada vez mais do público. A pré-cobertura também falou sobre toda a infraestrutura das Olimpíadas, além da organização e assuntos como vila olímpica, hotel, ginásios e estádios onde seriam disputadas as competições. As Olimpíadas de Tóquio tiveram um grande contratempo, pois a pandemia de Covid-19, adiou o acontecimento dos jogos, e com isso, a Zero Hora trata sobre as mudanças e dificuldades que Tóquio enfrentou na hora de organizar os jogos olímpicos, com todas essas adversidades.

Os Jogos Olímpicos da era moderna sempre foram marcados pela grandiosidade, não só pelo fator econômico, mas também pela divulgação da cultura local do país sede. Por isso, os Jogos Olímpicos são um dos megaeventos mais importantes para as nações e para os países que deles participam. O grande desafio dos Jogos Olímpicos de Tóquio foi a pandemia de Covid-19, que trouxe diversas mudanças na parte cultural dos jogos. (Kasper. M. C; Dieder. J. A; Sebastiany. E G; Feltes. A. F; Barth. M; Sanfelic, p.146)

Um evento esportivo que conta com coberturas cada vez mais completas, e é o sonho de diversos jornalistas, é a Copa do Mundo de Futebol. Soares (2018), em seu texto, fala sobre as transmissões televisivas que aconteciam na década de 60, porém, os jogos não eram ao vivo. Além disso, contextualiza com uma linha do tempo, e os avanços tecnológicos, que proporcionaram mais possibilidades de coberturas cada vez mais completas. A autora realiza uma análise da cobertura feita pelo canal Esporte Interativo, na Copa do Mundo de 2018. Mesmo sem os direitos de transmissão da Copa do Mundo, o Instagram da emissora, que na época, contava com mais de 3,5 milhões de seguidores, era alimentado diariamente com informações, curiosidades e uma pitada de humor. Foram mais de 2400 publicações relacionadas a Copa do Mundo no perfil do canal. A linguagem mais solta e humorada, se tornou uma marca da emissora. Essa maneira de cobrir a Copa do Mundo, pelo Esporte Interativo, deixou ainda mais claro, o poder que a internet tem sobre a sociedade, e como, de fato, ela mudou por completa a forma das pessoas consumirem o conteúdo.

2.8 COBERTURAS NOS ESPORTS

Apesar do primeiro campeonato de esportes eletrônicos ter ocorrido nos anos 70, como citado anteriormente, segundo Pereira (2014), foi na década de 80, que surgiu a primeira competição internacional, e com isso, o primeiro elenco oficial, formado por jogadores britânicos, na equipe *Twin Galaxies*. Porém, apesar das competições já existirem, elas ainda não eram online, ou seja, eram todas disputadas presencialmente. Wagner (2006), cita em seu texto que, foi em 1993, com o lançamento do primeiro jogo de tiro em primeira pessoa, também conhecido como *FPS*, que as competições começaram a se tornar online.

Silva (2019) cita em seu texto que a primeira transmissão ao vivo de um campeonato de eSports, ocorreu em 1997, com o *The Frag*, campeonato realizado pela CPL (Liga Profissional dos Cyber Atletas). A competição era do jogo *Quake I*, um *FPS*, lançado em 1996. Vale ressaltar que apesar do campeonato ser transmitido, não há indícios de trabalhos jornalísticos voltados ao evento.

O final dos anos 90, e a chegada dos anos 2000 gera uma grande movimentação nos esportes eletrônicos, e jogos como *Counter-Strike 1.6*, *Starcraft* e *Quake*, estimularam a cena dos eSports. Em um artigo na Revista Pensar a Prática, BORSATO, M. et al (2020), citam que a partir do início dos anos 2000, os campeonatos de jogos eletrônicos começavam a ganhar o mundo.

O primeiro World Cyber Games (WCG) foi realizado em solo oriental nos anos 2000, precisamente na Coreia do Sul. O campeonato contou com um total de 174 participantes de 17 países diferentes, em busca de uma premiação total de 150 mil dólares. O WCG contou com a disputa de 3 jogos diferentes: Age of Empires II, um jogo de estratégia em tempo real (RTS), Quake III e Starcraft. (BORSATO, M. et al. p13)

Desenvolvido pela Valve, e com mais de 20 anos de história, a franquia *Counter-Strike*, se popularizou rapidamente no mundo todo, tendo sido um fenômeno das antigas *lan houses*. Em uma entrevista⁶ para a RedBull, o brasileiro Sunami Chun, que em 1998, estudava na Coreia do Sul, relewa ter tido seu primeiro contato com uma *lan house*. Ao voltar para o Brasil, ele conta que fundou a *Monkey*, em uma região nobre de São Paulo. No auge, a franquia atingiu mais de 60 lojas espalhadas pelo Brasil. Chun revela que a febre pelo “CS”, foi o que o motivou a abrir novas unidades. Na Coreia do Sul, os jogos eletrônicos já estavam mais disseminados do que aqui no Brasil, e foi em 2001, com a CPL realizando o primeiro evento no Brasil, que uma semente importante foi plantada para o futuro do segmento no país. Considerado o primeiro campeonato mundial de CS, a CPL de inverno de 2001, que ocorreu em Dallas, nos Estados Unidos, teve a equipe sueca, *Ninjas in Pyjamas*, como campeã, e assim, receberam uma premiação de US\$ 50.000. Na época, não havia transmissões das partidas da maneira que estamos acostumados atualmente. Era possível acompanhar a visão dos jogadores dentro do jogo, mas não existia equipes de transmissão, e nem mais informações a vista, era apenas o jogo “puro” sendo transmitido. É possível encontrar na internet, registros de equipes de transmissões na *World Cyber Games 2002*, quando a M19 enfrentou a *Nerve*, na decisão do campeonato de CS.

⁶ Informação disponível em: <<https://www.redbull.com/br-pt/games-passado-esports-brasil>> Acesso em 8 de junho de 2024

Segundo o jornalista Théo Azevedo, na época, colaborador da Folha de São Paulo, em entrevista para a Red Bull, mesmo com o crescimento dos jogos eletrônicos, o jornalismo ainda não enxergava com seriedade. Conforme o jornalista, o clichê que “jovens que ganham dinheiro para jogar games”, era tido como verdade para boa parte da imprensa. Apesar disso, Théo considera que a mídia teve um papel essencial no crescimento do segmento: “Os responsáveis foram os pioneiros, as marcas que apostaram e os primeiros atletas. A imprensa veio depois, para cobrir isso. Nosso papel foi importante, porque não existia YouTube e redes sociais, então era o único jeito de saber o que acontecia.”

Com a aparição na mídia, e com seu público crescendo cada vez mais, diversas marcas começaram a patrocinar os eventos eletrônicos. Intel, Razer e Belkin, são exemplos de empresas que confiaram no potencial dos campeonatos de jogos, e estavam presentes desde os primórdios dos eSports, na CPL de inverno de 2001. Hoje, é comum ver grandes marcas do mundo patrocinando equipes ou campeonatos de eSports. No Brasil, por exemplo, a marca de carros alemã, BMW, patrocina a *paiN Gaming*, uma das maiores organizações do país.

Desenvolvido pela *Riot Games*, em 2009, foi anunciado o lançamento de *League of Legends*, popularmente conhecido como LoL. Em 2011, foi realizado o primeiro campeonato mundial do jogo, que teve a Fnatic, equipe europeia, como a grande campeã. Na transmissão oficial da *Riot*, Rivington Bisland e David “*Phreak*” Turkley comandam a cabine. Ambos não eram jornalistas, e trabalham, respectivamente, como “*Player Support Specialist*” e “*Community Coordinator*”. Atualmente, ambos trabalham como “casters”, como são chamados os integrantes das equipes de transmissão da *Riot*. No Brasil, no surgimento do LoL no cenário competitivo, uma das primeiras transmissões de jogos brasileiros, entre *CNB* x *vTI*, na festa de lançamento do LoL no Brasil, contou com o jornalista, Leon Butcher, na transmissão. Leon, foi um dos poucos jornalistas formados a trabalhar como caster nas transmissões brasileiras da *Riot Games*. O cenário competitivo de LoL performa bem até hoje, e a própria *Riot Games* trabalha em uma cobertura completa sobre as competições. Um exemplo, é o *Mid Season Invitational*, mais conhecido como MSI, que é um dos maiores campeonatos internacionais de LoL. Na edição de 2024, em seu canal no YouTube, a desenvolvedora do jogo realiza uma cobertura completa. Todos os jogos da competição são transmitidos gratuitamente, e, além disso, diariamente, até o fim da competição, o canal é alimentado com o “Boletim do MSI”, com notícias e melhores momentos dos últimos

acontecimentos do campeonato. Já para o cenário nacional, o “Depois do Nexus”⁷, é um programa semanal da Riot Games, com foco no CBLOL.¹² O programa funciona no estilo “mesa redonda”, e conta com análises, informações e até entrevistas com jogadores, criadores de conteúdo ou alguém da equipe técnica de algum dos times envolvidos na competição.

2.9 COBERTURAS JORNALÍSTICAS NO VALORANT

Lançado em 2020, o FPS desenvolvido pela *Riot Games* é um sucesso no mundo todo. Estima-se que mensalmente, Valorant tenha um acesso de mais de 16 milhões de jogadores ao redor do mundo. O cenário competitivo de Valorant conta com as ligas internacionais, separadas em: VCT Américas, VCT EMEA e VCT Pacífico. Além disso, a liga chinesa ingressou no quadro do VCT, e também é considerada uma liga oficial de *Valorant*. As equipes chinesas podem se classificar normalmente para o *Valorant Masters* e *Valorant Champions*.

O cenário competitivo não é formado apenas pelas ligas internacionais. É importante ressaltar a existência do *Valorant Challengers*, uma espécie de segunda divisão do VCT. No Brasil, por exemplo, o *Valorant Challengers Brasil*, ou mais conhecido como VCB, conta com a participação de 10 equipes, que estarão na disputa de vagas para o *Ascension Américas*, um torneio com equipes de outras regiões das Américas, brigando por uma vaga no VCT Américas, principal liga internacional da região. O cenário inclusivo de *Valorant*, com equipes que abraçam mulheres, transsexuais e outras minorias, também possui um sistema parecido de competição, porém, sem a existência do *Valorant Masters*. Vale lembrar, que essas equipes inclusivas, podem participar do cenário misto, que é, normalmente, formado equipes 100% masculinas, mas precisam passar pelo classificatório aberto.

Em termos de coberturas, todas as competições citadas acima, são feitas, exclusivamente, pela *Riot Games*. Cada região tem seu time de *casters*, que realizam as transmissões de todas as partidas das competições oficiais da *Riot Games*. As equipes de transmissão são bem parecidas com as citadas anteriormente neste trabalho, quando falamos de *League of Legends*, pois na sua grande maioria, não há jornalistas nas transmissões, e sim, entusiastas dos jogos, ou ex-jogadores profissionais. Entre 2021 e 2022, a equipe de transmissão da *Riot Games* no Brasil, teve uma jornalista de formação em seu quadro de

⁷ Informação disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c1YZ9mGnMws&ab_channel=CBLOL> Acesso em 8 de junho de 2024

funcionários, a repórter Evelyn Mackus, que teve passagem pela ESPN no setor de eSports, atuou em todas as competições transmitidas pela *Riot Games*.

No *Valorant Champions Istanbul*, na exibição da grande final, a equipe de transmissão que contava com Guilherme "Spacca", Guilherme "Tixinha", Pablo "XRM", Bernardo "Bida", Gustavo "Melão", Guilherme "Nyang, e Leticia "Let", não tinha nenhum jornalista de formação em atuação. Apesar disso, a transmissão é feita com análise dos jogos, levantamento de dados estatísticos, uma espécie de mapa de calor, e até mesmo entrevista com torcedores. Esse tipo de transmissão possui semelhança com transmissões consideradas, mais tradicionais.

3 NARRAÇÕES EM TRANSMISSÕES TRADICIONAIS

Como citado anteriormente neste trabalho, dificilmente as transmissões da *Riot Games*, contam com jornalistas de formação em suas equipes, afinal, por se tratar de um nicho específico, a empresa busca profissionais que entendam do jogo, e que consigam entender a necessidade de comunicação que o público exige.

Rosa (2019), aborda em seu trabalho, a importância do estilo de linguagem utilizado em cada narração esportiva, e exemplifica isso com dois dos maiores narradores da história do jornalismo esportivo, Galvão Bueno e Luciano do Valle. Um dos exemplos comparados, é como cada narrador se comporta no início do jogo. Enquanto Galvão trazia mais informações e estatísticas sobre o confronto e a competição que estava sendo transmitida, Do Valle buscava descrever melhor os lances, algo que é chamado de “narrarismo” pelo autor Schinner (2004), que segundo ele, é um estilo inevitável da narração brasileira. Gomes (2004), identifica dois estilos de narração: o primeiro, no qual os narradores optam por narrar o óbvio, aquilo que o telespectador está vendo; e o segundo, um estilo que rompe com o padrão clássico da televisão, criando uma espécie de diálogo, pois por óbvio, o telespectador já estava vendo o que ocorria. Em seu trabalho, Rocha (2015), utiliza o narrador Silvio Luiz como exemplo desse segundo estilo de narração, algo que era diferente na época, nos anos 70. Ainda segundo o autor, foi dessa maneira que Silvio Luiz, inventou seus bordões. Rocha (2015), comenta sobre a importância de saber com qual público você está se comunicando, e identifica que os canais abertos precisam ser mais redundantes na transmissão. Algo que não é necessário nos canais por assinatura, como ESPN e Sportv, que possuem um público mais nichado, e potencialmente, com mais conhecimento sobre os assuntos.

Barbeiro e Rangel (2006), identificam que as gírias são muito comuns na narração esportiva, e para eles, jogos e esportes são repletos de palavras e expressões, que só fazem sentido para quem faz parte da comunidade desportiva. Os autores acreditam que esses termos devem ser utilizados de maneira moderada, e que caso sejam usados repetidamente, podem acabar se tornando repetitivos e cansativos.

Guerra (2006) utiliza como exemplo, o artigo de Mario Prata, no jornal Folha de São Paulo, que ilustra a visão de um americano, que ao ver a transmissão de uma partida de futebol pela televisão no Brasil, não entendia o porquê do narrador dizer exatamente o que estava acontecendo.

- Por que o locutor diz que o jogador caiu?
- Porque caiu, uai.

- Sim, eu vi que ele caiu. É televisão. Ele não precisa me dizer. Olha lá, dizendo que o goleiro pegou a bola. Eu vi! Será que ele não pode me deixar assistir em paz? É televisão ou rádio?

- Penso: - É que antes era rádio e eles acostumaram a narrar tudo.

- Mas então alguém precisa dizer para eles que a gente não é cego. Olha lá: dizendo que foi falta. Eu vi!

- O americano estava certo, os nossos locutores de televisão acham que estão transmitindo pelo rádio.

- Se o juiz já disse que vai ter mais três minutos de jogo, se o sujeito já levantou a placa mostrando, se lá em cima da televisão está dizendo que vamos ter mais três minutos de acréscimo, por que o locutor tem que avisar à gente que vamos ter mais três minutos de jogo? E precisa dizer que o jogo vai até aos 48 minutos? Não é meio óbvio?

- O americano estava certo.

Conforme Ferraretto (2000), o narrador esportivo, utiliza muito do improvisado em suas transmissões, e mesmo assim, não pode ignorar as regras da língua portuguesa. Isso fica ainda mais claro nas transmissões da *Riot Games*, onde muitas vezes são utilizadas palavras em inglês e termos do mundo *gamer*. É muito comum cada narrador ter seu próprio bordão na hora de gritar gol, ou até mesmo em algum icônico para a partida. Um exemplo disso, é o narrador Milton Leite, do Sportv, que utiliza a expressão “Que beleeza” quando algum jogador comete algum erro cômico durante a partida. Segundo Bezerra (2008), esses bordões são para ilustrar o imaginário do torcedor e conquistar a sua audiência. Ainda conforme o autor, esses bordões são inspirados no seu próprio povo, buscando facilitar uma identificação sobre o que estão falando.

A entonação na narração esportiva é extremamente necessária, seja no rádio ou na televisão. Soares (1994), possui uma ideia de que o narrador é o que o fotógrafo do que acontece. Além disso, o autor entende que a emoção é o combustível mais importante do ser humano, pois, segundo ele, funciona como gatilho de todos os sentimentos. Somado a esse pensamento, Guerra (2009), observa que a emoção vem através do ritmo utilizado na narração, nos efeitos sonoros e em tudo o que compõe uma transmissão esportiva. Contudo, segundo Schinner (2004), apesar de essencial nas transmissões, a emoção deve ser controlada.

Um dos pilares da narração esportiva é a imparcialidade. Segundo Schinner (2004), um exemplo dessa imparcialidade é a final da Copa do Mundo de 1998, quando o Brasil perdeu para a França. Conforme o autor, o correto é noticiar a vitória da seleção francesa, e não a derrota do Brasil. Ainda segundo Schinner, o narrador não deve fazer comentários exclusivamente do ponto de vista do mandante, e, além disso, o profissional deve se tornar um “narrador do Brasil”. É comum que nas redes sociais, sejam feitos comentários a respeito

da “imparcialidade” das narrações. O jornalista Everaldo Marques, na rede social “X”, fez um post sobre a equipe de transmissão da partida entre Corinthians e Bahia, pela 35ª rodada do campeonato brasileiro de 2023, e responde um internauta, que reclama sobre a suposta falta de imparcialidade nas transmissões.

Figura 1 - Everaldo Marques responde comentário sobre imparcialidade na narração



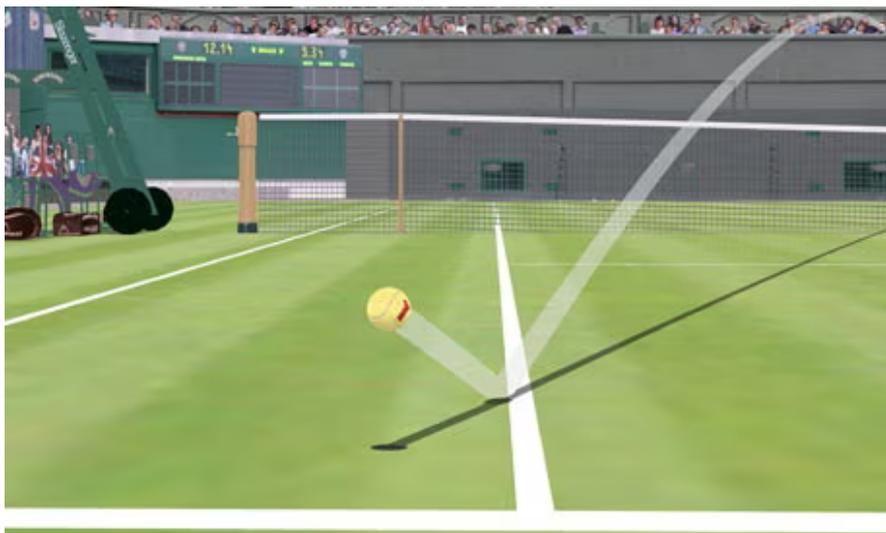
Fonte: perfil no “X” de Everaldo Marques

Um contraponto sobre a imparcialidade nas narrações, é quando o confronto é entre uma equipe brasileira e estrangeira. Neste caso, é comum que as equipes de narração, sejam parciais, torcendo sempre para o time que representa o seu país.

3.1 AVANÇO TECNOLÓGICO NAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS

A evolução tecnológica afeta diretamente a transmissão esportiva, isso ocorre, pois, segundo Hutchins e Rowe (2012), com as novas possibilidades, sejam elas visuais ou não, são criadas novas chances de análises mais profundas, interativas e cada vez mais segmentadas. Um exemplo disso são os replays instantâneos, fornecidos para o telespectador, e hoje em dia, também para os árbitros em alguns esportes, como maneira de garantir ainda mais transparência para o público. Marques (2009), considera o *replay* como algo essencial para a narrativa esportiva. Além disso, esportes como vôlei e tênis, possuem o sistema “Hawk-Eye”, que nada mais é, do que um sistema de *replay*, fornecido por câmeras de alta velocidade, que projetam uma imagem 3D.

Figura 2 - Uma ilustração de como o "Hawk-eye" funciona.



Fonte: The Guardian

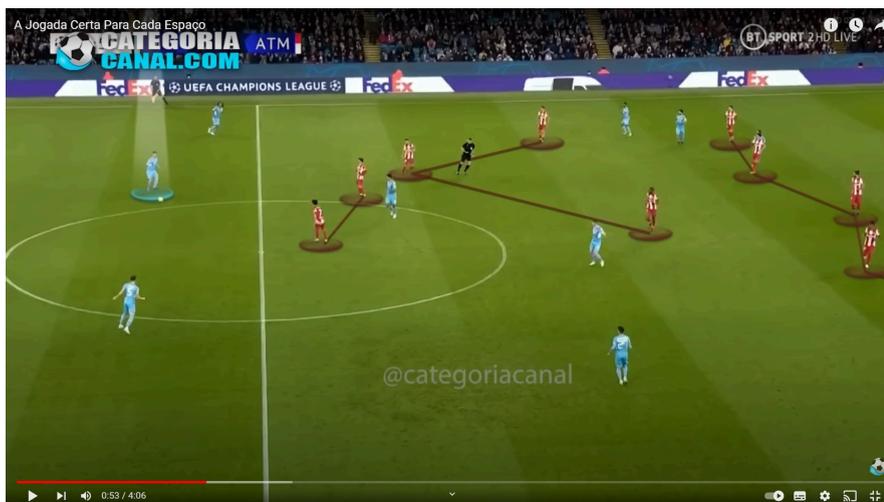
Apesar da alta tecnologia, esse método possui uma margem de erro de 3,6mm.⁸

Com os avanços tecnológicos, as câmeras, as maiores aliadas do telejornalismo, foram ganhando cada vez mais notoriedade. Com isso, as transmissões esportivas começaram a possuir inúmeros ângulos da partida, fornecendo maior quantidade de material para ser analisado e discutido.

Além das câmeras, os gráficos ganharam muito espaço na mídia esportiva, principalmente para os fãs de estatística. Os mapas de calor são utilizados para identificar o posicionamento médio de um jogador, em uma partida de futebol, por exemplo. Outro método comum na mídia esportiva, são as linhas traçadas no campo, identificando um padrão de jogo, espaços livres e movimentações feitas pelos jogadores. Um exemplo disso é o canal no YouTube, Categoria Canal, que conta com esse recurso em diversos vídeos em sua página.

⁸ Informação disponível em: <<https://isatenis.com/como-funciona-o-desafio-eletronico-no-tenis/>> Acesso em 26 de junho de 2024

Figura 3 - Categoria Canal analisando o padrão de jogo entre Manchester City e Atlético de Madrid, pela Champions League de 2022.



Fonte: Categoria Canal

Próximo desse exemplo do Categoria Canal, a realidade aumentada ou até mesmo hologramas criados nos estúdios, proporcionam a interação dos comentaristas e apresentadores com eventos dos jogos, facilitando a análise. As ferramentas de análises táticas oferecem uma profundidade maior ao debate, além de ilustrar, de maneira clara, para todos os públicos, as estratégias e movimentações de cada time. Segundo Marques (2009), as evoluções tecnológicas concedem uma experiência mais personalizada ao telespectador, e ajudam a garantir mais relevância nas transmissões.

3.2 IMAGEM NAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS

As transmissões esportivas tradicionais possuem um padrão de transmissão bem estabelecido, com comentários e informações pré-jogo, divulgação das escalações, a narração do jogo e no fim do primeiro tempo, entrevista com algum atleta. Já no intervalo, são exibidos dos melhores momentos da partida, análise do que ocorreu na primeira etapa, informações rápidas sobre outros jogos da rodada e até mesmo *replays* de gols de outras partidas. Após o jogo, é comum a transmissão ser finalizada com leves comentários sobre o evento, pois o debate mais aprofundado, acaba ficando para os programas de mesa redonda, como o “Troca de Passes”, por exemplo.⁹

Nas transmissões esportivas, a imagem da partida é exibida em toda a tela, com um plano aberto, evidenciando o jogo de cima, possibilitando uma visão mais ampla. Apesar

⁹ Informação disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ccoYDwK9owE&ab_channel=TNTSportsBrasil> Acesso em 26 de junho de 2024

disso, com o avanço tecnológico, e as inúmeras câmeras espalhadas pelos estádios e arenas, existem diversos ângulos em planos mais fechados utilizados para garantir uma imagem mais precisa, e transmitir uma experiência completa para o telespectador.

Por exemplo, o Sportv, em seu pré-jogo, utiliza as imagens da cabine bem aproximadas, em um enquadramento mais fechado, com imagens dos apresentadores e comentaristas, apenas até a cintura. Esse enquadramento é conhecido como plano americano. Segundo Gutmann (2012), o plano americano entrega mais formalidade, e traz hierarquia para a transmissão, o que fica evidenciado na imagem, que, o jornalista Daniel Pereira, mais conhecido como “Dandan” é a principal atração da transmissão, por ser o narrador.

Figura 4 - Carlos Eduardo Lino, Dandan e Pedrinho na cabine de transmissão de Vasco x Criciúma no campeonato brasileiro da série B, de 2022.



Fonte: Sportv

O plano geral é outro enquadramento bastante utilizado, principalmente nos programas de mesa redonda. A autora descreve o plano geral com os apresentadores ou comentaristas enquadrados juntos em um plano aberto, que permite a visualização do cenário. Segundo ela, o plano geral oferece um efeito de inclusão do telespectador, na tentativa de configurar um sentido de conversa entre os apresentadores e o público. Gutmann (2012) entende que os enquadramentos expõem estratégias performáticas e verbais, e mesmo em planos que proporcionam uma ideia de diálogo com o público, o apresentador não é destituído do lugar de autoridade.

As transmissões de esportes eletrônicos possuem uma dinâmica um pouco diferente do convencional, principalmente em jogos de *FPS*. Apesar de ser possível uma visão ampla do mapa, vindo de cima, essa imagem não seria interessante para a transmissão, pois não entregaria o máximo de informações necessárias para o público. Por conta desse detalhe, em

jogos de *FPS*, o mais comum, é que os jogadores tenham suas telas transmitidas, um a um, e com isso, o profissional responsável pela câmera, deve entender do jogo, para identificar os melhores momentos para alterar para a tela de quem está sendo transmitido. Um ponto importante da imagem em transmissões de jogos *FPS*, é na questão do conhecimento do jogo. Para entender o que está acontecendo em uma partida da *Valorant*, é necessário um conhecimento prévio, pois mesmo que a transmissão tenha o intuito de passar todas as informações possíveis, muitos detalhes passam despercebidos. Além disso, nas transmissões de *Valorant*, é possível acompanhar as reações em tempo real, do jogador que está tendo sua tela transmitida.

Figura 5 - Erick “Aspas” Santos “cumprimentando” seu companheiro de equipe após conquistar a vitória em um round, no jogo entre LOUD x Optic, na final do Valorant Champions Istanbul 202.



Fonte: Riot Games

Já em relação ao formato de transmissão e o enquadramento dos profissionais, a ideia é bastante parecida com as transmissões mais convencionais. Enquanto o jogo está sendo transmitido, a equipe de *casters* não aparece, apenas o jogo, os *cyberatletas* e a torcida são visualizados. Esse método de transmissão é bem recorrente nos esportes tradicionais, onde a equipe que está transmitindo a partida, aparece apenas no pré, pós e no intervalo dos jogos. Nesses momentos citados, o enquadramento varia, mas é bem recorrente o uso do plano geral, e do plano americano.

3.3 INTERATIVIDADE COM O PÚBLICO

A interatividade com o público não se resume apenas a mensagens nas redes sociais ou entrevistas ao vivo no estádio, algo muito comum nas transmissões de pré-jogo. Segundo Marques (2009), a interatividade é uma das principais inovações que a digitalização trouxe

para o jornalismo. Para o autor, agora, os telespectadores não são mais apenas meros receptores de conteúdo, pois eles podem participar ativamente da transmissão.

A transmissão da *National Football League*, a *NFL*, liga de futebol americano dos Estados Unidos, para o Brasil, é feita pela ESPN. Para trazer o público para mais perto de um esporte que, apesar de já ter seu público no país, ainda é visto como complexo, a ESPN utiliza na rede social "X" a #NFLnaESPN, para que o telespectador possa participar, com sugestões, perguntas e até mesmo comentários sobre os jogos.

Em uma era tomada por *streamings*, os chats ao vivo acabam se tornando uma ferramenta de interação entre o público e o apresentador. No caso de *streams*, esse tipo de comunicação ajuda no fortalecimento da comunidade, principalmente em conteúdos mais nichados, como *Valorant*, por exemplo. Ainda assim, é comum assistir entrevistas realizadas ao vivo com torcedores de times de *Valorant*, já que os jogos são realizados em uma arena, com ingressos disponíveis para o público.

A fortificação desse elo entre o público e o apresentador, é ilustrado por Hutchins e Rowe (2012), que abordam o tema e identificam que o público moderno busca uma experiência mais participativa.

A interatividade não é apenas a participação efetiva do público na transmissão do evento, mas sim, poder proporcionar uma experiência personalizada para o telespectador. É dessa maneira que o serviço de streaming da *National Basketball Association*, a *NBA*, oferece uma seleção de câmeras específicas para que o espectador assista ao jogo da maneira que preferir. Além disso, o telespectador possui um controle sobre os replays e até mesmo opções diferentes de narração. A televisão proporcionava uma visão de mão única no quesito interatividade, segundo Pereira (2014). Conforme a autora, o telespectador pode simplesmente mudar de canal, e assistir outro conteúdo.

Billings (2011), entende que essa interatividade com o público, não gera apenas um maior engajamento dos telespectadores, mas também, novas oportunidades para patrocinadores, fazendo com que a economia das transmissões esportivas se mantenha em movimento. Outro ponto que o autor identifica, é que com essas novas ações sendo criadas, é possível alcançar um público cada vez mais segmentado.

As redes sociais são, atualmente, sinônimo de interatividade, e Recuero (2009), identifica um conjunto de dois elementos para definir redes sociais. Seriam eles: atores (pessoas, instituições, grupos. Os nós da rede) e as suas conexões. Além disso, a autora considera que as redes, são apenas uma metáfora para observar os padrões de um grupo

social, a partir das conexões estabelecidas, entre os atores e suas conexões. Com todo avanço tecnológico e o aparecimento por completo das redes sociais, a televisão foi obrigada a compreender este movimento, conforme Pereira (2014). Ainda segundo a autora, o antigo “*Twitter*”, hoje em dia, “*X*”, ganhou forte popularidade no mundo todo por ser uma ferramenta que promove debates e também ajudou na velocidade de divulgação de informações jornalísticas. Pereira (2014) traz em seu texto, a ideia de que o programa até pode terminar na televisão, mas ele continua na rede social.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho de conclusão de curso visa analisar os elementos jornalísticos presentes na transmissão da final do *Valorant Champions Istanbul*, destacando a integração de rotinas de produção tradicionais do telejornalismo esportivo com inovações tecnológicas. Para alcançar este objetivo, a metodologia adotada é uma abordagem qualitativa com Análise de Conteúdo, baseado na autora Bardin (2016).

A escolha pela abordagem qualitativa justifica-se pela necessidade de estudar e identificar as características e nuances das transmissões de eSports, especificamente do *Valorant Champions Istanbul*. Esse método de pesquisa permite uma análise detalhada dos aspectos jornalísticos, visuais e narrativos das transmissões, proporcionando uma visão completa sobre como esses elementos são combinados para criar uma experiência imersiva para o público. Segundo Carvalho (2008), a pesquisa qualitativa é particularmente eficaz para explorar e compreender significados complexos e dinâmicos, essencial para analisar as características das transmissões de eSports. Outro autor que comenta sobre as pesquisas qualitativas em seus trabalhos é Gil (2010). Ele entende que esse método de pesquisa possibilita uma compreensão aprofundada dos fenômenos sociais e humanos. Segundo o autor, essa metodologia é uma alternativa para explorar questões complexas e subjetivas, onde contexto e interpretações individuais possuem um papel impactante.

Já a Análise de Conteúdo, conforme descrita por Bardin (2016), é uma técnica que permite a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. A autora identifica a AC como “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 2016, p. 15). Além disso, a autora considera que um dos benefícios para o pesquisador, é que a análise de conteúdo permite comunicar e avaliar criticamente, com independência dos resultados. Bardin (2016) propõe três etapas ao realizar a análise de conteúdo, são elas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Ainda segundo a autora, a pré-análise consiste em um planejamento do trabalho a ser elaborado. Já a exploração do material, nada mais é do que a análise propriamente dita. E com a terceira fase, é possível propor inferências.

Baseado na metodologia escolhida, este trabalho foi realizado seguindo as teorias descritas por Bardin (2016), com isso, na primeira fase, foram identificados pontos importantes a serem abordados na análise, e assim, foram categorizados, seguindo a

transmissão. O material analisado foi repetidamente assistido, visando compreender e identificar aspectos jornalísticos relevantes no conteúdo. Já na segunda parte, com o material previamente analisado e categorizado, a análise foi feita baseada nos autores previamente citados neste trabalho. Por fim, com os resultados obtidos e livre interpretação, é possível compreender, como a *Riot Games* conduz suas transmissões. A categorização deste objeto foi escolhida em três tópicos: narrativa, recursos visuais e sonoros e interatividade. A escolha dessas categorias foi feita baseada nos principais locais que os aspectos jornalísticos são empregados na transmissão.

Narrativa: Estrutura da narração utilizada, identificando os estilos escolhidos por cada narrador. Além disso, foco em bordões, imparcialidade, linguagem e entonação utilizada em cada momento da partida.

Recursos visuais e sonoros: Utilização de gráficos, estatísticas, efeitos sonoros e todas as ferramentas benéficas para a transmissão de informações para o público.

Interatividade: Mecanismos de interação com o público, como chats ao vivo, redes sociais e entrevistas, que permitem uma participação ativa dos espectadores.

4.1 DESCRIÇÃO DO OBJETO

Realizada no dia 18 de setembro de 2022, a grande final do campeonato mundial de *Valorant*, o *Valorant Champions Istanbul*, contou com a transmissão da partida pelas equipes de transmissões da *Riot Games*, em um formato melhor de 5, entre a equipe brasileira, LOUD, contra a norte-americana, OpTic Gaming. Cada região do cenário competitivo de *Valorant* conta com uma equipe de transmissão específica, e no Brasil, a equipe da grande final foi composta por dois narradores, sendo eles, Bernardo “Bida” e Pablo “XRM”. Além disso, Guilherme “Spacca”, Guilherme “Nyang”, Guilherme “Tixinha” e Letícia “Let” atuaram como comentaristas e analistas na transmissão. Gustavo “Melão” ficou responsável por entrevistar a torcida na *watch party*¹⁰, na Arena Xdome, um espaço *gamer* em São Paulo.

A título informativo, o torneio foi composto por 16 equipes, divididas em quatro grupos, com quatro equipes, onde apenas os dois primeiros se classificavam. Após a realização da fase de grupos, a competição segue para o formato de chave superior e chave inferior. Todas as equipes iniciam essa fase do torneio na chave superior, mas caso fossem derrotadas, disputam a repescagem, valendo a permanência, na chave inferior. Na prática, com duas

¹⁰ Watch party é um termo utilizada para se referir a uma retransmissão oficial dos campeonatos, normalmente, em canais de criadores de conteúdo e/ou influenciadores, ou em locais como a Arena Xdome, para atrair público e criar um espaço semelhante a um cinema, mas com torcida. (n.a)

derrotas na fase eliminatória, a equipe é eliminada da competição. Os jogos são disputados em uma melhor de três mapas, excluindo a final da chave inferior, decidida em uma melhor de cinco, semelhante a grande final. As duas equipes finalistas já tinham se enfrentado na competição, em duas oportunidades. Na fase de grupos, a OpTic Gaming venceu a LOUD, por 2 mapas a 1. Já na final da chave superior, a equipe brasileira levou a melhor, e venceu a OpTic por 2 mapas a 0. A grande final foi disputada em uma melhor de cinco mapas. A LOUD, equipe brasileira, venceu o confronto por três mapas a um, com vitórias na *Ascent*, *Breeze* e *Haven*, enquanto a OpTic venceu apenas na *Bind*. A LOUD foi a primeira organização brasileira a ganhar o campeonato mundial de *Valorant*. No final da série, a equipe campeã cumprimenta os adversários, e segue para a frente do palco, onde recebe o troféu, e também, realizam uma breve entrevista com a equipe da *Riot Games* que está presente na Turquia.

4.2 ANÁLISE DO OBJETO

O objeto analisado neste trabalho, é a transmissão da final do *Valorant Champions Istanbul*, realizada pela *Riot Games*, desenvolvedora do jogo. O intuito da pesquisa é identificar aspectos jornalísticos presentes durante a transmissão da partida. A partir da Análise de Conteúdo, proposto por Bardin (2016), foi possível categorizar alguns aspectos relevantes para a transmissão esportiva feita pela *Riot Games*, como narrativa, interatividade e recursos visuais e sonoros.

A primeira análise é sobre a narrativa. O objetivo é identificar e compreender algumas das estratégias utilizadas pela empresa e por sua equipe de transmissão, como: narração, linguagem, bordões, imparcialidade e entonação.

A segunda categoria analisada é sobre os recursos visuais e sonoros utilizados pela transmissão. Neste tópico, o intuito é entender como a utilização de imagens, gráficos, *replays* e estatísticas são benéficas para a transmissão e para o telespectador.

A última categoria analisada é a interatividade. Neste contexto de uma transmissão feita exclusivamente via plataformas de *streams*, é necessário estudar como a empresa usufrui dos mecanismos disponíveis para gerar essa interação, como chats ao vivo, utilização das redes sociais e até mesmo entrevistas com torcedores.

4.2.1 - NARRATIVA

A transmissão inicia com uma clássica chamada para o jogo, trazendo um ar de emoção e suspense para a partida. O conteúdo gerado pela *Riot Games*, conta,

resumidamente, um pouco da história dos dois times na competição, mostrando bons e maus momentos das equipes, além de breves falas dos jogadores. A linguagem diversificada entre a narração da chamada, e a fala dos jogadores, ajuda a manter o público engajado, e também, garantir a emoção e o suspense necessário para o começo da partida.

Figura 6 - Chamada para o jogo, criada pela Riot Games



Fonte: Riot Games

A ideia do conteúdo é promover a partida, e a rivalidade entre as equipes. É importante ressaltar que o confronto LOUD e OpTic já tinha ocorrido em outras competições internacionais em 2022, e já era considerado um clássico pela comunidade. No minuto 33:08 da transmissão, ainda na chamada para o jogo, o jogador da LOUD, Gustavo "Sacy" fala explicitamente que a OpTic é a grande rival da LOUD, fomentando a rivalidade sadia entre as equipes. Para contemplar com ainda mais emoção, o argentino Matías "Saadhak", jogador da LOUD, declara "Se eu vencer o *Champions*, meu sonho se tornará realidade". Essas chamadas são utilizadas de maneira recorrente nas transmissões esportivas, seja em canal aberto ou fechado. Um exemplo é a chamada a Copa Libertadores da América de 2024, feita pela TV Globo.¹¹

O pré-jogo assemelha-se a transmissões de esportes na televisão, considerados mais tradicionais, como futebol, por exemplo. Isso acontece por conta de diversos aspectos utilizados em ambas as transmissões. A abertura fica por conta dos narradores, Bernardo "Bida" e Pablo "XRM". "Salve salve, rapaziada" é assim que "XRM" inicia a transmissão da grande final. Fica claro, logo de começo, que a linguagem escolhida pelo narrador, é algo mais próxima do público-alvo da transmissão, já que o jogo possui a classificação indicativa para maiores de 13 anos. Conforme Rocha (2015) é muito importante que você saiba o

¹¹ Informação disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JGVy9L6hix4&ab_channel=TVGlobo> Acesso em 28 de junho de 2024

público com quem você está se comunicando, e a transmissão da Riot Games faz isso de forma adequada.

Além disso, Gustavo “Melão”, que está na Arena Xdome, na *watch party*, entrevista Celi, tia do Felipe “Less”, jogador da LOUD.

Melão: “Há menos de um ano, assim, ele estava vivendo outra vida, agora está rodando o mundo, um dos melhores jogadores do mundo, que doideira é essa aí para a família dele?”

Celi: “Nossa, nós estamos muito felizes, eu, como tia, assim, uma torcedora louca. E a gente veio de Curitiba para vir torcer aqui, porque eu prometi que, se a LOUD chegasse nessa final, nós viríamos assistir o jogo aqui, e estou aqui, eu e meus filhos, pela torcida da LOUD. GO LOUD! Vamos lá, vamos trazer esse título!”

A entrevista com um familiar, somada a chamada realizada para a partida, garante um tom de emoção para a grande final, e vai na linha do que Schinner (2004) fala em seu texto, quando ele deixa claro que a emoção é essencial nas transmissões, mas isso deve ser controlado. A entrevista mais “solta” e com termos mais distantes da formalidade, traz um tom de descontração, mas também, pode passar a imagem de amadorismo. Nessa parte da transmissão, fica claro a necessidade de um profissional de jornalismo estar presente no lugar do “repórter” Gustavo “Melão”, visto que a linguagem escolhida é ruim, e passa a visão de alguém que não está capacitado para a realização da conversa.

Figura 8 - Gustavo “Melão” entrevista a Celi, tia do jogador, Felipe “Less”, da LOUD.



Fonte: Riot Games

Esse início de transmissão é marcado por uma breve fala de cada um dos quatro comentaristas/analistas, servindo como uma apresentação para o público. Fica nítido que Guilherme “Tixinha” é quem está comandando a transmissão. Isso acontece por conta do jogo de câmeras, que deixa o apresentador em foco, no meio, e assim, ele comanda a

sequência de falas dos outros profissionais presentes, chamando um a um. Guilherme “Spacca” é responsável por recapitular o campeonato, comentando sobre a fase eliminatória e rapidamente, trazer um resumo sobre o que já aconteceu no torneio, até a grande final. A partir desse resumo, os outros integrantes da transmissão, fazem breves falas sobre o que aconteceu na competição e o sentimento para a grande final. A transmissão brasileira mostra alguns recados em vídeo de outras pessoas do cenário nacional de *Valorant*, como jogadores, criadores de conteúdo e até mesmo, a namorada de um dos *cyberatletas* envolvidos na final, todos enviando boas energias para os jogadores da LOUD. Esse conteúdo, gerado em vídeo pela *Riot*, reforça a carga emocional que o confronto possui, entregando a mensagem de que a LOUD é o Brasil no *Valorant*. Outro ponto importante a se destacar, é que Gustavo “Sacy” e Jaccob “Yay”, jogadores da LOUD e OpTic, respectivamente, gravaram entrevistas, transmitidas no pré-jogo, e falaram sobre o sentimento desse clássico estar decidindo mais uma competição internacional.

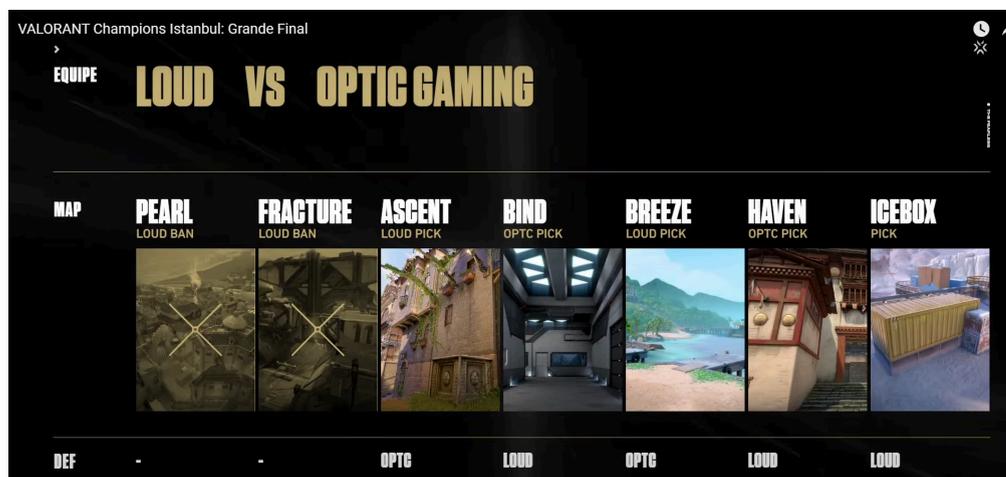
Após as entrevistas, a transmissão parte para uma fase mais próxima ao jogo, trazendo as escalações de cada uma das equipes, e realizando breves comentários sobre o desempenho dos jogadores. Além disso, são recapituladas imagens dos jogadores saindo do hotel, em direção à van, enquanto são ovacionados por torcedores. Esse tipo de conteúdo é bastante comum nas transmissões esportivas tradicionais, principalmente, em jogos decisivos, como em fases eliminatórias e finais. Um exemplo próximo disso, é a TV Globo, em 2021, acompanhando a chegada do time do Flamengo ao Brasil, que tinha conquistado a Copa Libertadores da América¹². Esse conteúdo, nada mais é do que uma maneira de entregar uma cobertura completa para o público, mostrando momentos fora dos campos, e neste caso, fora dos servidores.

Ainda antes do jogo, a transmissão foca em trazer algumas estatísticas individuais dos jogadores, como Bryan “Pancada”, Jimmy “Marved”, Felipe “Less” e Victor “Victor”. Os analistas e comentaristas realizam breves falas sobre os jogadores, utilizando os números obtidos como base, mas não falam diretamente dos números, e sim, do desempenho e do impacto do jogador para o seu time. Esse tipo de comentário, baseado nos desempenhos dos times, e do impacto do jogador na equipe, mostra que a equipe de transmissão possui o conhecimento necessário para debater o assunto, não apenas se embasando nos dados estatísticos entregues. Logo após as estatísticas, é a vez da seleção de mapas dos confrontos. No cenário competitivo de *Valorant*, existem sete mapas disponíveis para serem

¹² Informação disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-cz7yscb9oQ&ab_channel=ReiRossi2023> Acesso em 28 de junho de 2024

escolhidos ou vetados, e cada time utiliza das suas estratégias para escolher quais mapas serão jogados ou não. A LOUD, por vir da chave superior, tinha uma vantagem de banir os dois primeiros mapas da série. Com isso, a OpTic não possuía nenhuma possibilidade de veto na grande final.

Figura 8 - Escolha dos mapas na partida entre LOUD X OpTic.



Fonte: Riot Games

A partir disso, os comentaristas realizam novos comentários na transmissão, com foco nas estatísticas e desempenho de ambas as equipes nos mapas. A LOUD, por exemplo, tinha um veto permanente no mapa "Pearl". Mas com a possibilidade de vetar dois mapas, escolheu por retirar "Fracture", mapa que a própria LOUD perdeu para a OpTic na fase de grupos.

Conforme Hutchins e Rowe (2012), a evolução tecnológica propicia o encontro de dados estatísticos com mais facilidade, tornando a transmissão mais informativa e até mesmo, mais clara para as pessoas que não possuem um conhecimento tão apurado sobre o jogo. Além disso, essa evolução proporciona que os conteúdos possam ser melhor analisados. Ainda antes de iniciar a partida, alguns momentos importantes de LOUD e OpTic no campeonato são recapitulados, com comentários do time de *casting* da *Riot Games*.

Após a introdução, os times entram no palco, e os jogadores são apresentados um a um, indo para a parte da frente do palco, e cumprimentando a torcida. Depois da apresentação, os jogadores escolhem os agentes¹³ que serão utilizados no mapa a seguir. É importante salientar que *Valorant* possui 24 agentes disponíveis para serem selecionados.

¹³ Agentes são como são chamados os personagens de *Valorant*. Eles são divididos em quatro funções dentro do jogo, são elas: duelista, controlador, iniciador e sentinela. (n.a)

Para os seguintes jogos, o pré-jogo se mistura com o pós-jogo. Pelo intervalo de tempo ser curto entre um jogo e outro, não há muita distinção entre o pré-jogo e o pós-jogo. Apesar disso, os comentaristas e analistas discutem alguns dos principais pontos do mapa que foi finalizado, além de estatísticas e *replays* de momentos importantes. Gustavo “Melão”, na *watch party* também é acionado para comentar sobre o clima do local. Algo muito próximo do que acontece nos intervalos de partidas de futebol, por exemplo.

Fora das partidas, a linguagem utilizada é bastante informal, com bastante gírias e termos internos de *Valorant*. Outro ponto a ser destacado na linguagem do time de transmissão da *Riot Games*, é a falta de imparcialidade. Neste caso, os comentaristas se referem a LOUD, como “a gente”, explicitando uma torcida para a equipe brasileira. A imparcialidade é considerada um dos pilares da narração esportiva, mas apesar disso, até mesmo em transmissões dos esportes tradicionais, em partidas internacionais, as equipes de transmissão tendem a torcer para os times brasileiros. Já no *Valorant*, a torcida é ainda mais clara, com gritos e vibrações, diretamente da cabine. A verdade é que a transmissão da *Riot Games*, nada mais é, do que uma torcida para equipes brasileiras.

Esse ponto sobre a torcida na transmissão, vai levemente ao encontro com o que Schinner (2004) acredita, que o profissional deve se tornar um “narrador do Brasil”.

Figura 9 - Guilherme “Tixinha” fazendo o “L”, de LOUD. Símbolo adotado pela torcida e pela equipe.



Fonte: Riot Games

Neste caso, diferente das transmissões do campeonato brasileiro, por exemplo, não há uma reclamação pela suposta falta de imparcialidade nas narrações, visto que, neste exemplo, a LOUD, está representando o Brasil.

É comum em mesas redondas sobre futebol, ou até mesmo em transmissões de partidas, que ex-árbitros e ex-jogadores tenham conquistado espaço de jornalistas, por, supostamente, terem mais conhecimento sobre o assunto. O mesmo acontece na transmissão da *Riot Games*, visto que Guilherme “Spacca” e Guilherme “Nyang” são ex-jogadores profissionais. Silveira (2009), afirma que a comunicação esportiva deve ir além do puro espetáculo, e por isso, o jornalista deve ter conhecimento suficiente para transmitir dados técnicos sobre a prática. Ademais, a autora acredita que a relevância da editoria de esportes, está justamente nessa variedade de assuntos e modalidades abordadas. A autora explica que as redações estão reduzidas, e com isso, fica difícil do repórter conseguir se dividir em todas as categorias. E mesmo que conseguisse uma especialização em certa área, nem sempre a empresa estaria interessada nessa especialização. É importante salientar que não há nenhum jornalista formado na transmissão da grande final do *Valorant Champions Istanbul*. Há a clara preferência por especialistas na *Riot Games*.

"A solução providencial é a utilização de ex-atletas que atuam como comentaristas. É necessário, sim, ser especialista, mas no sentido de quem estudou o assunto, acompanha-o e não como ser alguém aposentado ou atividade na área, que não é jornalista. (Silveira, 2009, p.67)

Um exemplo da linguagem bastante informal, e até mesmo podendo ser considerada mais amadora, é quando aos 38:37, Guilherme “Tixinha” ao chamar a entrevista de Gustavo “Sacy”, utiliza do apelido “careca” para se referir ao jogador, algo que estava sendo bastante comum nas redes sociais. É importante reforçar que a grande maioria dos atletas de *Valorant*, são amigos de algumas pessoas da equipe de transmissão, por isso esse linguajar mais leve é empregado em algumas situações. Apesar dessa proximidade entre a equipe de transmissão e os jogadores, as críticas são distribuídas quando necessárias.

No quesito narração, a *Riot Games*, inova para a transmissão da grande final. São dois narradores atuando juntos nas partidas. Com isso, novas possibilidades são criadas a cada momento, utilizando do improviso e da conexão entre os dois narradores. O improviso é uma ferramenta importante, mas os narradores não podem ignorar as normas da língua portuguesa, conforme Ferraretto (2000). Neste caso, isso acaba sendo um pouco mais complicado, pois muitas palavras e termos utilizados, vem do inglês. Baseado em Barbeiro e Rangel (2006), essas expressões acabam fazendo parte da transmissão, mas devem ser utilizadas com moderação. No *Valorant*, há inúmeros termos inseridos em um meio específico, que acabam fazendo sentido para quem está consumindo.

Enquanto Silvio Luiz usufruía de uma espécie de diálogo com o público, segundo Rocha (2015), Bida e XRM, muitas vezes narram, conversando entre si, e alternam suas

vozes na narração. Essa inovação proporciona um dinamismo para a transmissão, prendendo a atenção do público. Apesar do diálogo entre os narradores, ambos também utilizam do “narrarismo”, elaborado por Schinner (2004), e narram o que está sendo visto pelo telespectador. Em alguns casos, esse estilo é adotado por conta do público que está sendo atingido e para que essa parcela, consiga compreender o que está sendo transmitido. Isso ocorre principalmente na TV aberta. Ainda segundo o autor, existe uma divisão rítmica, que pode ser dividida em três zonas: de atenção, de intermediária e de tensão. Embora uma partida de *Valorant*, tenha, no mínimo, 13 rounds, essas zonas aparecem na transmissão, mas de maneiras completamente diferentes, mas é possível identificar como a narração e a entonação muda, com o passar do tempo, e do ganho de espaço dos jogadores na partida.

A entonação é uma maneira que a sociedade, em um geral, transmite diferentes sentimentos para determinados momentos. Na narração esportiva, ela é essencial. No futebol, por exemplo, é comum notarmos uma aceleração na voz e uma entonação diferente do padrão, quando acontece um ataque potencialmente perigoso. Já na transmissão de *Valorant*, todo round, nos momentos de combate e em situações de *clutch*, os narradores utilizam da entonação diferenciada para trazer mais emoção a transmissão.

Além da necessidade do público de possuir conhecimento prévio do jogo, para conseguir receptor o máximo de informações, é preciso ficar atento aos termos que são utilizados durante a transmissão. Expressões como *smoke*, *rush*, *clutch*, *pistol*, *stack*, *spikesite*¹⁴, são próprias do mundo gamer ou até mesmo apenas de *Valorant*. É possível considerar que o *Valorant* possui uma linguagem própria, o que dificulta a inclusão de pessoas que não acompanham o jogo de maneira mais contínua. Apesar dessas expressões serem utilizadas na transmissão, a narração e os comentários não cometem nenhum erro gramatical muito grave.

Pablo “XRM” utiliza do seu bordão “uma máquinaaaaaaaaaa” em situações onde algum jogador realiza um round muito impactante para o seu time, vencendo *clutch*, ou abatendo grande parte da equipe inimiga. O emprego de bordões, segundo Bezerra (2008), ajudam a ilustrar o imaginário do torcedor e fidelizar a sua audiência. Não é por acaso, que XRM é muito conhecido por conta desse seu bordão.

¹⁴ “Smoke” termo utilizado para fumaça, ferramenta para obstruir a visão do time inimigo. “Rush” expressão empregada para destacar um avanço rápido em algum lugar do mapa. “Clutch” é uma situação no final do round, quando o confronto vai decidir quem vence o round. “Pistol” é uma expressão utilizada para o primeiro round do jogo, no qual os jogadores utilizam apenas pistolas no round, “Stack” é uma situação onde um dos times utiliza uma estratégia de colocar a grande maioria do seu time, em apenas um local do mapa. “Spikesite” é o local onde a bomba (spike) deve ser plantada. (n.a)

“Acho que eles (os bordões) precisam vir de uma maneira espontânea. Tem que ter a personalidade do narrador casando-se com aquele momento do jogo, aí vira uma marca, que as pessoas repetem e lembram de você. No rádio, eles funcionam mais porque criam uma imagem, como o “caçapa”, o torcedor ouve e sabe que foi gol.” (GOIS, 2021, p. 23)

No *Valorant*, existe a opção do time usufruir da pausa tática, quando os jogadores podem se comunicar com a sua comissão técnica, na tentativa de mudar suas estratégias para o jogo. Esse período tem a duração máxima de 1 minuto. Também há a existência da pausa técnica, quando há problemas com os periféricos ou até mesmo com o computador dos jogadores. Na pausa técnica, não há limite de tempo, mas as equipes não podem conversar entre si, e nem com seu *staff*, por isso, a equipe de transmissão deve ter conhecimento do jogo, das equipes e do campeonato, para que esse tempo ocioso, seja utilizado, de maneira improvisada, para entreter o público.

Figura 10 - Pausa técnico no segundo mapa entre LOUD X OpTic. Essa pausa teve pouco mais de 3 minutos.



Fonte: Riot Games

São inúmeras variáveis que afetam os narradores e os responsáveis pelas imagens das transmissões, por isso, todo cuidado é pouco, já que mesmo sem todas as informações disponíveis, essas duas funções são essenciais para transmitir o máximo possível ao telespectador. Mesmo assim, inúmeros lances não são transmitidos para o telespectador. É neste momento que o conhecimento do jogo se torna ainda mais importante por parte da equipe de *casting*. Afinal, grande parte do jogo acontece fora da tela transmitida ao público.

4.2.2 RECURSOS VISUAIS E SONOROS

Desde o início da transmissão, fica nítido o dinamismo proposto pela *Riot Games*, com o jogo de câmeras utilizado, fazendo alguns movimentos pelo estúdio. A variação, durante a

transmissão no estúdio, entre o plano geral e o plano americano¹⁵ é bastante comum. Essa alternância de planos possui a ideia de mostrar, e dar rosto a todos os presentes no time de transmissão, principalmente no plano geral. Já no plano americano, o intuito é garantir a autoridade para quem está se comunicando com o telespectador.

Dentro do jogo, o dinamismo é ainda maior. Enquanto as transmissões de esportes tradicionais conseguem retratar boa parte do campo, ou até a quadra inteira do vôlei, por exemplo, no *Valorant*, é possível visualizar apenas a tela de um jogador por vez, ou seja, de dez jogadores com informações diferentes do que acontece no jogo, você só pode acompanhar um por vez. Apesar do jogo disponibilizar um minimapa, que mantém algumas das habilidades utilizadas pelos jogadores, presentes no mapa, nem todas as informações do jogo são visíveis. É nesse ponto que o trabalho de quem comanda as câmeras e dos narradores, se torna essencial. É preciso identificar as habilidades, as movimentações, e claro, levantar o debate sobre as estratégias utilizadas por cada equipe.

A própria interface da transmissão já oferece um leque de informações completas para o telespectador que possui um conhecimento prévio sobre o jogo. É possível identificar qual equipe escolheu o mapa que está sendo jogado, quais serão os próximos e qual time selecionou. Além disso, como a série será decidida em uma melhor de cinco, quem vencer três mapas, ganha o confronto. Por isso, há três losangos embaixo do placar de cada equipe. Caso tenha um losango preenchido, isso simboliza a vitória em um mapa. É possível identificar, a todo instante, qual agente que cada jogador selecionou e está utilizando no jogo, além de quais habilidades estão disponíveis, sua quantidade de vida, de escudo e até mesmo o número de munição. O rosto dos jogadores também é identificado na transmissão, junto de suas reações ao vivo, e também, o seu *KDA*, sigla utilizada para identificar *kills*, *deaths* e *assists*.¹⁶ Junto das informações do agente de cada jogador, há a contagem de pontos para que sua habilidade *ultimate*¹⁷ esteja disponível. Essa informação sobre as “*ults*” é relevante para a transmissão, pois como essas habilidades não estão disponíveis a todo momento, são criadas novas possibilidades a cada round que elas estejam disponíveis. Outro ponto em destaque na imagem da transmissão, é sobre economia de cada jogador dentro do jogo. É importante ressaltar que, com mais dinheiro, cada jogador pode comprar armas melhores

¹⁵ Plano geral consiste em dar uma visão geral do ambiente que está sendo filmado, com o intuito de ambientar o telespectador. Plano americano enquadra a pessoa do joelho para cima, muito utilizado para dar reconhecimento e autoridade para quem estiver se comunicando com o público. (n.a)

¹⁶ A sigla “KDA” identifica o desempenho de um jogador dentro do servidor, com o número de vezes que ele abateu ou deu assistências em um jogador inimigo, e quantas oportunidades ele foi morto pelo adversário. (n.a)

¹⁷ Ultimate, popularmente conhecida como “ult”, é a habilidade mais forte de cada agente, não estando disponível a todo round, como as outras.

para o round e também, garantir que todas as suas habilidades, exceto a *ultimate*, estejam disponíveis. Quando não há dinheiro para uma compra “completa”, a equipe faz um round com armas mais baratas ou até mesmo, apenas pistolas, caracterizando um round econômico. A economia possui um impacto direto no jogo, fazendo com que diversas estratégias sejam tomadas a partir dela.

Silveira (2009), acredita que o “narrarismo”, é muito pouco para quem está vendo, e por isso, é necessário buscar algo a mais. Ela considera imprescindível a presença de um jornalista especialista no assunto, para o público tenha acesso a informações verídicas e com credibilidade. A autora defende um ponto válido, mas é importante ressaltar que é necessário identificar o público com quem você está se comunicando. Afinal, esse estilo de narrativa funciona muito bem na TV aberta, mas pode acabar sendo visto com maus olhos em canais mais segmentados, como ESPN e Sportv, por exemplo.

Figura 11 - Tela de Victor “Victor, jogador da OpTic. É exatamente isso que o jogador está visualizando enquanto joga, e é o que está sendo transmitido ao público.



Fonte: Riot Games

Os gráficos e as estatísticas estão presentes por muito tempo no pré-jogo e pós-jogo de cada mapa da grande final do *Valorant Champions Istanbul*, isso ocorre, principalmente, porque nem tudo é visível ao público, e como em cada round possui momentos cruciais para o desenvolvimento da partida, fica nítido a necessidade de pontuar de maneira mais profunda, alguns dos pontos nos jogos. Após todo round, há um curto resumo sobre os principais momentos de combate, e junto dele, os comentários da equipe de transmissão sobre o que aconteceu. Vale lembrar, que cada round possui 1 min e 40 segundos, enquanto os intervalos entre eles, contam com apenas 20 segundos.

“A tecnologia deve andar de mãos dadas com a informação, isto é, as câmeras especiais, os replays, mesas de corte podem inspirar um trabalho jornalístico estatístico de quem chutou mais a gol, qual equipe fez o maior número de faltas, a porcentagem de posse de bola de cada time etc.” (CARVALHO; SETTE, 2009, p3)

O mapa de calor é uma ferramenta bastante utilizada nas transmissões desportivas, e em aplicativos de estatísticas e desempenho, principalmente no futebol. Na transmissão da grande final, foi utilizado um gráfico, que simula um mapa de calor, referindo-se aos abates do jogador Gustavo “Sacy”, da LOUD. Apesar do conceito ser próximo, a ideia aqui é identificar os pontos de combate que o jogador foi mais vitorioso, e não, por onde ele mais esteve presente durante o jogo. Baseado nesses dados, é possível identificar possíveis falhas de defesa da OpTic, por exemplo. E com isso, novos debates e oportunidades de discussão sobre estratégias do jogo são levantadas, fortalecendo a transmissão e enriquecendo ainda mais o público, com novas informações.

Figura 12 - Mapa de calor dos abates de Sacy. Os pontos em destaque no mapa, são os locais onde o jogador venceu seus combates.



Fonte: Riot Games

Além das estatísticas, mapas de calor e outros materiais que podem ser analisados pelos *casters*, os *replays* estão a todo momento em evidência na transmissão. Para servir de exemplo, após a finalização do round, há o replay de breves momentos do último round, além da ferramenta da câmera lenta, que identifica alguns pontos, que não foram vistos pela transmissão ou pelo público. Além do *pós-round*, os melhores momentos são revistos pós-jogo, com uma análise mais detalhada e profunda. Os *replays* oferecem novas oportunidades de análise de conteúdo, identificando situações que não foram vistas no ao vivo. No *Valorant*, o replay acaba tendo um papel ainda mais importante, visto que ele pode trazer novos pontos de vista, identificando momentos importantes que não foram transmitidos para o público, mas que algum jogador tenha presenciado na sua tela. Isso reforça a ideia de

Marques (2009), quando o autor considera o *replay* como essencial para a narração esportiva. Ainda segundo Marques (2009), as evoluções tecnológicas proporcionaram uma experiência mais personalizada para o público, garantindo mais relevância nas transmissões.

Sobre recursos sonoros, a transmissão traz apenas o som da torcida na “watch party” como algo diferente. O restante vem diretamente do jogo, com o som dos tiros e das habilidades sendo utilizadas. Outros recursos não são necessários na transmissão, visto que o áudio do jogo já garante bastante informação, e a torcida proporciona a ambientação necessária para o telespectador.

4.2.3 INTERATIVIDADE

Quanto a interatividade na transmissão, é notório que o contato com o público é feito, na maior parte do tempo, com Gustavo “Melão”, na *watch party*. Marques (2009), identifica a interatividade como uma das principais inovações para o jornalismo, e isso faz com que os telespectadores sejam ativos na transmissão. No início da transmissão, Guilherme “Tixinha” divulga duas *hashtags*, na rede social “X”, para que o público possa interagir diretamente. Apesar da divulgação das *hashtags*, a equipe de transmissão não faz menção a nenhuma mensagem vindo das redes sociais durante a partida. Ademais, o público presente na Turquia, recebeu, da própria *Riot Games*, cartazes para poderem escrever mensagens, e possivelmente, aparecer na transmissão. Como a grande maioria das mensagens está em inglês ou outro idioma, é raro de ver a interação com transmissão brasileira.

“A interatividade não será só um recurso a mais ou uma atração da modernidade. Ela terá impacto direto na concepção e na produção de novos programas, ou na adaptação de programas já existentes. Além de entreter e informar, as aplicações interativas têm o intuito de despertar curiosidade e cativar o telespectador-usuário.” (CARVALHO; SETTE, 2009, p5)

Em relação aos chats ao vivo, da *Twitch* e do *YouTube*, duas plataformas que estão transmitindo o jogo, já é nítida uma alteração em relação ao padrão estabelecido pela televisão. Baseado em Pereira (2014), agora esse tipo de transmissão não é mais uma mão única no quesito de interatividade. Isso acaba fortalecendo o laço entre a equipe de transmissão e o público.

Marcas como Aim Lab e HyperX estão sempre em evidência na transmissão e com isso, geram influência nos telespectadores. É notório que essas três marcas citadas estão bem posicionadas em relação ao seu público. É possível identificar nas transmissões pré-jogo, no momento que os jogadores estão sendo filmados enquanto aquecem sua mira,

muitos deles jogando Aim Lab, um jogo que possui diversos treinos de mira, focando em reflexo e memória muscular, por exemplo. Já a HyperX é uma marca de periféricos, como *mouses*, teclados, *headsets*, etc. Relacionado a essas marcas, é possível que novas ações sejam criadas, gerando engajamento e influência sobre o público.

Como dito anteriormente, a interatividade não é apenas uma participação efetiva do público, mas também, uma oportunidade de gerar uma experiência personalizada para o telespectador. Isso não ocorre diretamente na transmissão oficial. Porém, a *Riot Games*, disponibiliza os direitos de transmissão para criadores de conteúdo de *Valorant* poderem assistir aos jogos ao vivo, em sua *stream*. Com isso, o telespectador tem o poder de decisão na hora de assistir aos jogos.

Figura 13 - *Streamer* "tteuw" foi um dos escolhidos para ter acesso aos direitos de transmissão, e poder compartilhar com o seu público em sua *stream*.



Fonte: Canal do YouTube de Tteuw

Como os criadores de conteúdo, como, por exemplo, "Tteuw", são mais focados na relação com o seu público, a *watch party* de *streamers* acaba sendo um ambiente mais propício para quem deseja mais interatividade.

Apesar da transmissão brasileira, pouco interagir com a torcida, é possível que as outras regiões da *Riot Games*, deem mais atenção as mensagens do público presente na arena, via cartazes. De fato, a interatividade não é o forte da transmissão, algo que já foi corrigido para edições futuras. Nas transmissões atuais, é comum vermos mensagens escritas na rede social "X" aparecerem na tela, e com isso, comentários da equipe de transmissão sobre o que foi dito pelo telespectador.

Figura 14 - Mensagens enviadas pelos espectadores são colocadas na tela, para interação com o público. As mensagens foram enviadas via #VCTAmericas, divulgada durante a transmissão do dia 2 de julho de 2024.



Fonte: Riot Games

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa foram analisados componentes da transmissão do futebol de campo, foram inseridas nas transmissões de eSports. A partir disso, foi possível analisar o material proposto e chegar a diversas conclusões.

Com base na análise de conteúdo realizada sob a transmissão da *Riot Games*, no *Valorant Champions Istanbul*, é possível identificar diversas semelhanças com as transmissões futebolísticas.

Os resultados demonstram que a equipe de transmissão da *Riot Games* emprega uma narrativa bastante eficaz, utilizando de bordões, como maneira de se aproximar do público, por exemplo. Já na narração, Pablo “XRM” e Bernardo “Bida”, aplicam os ambos os estilos de narrativa citados no presente trabalho. A junção do “narrarismo” e da tentativa de criar um diálogo com o público flui muito bem. A imparcialidade é, possivelmente, o ponto mais distante das transmissões esportivas da televisão. No caso da equipe da *Riot Games*, eles realizam uma torcida explícita para a LOUD, a equipe brasileira. Isso fica nítido na linguagem empregada por todos os profissionais presentes na transmissão. Além de todos esses pontos, os gráficos e estatísticas utilizadas, são até mais empregados do que nas transmissões futebolísticas. Nas transmissões da *Riot Games*, tudo é evidenciado com dados estatísticos, garantindo mais credibilidade e acessibilidade para que o público consiga receptor mais informações.

A interatividade, apesar de semelhante, deixa a desejar. A transmissão da grande final foi feita pelas plataformas *Twitch* e *YouTube*, e ambas possuem chat ao vivo. Apesar dos chats estarem sempre lotados, com muitas mensagens, é raro ver alguma citação sobre mensagens do chat na transmissão. Neste caso da final do campeonato, em nenhum momento há alguma menção a mensagens enviadas por torcedores via chat. Além disso, com a divulgação de *hashtags* no início da transmissão, era esperado que a interatividade fosse maior, mas não é o que acontece. Mesmo assim, a transmissão é imersiva, pois trabalha com um público que busca seu espaço, e nesses chats, encontram uma comunidade apaixonada pelo mesmo segmento que eles. Outra maneira de interatividade proposta pela desenvolvedora do jogo, são os cartazes distribuídos para a torcida presente na Turquia, que apesar de não ser o foco da interatividade, é uma maneira de tentar aproximar o público da transmissão.

Com base nos resultados obtidos e na interpretação livre, é possível compreender completamente como a *Riot Games* conduz suas transmissões, confirmando que a

combinação de uma abordagem estruturada, narrativas envolventes e interatividade com o público cria uma experiência única e cativante para os espectadores de eSports. Este trabalho espera inspirar futuras pesquisas sobre a integração de novas tecnologias no jornalismo esportivo e a evolução contínua das práticas jornalísticas em resposta às mudanças no consumo de mídia.

Uma das possibilidades para a *Riot Games* preferir especialistas a jornalistas na sua equipe de transmissão, é sobre a complexidade que está ao redor do conteúdo de *Valorant*. Por se tratar de um tema segmentado, ainda há poucos profissionais com conhecimento necessário do jogo. Baseado nisso, fica claro o motivo da preferência da empresa por pessoas que entendam do jogo em vez de jornalistas formados.

Para finalizar, é notória a inspiração no telejornalismo esportivo por parte da *Riot Games*, até mesmo porque, seu objeto requer um trabalho jornalístico, ainda mais, para transmitir informações de um nicho tão específico. Enquanto houver interesse público sobre os esportes eletrônicos, os jornalistas precisam inovar e se adaptar para entrar de vez nesse nicho. O meio dos eSports pode ser um caminho a ser trilhado por jornalistas da nova geração, e com isso, fortalecer o conhecimento técnico e ético das transmissões. Assim, as transmissões podem ganhar mais qualidade, entregar um conteúdo mais palpável para pessoas fora da bolha dos esportes eletrônicos e alcançar um novo público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBOCA LÓPEZ, Antonio. El Periodismo deportivo em la sociedad moderna Madrid: El autor, 1980.

ALMEIDA, William Douglas de; ARAÚJO, Daniel Gomes do Nascimento;
RUBIO, Katia. Revisitando transmissões radiofônicas pioneiras de Jogos Olímpicos no Brasil. Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 14, n. 01, p. 76-104, jan./jul. 2023.

BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnica - História da Imprensa Brasileira. São Paulo: Ática, 1990.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. Manual do Jornalista Esportivo. 1ª ed. São Paulo: Contexto, 2006.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2016.

BILLINGS, A. C. Sports Media. Taylor & Francis, 2012.

BORSATO, M.; BRASIL, M. R.; MATTES, V. V.; DE OLIVEIRA, V. M.; DE SOUZA, J. Aspectos sobre a esportivização, mercantilização e espetacularização dos jogos eletrônicos. Pensar a Prática, Goiânia, v. 23, 2020. DOI: 10.5216/rpp.v23.57704. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fef/article/view/57704>. Acesso em: 3 jul. 2024.

CARVALHO, J. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2008.

CARVALHO, J.; SETTE, G. A evolução da tecnologia e as tendências do jornalismo esportivo na TV digital. 2009

CASTRO, T. D. Copa de 1970 foi em cores, mas maioria tinha TV preta e branca. Disponível em:

<<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-de-1970-foi-em-cores-mas-maioria-tinha-tv-preta-e-branca-3722>> Acesso em 29 abr. 2024

Como Funciona o Desafio Eletrônico no Tênis. Disponível em: <<https://isatenis.com/como-funciona-o-desafio-eletronico-no-tenis/>>. Acesso em 20 jun. 2024

Disney devolve marca Fox Sports, e canal esportivo deixa de vez o Brasil após 12 anos. Disponível em:

<<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/10/disney-devolve-marca-fox-sports-e-canal-esportivo-deixa-de-vez-o-brasil-apos-12-anos.shtml>> Acesso em 29 abr. 2024

FONSECA, O. Esporte e Crônica Esportiva. TAMBUCCI, P.L. & OLIVEIRA, J.G.M.de & COELHO SOBRINHO, J. (orgs.) Esporte & Jornalismo, São Paulo, CEPEUSP, 1997

GIL, A. A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. [s.l.] Éditeur: São Paulo: Atlas, 2010.

GOIS, D. O poder do bordão no jornalismo esportivo. TCC (Graduação em Jornalismo) - Universidade Católica de Santos. Santos, 109 p. 2021.

GUSTAVO; DUARTE, R.; HENRIQUE, C. Jornalismo Esportivo no Brasil. 2020

GUTMANN, J. O que dizem os enquadramentos de câmera no telejornal? 2012.

HUTCHINS, B., & ROWE, D. (2012). Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport. Routledge.

JANEIRO, P. S. COMRIO DE. SporTV e VIU vão lançar um canal no YouTube especializado em e-Sports. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/games/noticia/2017/08/sportv-e-viu-va-lancar-um-canal-no-youtube-especializado-em-e-sports.html#:~:text=No%20e%2DSporTV%2C%20o%20p%C3%BAblico>> Acesso em 28 abr 2024

JARDIM DE AMORIM BRETONES, M. Redação Sportv: Uma Experiência De Jornalismo Esportivo Crítico.

JUNG, M. Jornalismo de rádio. São Paulo: Contexto, 2013.

MATHER, V. In This Corner, a Dominant Heavyweight Who Creates Much Less Buzz. The New York Times, 22 abr. 2015.

MANSUR, G. VALORANT foi o FPS mais assistido na Twitch em março. Disponível em: <https://valorantzone.gg/noticia/valorant-foi-o-fps-mais-assistido-na-twitch-em-marco/#:~:text=Com%20quase%20100%20milh%C3%B5es%20de>> Acesso em 28 abr 2024

MARQUES, J. C. (2009). Narrativas do Esporte na Televisão: Linguagem, Gêneros e Formatos. São Paulo: Paulus.

NAVARRO, L. Bibliografia História da Mídia e Imprensa. Atena. 2019

OLIVEIRA, G. O Boom Dos Esportes Eletrônicos. 2019

PEREIRA, A. Telejornalismo, Interação E Redes Sociais. Convergências Na Tv Cabo Branco E Tv Paraíba. (2014)

Rádio Grenal 10 anos! Emissora da Rede Pampa divulga programação de aniversário - Radio Grenal. Disponível em: <https://www.radiogrenal.com.br/radio-grenal-10-anos-emissora-da-rede-pampa-divulga-programacao-de-aniversario/>> Acesso em 27 de abr. 2024

REMPEL, R. Função Social Do Telejornalismo: Uma Análise Da Série De Reportagens “fome” Da Rede Globo De Televisão.

SILVA, R. História Do Jornalismo: Evolução E Transformação. Revista Temática. 2015

SOARES, V. Jornalismo no Instagram: o uso da rede social pelo canal esporte interativo na cobertura da seleção brasileira na copa do mundo de 2018. 2018

SWETLANA ORTRIWANO, G. França, 1938 - III copa do mundo: o rádio brasileiro estava lá. v. 21, p. 5–16. 1998

The International 2021: Team Spirit é campeã e fatura US\$ 18,2 milhões. Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/the-international-2021-team-spirit-e-campea-e-fatura-us-182-milhoes.ghtml>> Acesso em 28 de abr. 2024

THOMAZ, A. A Cobertura Telejornalística Antes E Durante A Pandemia: Análise De Duas Reportagens. 2022

TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo. 1993

Valorant Champions Istanbul: Grande Final. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=epXxTChozbU&t=4287s&ab_channel=VALORANTEsportBR> Acesso em 24 de junho de 2024.

Watch Party de Tteuw: Disponível:
<https://www.youtube.com/watch?v=dFV-UKVLieE&ab_channel=tteuw> Acesso em 3 de julho de 2024.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br