

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
Cidade Universitária – Campus Liberdade

Thyago Henrique de Melo Vieira

REPORTAGEM MULTIMÍDIA:

Uso de dados traz precisão ao jornalismo esportivo

Belo Horizonte

2022

Thyago Henrique de Melo Vieira

REPORTAGEM MULTIMÍDIA:

Uso de dados traz precisão ao jornalismo esportivo

Relatório técnico-científico apresentado ao Centro
Universitário UNA – Cidade Universitária, campus
Liberdade – como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Aurélio José da Silva

Belo Horizonte

2022

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Edmilson Alves e Valdirene Rabelo, que sempre apoiaram minhas decisões e me deram todo o suporte, amor e carinho para chegar até aqui. Sem vocês, nada disso seria possível.

À minha irmã, Kathleen Rabelo, que se tornou um exemplo, por não ter medo de se dedicar e se esforçar para realizar os seus sonhos.

Aos meus queridos e amados avós, Maria José, Maria Rabelo e Joaquim Justino.

À minha namorada e futura esposa, Barbara Ellen, por estar comigo desde o início, tanto nos momentos bons quanto ruins, me apoiando e me alegrando com toda sua bondade e amor. Aproveito para agradecer por compreender a minha ausência durante a realização deste trabalho.

Aos meus amigos de faculdade, Rodolfo Vilo, Luciano França, Gabriel Francisco e Herney Gomes, pela amizade e colaboração que tivemos durante toda a trajetória do curso.

Aos meus professores Aurélio Silva e Maurício Guilherme, profissionais exemplares que servem de inspiração para minha carreira profissional. Obrigado pelos ensinamentos e por acreditarem em mim.

“O objetivo de todo jovem profissional interessado na área de esportes, portanto, deve ser, antes de tudo, tornar-se um bom jornalista – e ponto.”
(UNZELTE, 2009)

RESUMO

O avanço tecnológico facilitou e intensificou a utilização de dados na área do jornalismo esportivo. Dessa forma, o presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que resultou na reportagem “Uso de dados traz precisão ao jornalismo esportivo”, busca apresentar como os jornalistas estão utilizando os dados para fundamentarem suas opiniões, comentários e análises. A partir da fundamentação teórica, demonstra-se que as técnicas do jornalismo de dados podem ser utilizadas de diferentes modos. Nesse sentido, os profissionais entrevistados relatam, na reportagem, suas experiências com dados, as ferramentas que utilizam para coleta, armazenamento e análise, os benefícios da prática para os jornalistas e para o consumidor, e traçam uma perspectiva futura quanto ao uso de dados por parte do jornalismo de esportes. Além disso, é feita uma análise do blog Espião Estatístico, do GloboEsporte.com, com o objetivo de expor como o veículo utiliza os dados nos produtos entregues ao público. Por fim, mediante a observação de três transmissões de futebol realizadas em décadas distintas, busca-se verificar se houve aumento do uso de dados estatísticos nesses produtos no decorrer dos anos.

Palavras-chave: Análise de dados. Jornalismo. Jornalismo de dados. Jornalismo esportivo.

ABSTRACT

Technological advances facilitated and intensified the use of data in the area of sports journalism. Thus, this Course Conclusion Work (TCC), which resulted in the report “Use of data brings precision to sports journalism”, seeks to present how journalists are using data to support their opinions, comments and analyses. From the theoretical foundation, it is demonstrated that data journalism techniques can be used in different ways. In this sense, the professionals interviewed report in the report, their experiences with data, the tools they use for collection, storage and analysis, the benefits of the practice for journalists and the consumer, and outline a future perspective on the use of data by of sports journalism. In addition, an analysis is made of the Espião Estatístico blog, from GloboEsporte.com, with the objective of exposing how the vehicle uses the data in the products delivered to the public. Finally, through the observation of three football broadcasts carried out in different decades, we seek to verify whether there has been an increase in the use of statistical data in these products over the years.

Key words: Data analysis. Journalism. Data journalism. Sports journalism.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
	2.1 Jornalismo de dados	10
	2.2 Jornalismo esportivo	15
3	METODOLOGIA.....	19
4	MEMORIAL DESCRITIVO	20
5	RELATO REFLEXIVO DE EXPERIÊNCIA INDIVIDUAL	22
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23
	REFERÊNCIAS	25
	APÊNDICE	27

1 INTRODUÇÃO

Conquistar a atenção do leitor não é uma tarefa fácil. Em tempos, as redações buscam compreender e implementar novas técnicas que auxiliem os jornalistas a produzirem conteúdos mais interessantes, completos e com informações ainda mais precisas. Deste modo, a facilitação ao acesso de dados, oriundos do avanço tecnológico e da internet, favoreceu o processo de criação midiática, mas, acima de tudo, enriqueceu os conteúdos entregues ao consumidor.

Ainda que não seja uma unanimidade nos veículos de comunicação que lidam com esporte, os produtos do jornalismo esportivo também têm desfrutado dos benefícios do jornalismo de dados. Alguns comentaristas, por exemplo, já exercem em tempo real, análises de dados estatísticos de uma partida de futebol, conseqüentemente, realizam uma leitura mais assertiva do que estão acompanhando e contextualizam seus comentários.

Motivado por este cenário, o produto final deste Trabalho de Conclusão de Curso é uma reportagem multimídia, disponível em: <https://medium.com/@thyagohenriquemv/uso-de-dados-traz-precis%C3%A3o-ao-jornalismo-esportivo-b9d36644e173>, que busca responder à indagação: como o uso de dados tem auxiliado os jornalistas esportivos a fundamentarem suas opiniões, comentários e análises?

O objetivo geral foi responder esse questionamento, identificando e compreendendo, como o jornalismo de dados foi incorporado ao fazer do jornalismo esportivo.

Para a produção da reportagem, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os jornalistas esportivos: Denis Botana, Gustavo Fogaça, João Guerra, Mateus Pinheiro, Renato Rodrigues, Roberto Maleson e Valmir Storti, e os colaboradores de empresas de dados: Felipe Tricate e Guilherme Mirra, a fim de entender como eles introduziram a análise de dados em seus trabalhos. Além disso, realizou-se um estudo do blog “Espião Estatístico”, do portal GloboEsporte.com, com o intuito de identificar como os dados são utilizados nos conteúdos que são entregues ao leitor. Por último, foram observadas, na íntegra, três transmissões de partidas de futebol realizadas em décadas distintas (1981; 2002; 2021). O objetivo foi verificar se houve intensificação do uso de dados estatísticos ao longo do período, analisando sobretudo, as formas de comunicação de comentaristas e narradores durante as transmissões.

Investigar as novas práticas jornalísticas é importante para que o mercado continue evoluindo. A relevância deste trabalho está justamente em contribuir com o debate de estudantes e profissionais da área para o aprimoramento dos conteúdos entregues ao consumidor. Entre as vantagens do jornalismo de dados estão a possibilidade de conceder

matérias e análises mais completas, interativas e interessantes para o leitor, além de permitir entregar informações mais precisas, auxiliando, por exemplo, no combate a fake news. Por fim, espera-se que este estudo ofereça suporte para argumentações a favor do crescimento do jornalismo de dados nas redações, sejam esportivas ou não.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Jornalismo de dados

O século XXI está repleto de inovação. As organizações do mundo inteiro têm revisto conceitos e características de negócio, a fim de entregar produtos e serviços com ainda mais qualidade para seus clientes. Deste modo, além de promover experiências mais satisfatórias para os consumidores, elas podem se sustentar e continuar prosperando.

Nas redações jornalísticas, algo semelhante acontece há algum tempo. Veículos de comunicação buscam constantemente por novas técnicas e ferramentas que auxiliem os profissionais da comunicação a produzirem conteúdos mais completos e ainda mais precisos. Este processo de transformação e aprimoramento do modus operandi jornalístico tem um aliado importante: o avanço tecnológico.

Pode-se dizer que o jornalismo de dados (JD) - também chamado de jornalismo guiado por dados (JGD) - é oriundo desses dois fatores: inovação e tecnologia. Ribeiro *et al.* (2018, p.14) afirmam que a tecnologia impactou a imprensa em diversos aspectos, como o emprego de imagens nas matérias e as mudanças estruturais de diagramação. Entretanto, a adoção de computadores nas redações e o surgimento da internet foram os responsáveis por dar espaço ao fenômeno do jornalismo de dados. Segundo König (2020, p.9), “Numa primeira conceituação, podemos dizer que o jornalismo de dados engloba um conjunto de técnicas e ferramentas aplicadas às narrativas jornalísticas [...]”.

Também podemos citar que o jornalismo de dados é uma sucessão do jornalismo de precisão e da reportagem assistida por computador (RAC). O primeiro trata da metodologia do jornalista americano Philip Meyer, citada em sua obra *Precision journalism: a reporter's introduction to social science methods* (1973).

[...] o jornalista Philip Meyer propunha o uso de técnicas quantitativas das ciências sociais para que os repórteres errassem com menor frequência na apreensão dos fatos [...] Noutras palavras, os primeiros adeptos do Jornalismo de Precisão viam as técnicas das ciências sociais como um caminho para aproximar o jornalismo o máximo possível da verdade. (TRÄSEL, 2014a, p.3).

Já o segundo, é uma variante do primeiro, que ganhou força com a implantação do uso de computadores nas redações. Conforme Maleson (2017, p.19), “[...] Basicamente, pode-se afirmar que a RAC é toda e qualquer apuração jornalística que faça uso da informática para

encontrar as informações desejadas, ou para descobrir informação inesperada em bases de dados”.

Outro ponto importante do jornalismo de dados são os processos que compõem as suas etapas. De acordo com Bradshaw (2011a)¹, a ordem é a seguinte: compilar, limpar, contextualizar, combinar e comunicar.

1. Compilar - a primeira etapa do jornalismo de dados começa de duas maneiras: ou o jornalista tem uma pergunta que precisa de dados para respondê-la ou ele tem um conjunto de dados que precisa ser questionado para a obtenção de pautas. Esses dados podem ser provenientes, por exemplo, de técnicas de raspagens de bancos de dados ou de busca avançada em sites governamentais. É importante que a compilação seja realizada com muita atenção, pois essa etapa deverá ser revisitada ao longo dos outros processos.

2. Limpar - nesta etapa é necessário remover o erro humano e converter o dado em um formato consistente com outra base de dados utilizada, para que assim, a análise possa ser realizada de forma confiável. Essa limpeza se trata, por exemplo, da remoção de dados duplicados e entradas vazias nas células.

3. Contextualizar - na contextualização deve-se questionar os dados, pois como qualquer outra fonte, os dados também nem sempre são confiáveis. Então, para que possam ser contextualizados corretamente é preciso entender, por exemplo, de onde vieram e com qual finalidade.

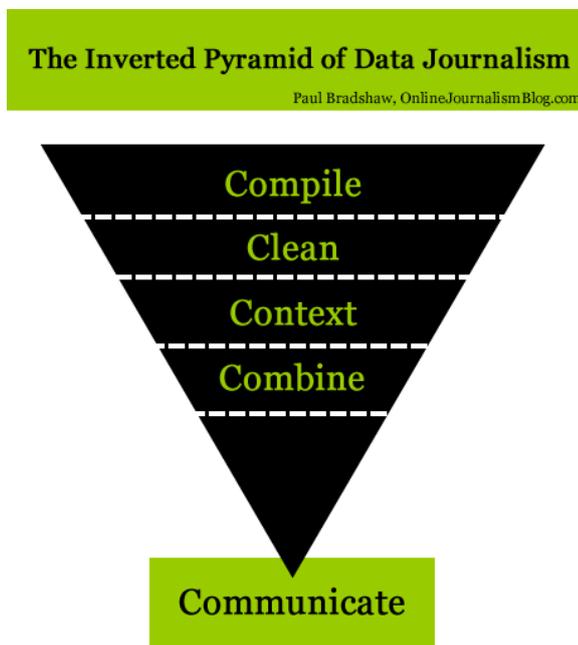
4. Combinar - nesta fase são realizados os cruzamentos de dados, como por exemplo, a combinação de dois ou mais conjuntos de dados com um ponto de dados em comum. Essa etapa se assemelha ao cruzamento de informações de fontes variadas do jornalismo tradicional.

5. Comunicar - a última etapa do processo é fundamental, afinal, como contar ao leitor uma história interessante com aqueles dados? Assim, é necessário criatividade para escolher a melhor e mais eficiente forma de apresentar aquele conteúdo para o consumidor, sobretudo, de maneira simples e interessante.

Todas as etapas supracitadas podem ser visualizadas na Figura 1. A pirâmide foi nomeada por Bradshaw como pirâmide invertida, pois tudo se inicia com uma grande quantidade de dados e conforme as etapas vão sendo efetuadas e a reportagem ganhando enfoque, o número de dados vai se diminuindo a ponto de serem comunicados.

¹ Texto em inglês, traduzido pelo próprio Google. Disponível em: <https://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/>. Acesso em: 15 mai. 2022.

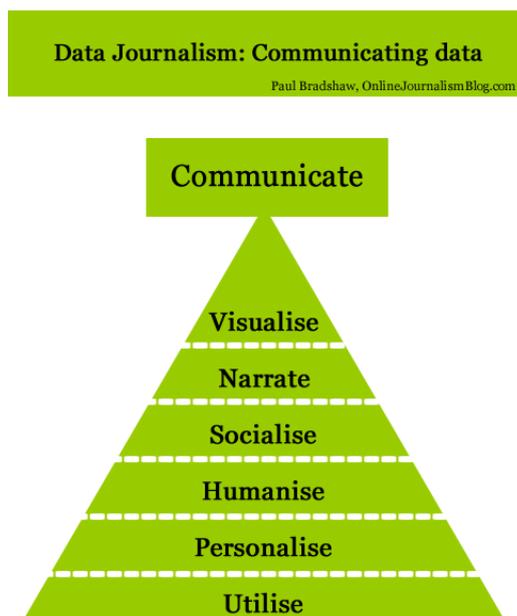
Figura 1 - Pirâmide invertida do jornalismo de dados



Fonte: Paul Bradshaw (2011a)

A etapa que se refere à comunicação dos dados é tão importante que ganhou um diagrama próprio, como pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2 - Jornalismo de dados: Comunicação de dados



Fonte: Paul Bradshaw (2011b)

No esquema, Bradshaw (2011b)² destaca seis diferentes modos de realização da comunicação de dados: visualização, narração, comunicação social, humanização, personalização e utilização.

Visualização - é comum observarmos gráficos e infográficos em matérias jornalísticas, isso se deve ao fato de serem processos um tanto quanto fáceis e ágeis de se realizar, dessa forma, os jornalistas podem demonstrar os resultados derivados da análise de dados. No entanto, deve-se pensar estrategicamente para esse método de comunicação, visto que, esse tipo de produto, apesar de ser facilmente compreendido pelo consumidor, pode não engajá-lo.

Narração - utilizar a narração dos números no texto jornalístico também é algo habitual, sobretudo, em matérias de cunho econômico. Entretanto, é importante que se atente sobre o significado daqueles dados e o objetivo de informá-los ao consumidor. Por fim, é necessário sempre contextualizá-los.

Comunicação social - esse modo pode ser definido como o compartilhamento dos resultados do jornalismo de dados com a audiência visando disponibilizar novos conhecimentos sobre a sociedade. No entanto, isso ocorre em uma via de mão dupla, pois, as conexões entre indivíduos presentes na web possibilitam que os veículos coloquem à disposição de seus leitores planilhas com os dados coletados, mas também permite que a comunidade participe com ideias alternativas para a visualização e preenchimento desses dados.

Humanização - humanizar histórias sempre foi algo interessante para todas as especializações jornalísticas. Por isso, para ilustrar os resultados do jornalismo de dados é extremamente relevante entrevistar pessoas cuja vida possa ter sido afetada pelos dados.

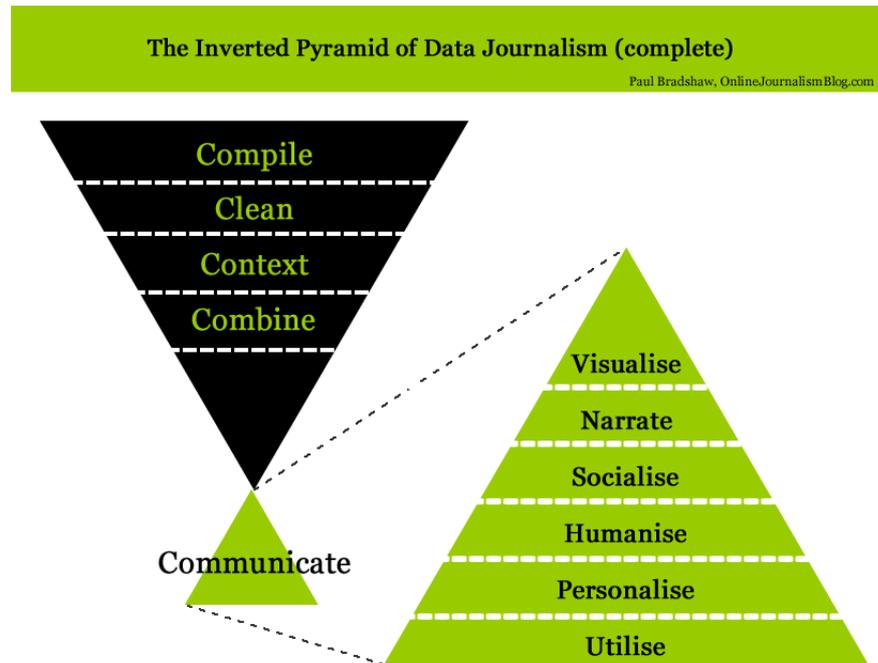
Personalização - a interatividade resultante dos avanços tecnológicos possibilitou a coleta de informações singulares de inúmeros usuários. Dessa forma, quando se trata de jornalismo de dados, isso significa que as pessoas poderão ter experiências diferentes, com produtos personalizados e dados baseados em interesses, localizações, entre outros.

Utilização - criar ferramentas ou serviços de informação a partir dos dados coletados também é uma maneira de comunicar os resultados do jornalismo de dados. Neste caso, por exemplo, os dados podem ficar disponíveis para jornalistas e usuários, e constantemente podem ser atualizados.

² Texto em inglês, traduzido pelo próprio Google. Disponível em: <https://onlinejournalismblog.com/2011/07/13/the-inverted-pyramid-of-data-journalism-part-2-6-ways-of-communicating-data-journalism/>. Acesso em: 25 mai. 2022.

O autor, após destringir os modos como o leitor poderá se conectar com o conteúdo produzido pelo jornalismo de dados, enfim, completa a pirâmide invertida, como pode ser observado na Figura 3.

Figura 3 - Pirâmide invertida do jornalismo de dados (completa)



Fonte: Paul Bradshaw (2011b)

Embora o jornalismo de dados não seja mais uma novidade no meio jornalístico, a especialidade ainda se encontra em crescimento, por se tratar de uma área extremamente promissora. Certamente, a importância e os benefícios da prática foram notados tanto pelos profissionais quanto pelos consumidores. Conforme Rogers, Schwabish e Bowers (2017, *apud* SILVA *et al.* 2019), existem três tipos de reportagens resultantes desse modelo de jornalismo, são elas: matérias enriquecidas por dados; investigações a partir de dados; as que explicam dados.

Destaca-se, igualmente, que veículos que dispõem de jornalistas especializados em dados conseguem, por exemplo, trazer novos ângulos de reportagem, análises mais profundas e com maior eficiência na apuração, além de entregar ao seu cliente, novos produtos e ainda mais completos.

[...] as técnicas de JGD permitem ao jornalista encontrar informação com valor noticioso em bases de dados com milhares ou milhões de registros, dificilmente manejáveis sem a ajuda de computadores. Facilitam, ainda, o trabalho de comparar diferentes bases de dados, para a produção de novo conhecimento sobre a sociedade,

criando mashups³ ou relatando os resultados em texto, audiovisual e imagem. (TRÄSEL, 2014b, p.110).

Analisar dados é fundamental em qualquer apuração jornalística, entretanto, vale ressaltar que, atualmente, a utilização do método do jornalismo de dados se evidencia em reportagens de cunho político e econômico, especialmente para realizar investigações e combater fake news.

Para Segala (2017, *apud* PORCELLA, STORCH, 2018) conhecer e saber operar dados é essencial para os profissionais de comunicação, sobretudo, os jornalistas econômicos, que dessa forma poderão interpretar melhor as informações que são divulgadas tanto por empresas quanto pelo governo. Seguindo a tendência de investigação, Gehrke (2018) cita o jornal argentino *La Nación*⁴, que possui uma seção em seu site com conteúdos produzidos a partir de técnicas do jornalismo de dados. O *La Nación Data*⁵, como é denominado, tem como um dos principais propósitos investigar as contas do poder público.

As práticas do jornalismo de dados nas editorias de economia e política, já estão relativamente consolidadas, enquanto isso, na editoria esportiva ainda se encontra em pleno desenvolvimento e expansão. Discutiremos a seguir como o jornalismo esportivo, no decorrer da sua história, incorporou esse novo método de trabalho e passou a experimentar diferentes formas de transformar dados em algo maleável e interessante para o seu consumidor.

2.2 Jornalismo esportivo

Futebol, basquete, vôlei, automobilismo, esses, são somente alguns exemplos de modalidades esportivas que foram inventadas no decorrer da história da sociedade e disseminadas de tal modo, que se tornaram paixão de milhões de pessoas no mundo inteiro.

Com a iminente propagação de alguns esportes, os veículos de comunicação notaram que era preciso noticiar sobre seus principais acontecimentos. No início, eram apenas pequenas notas e resenhas elaboradas por quem havia presenciado algum evento. Ainda assim, anos posteriores, viria a surgir à especialidade denominada de jornalismo esportivo.

Ainda no século XIX, com o surgimento do futebol, países como a Inglaterra, Espanha e França começaram a investir em periódicos especializados em futebol,

³ Criar mashup significa cruzar dados de diferentes fontes e formatos em um único e completo *dashboard*.

⁴ <https://www.lanacion.com.ar/>

⁵ <https://www.lanacion.com.ar/data/>

desta forma, o jornalismo esportivo acompanhava a profissionalização do esporte e de suas federações [...] (MOURA, 2021, p.14).

No Brasil, as primeiras páginas de jornal dedicadas ao esporte, surgiram em 1910, por meio do periódico *Fanfulla*⁶. Na época, o futebol ainda não era popular no país, e um aviso não muito pretensioso, veiculado em uma de suas edições, chamava a comunidade italiana (público-alvo do veículo) a fundar um clube de futebol. Assim nasceu o Palestra Itália, conhecido atualmente como Sociedade Esportiva Palmeiras. (COELHO, 2004, p.10).

Posteriormente, o esporte ganharia ainda mais espaço nas redações brasileiras. Do mesmo modo, rádio e televisão incluíam em sua grade de programação, notícias e discussões esportivas, resultando na criação de programas exclusivos e na transmissão de eventos nacionais e mundiais. Mais recentemente, com o advento da internet, o jornalismo esportivo alcançaria ainda mais amplitude, com inúmeros sites e canais dedicados aos diversos tipos de categorias existentes.

O esporte tem ocupado um lugar de destaque na economia da mídia contemporânea. Ele é divulgado tanto pela mídia especializada quanto pelos meios de comunicação generalistas. Atletas, resultados, conquistas, temporadas de grandes eventos (Copas do Mundo, Jogos Olímpicos ou Paraolímpicos) hoje fazem reconhecidamente parte da chamada “indústria da informação”, o que é relativamente recente [...] (ARON *et al.*, 2015, p.1).

Como dito anteriormente, surgiram no decorrer do tempo, diversos produtos jornalísticos movidos pela propagação dos esportes pelo mundo. Dessa forma, o jornalismo esportivo ganhou força no mercado comunicacional. Consequentemente, novas técnicas jornalísticas vieram a ser utilizadas por esses profissionais, a fim de obter mais assertividade em seus comentários e entregar o melhor conteúdo para o seu consumidor.

[...] o papel do jornalismo esportivo vai além de simplesmente transmitir ao pé da letra o que está acontecendo no campo, na quadra, na pista ou na piscina. O torcedor também precisa ser informado sobre aquilo que ele não pode ver ou perceber, mesmo acompanhando a disputa [...] (DA SILVA, 2020, p.7).

⁶ Fundado na década de 1890, o *Fanfulla* era um dos mais populares periódicos da comunidade italiana no Brasil. Ao longo das décadas, o jornal circulou amplamente em São Paulo e noticiava tanto sobre o país de origem quanto sobre a realidade local, em língua italiana. No ano de 1966, sob a gestão de Alessandro Del Moro, o jornal ganhou o nome de “*La Settimana*”; em 1979 passou a se chamar “*La Settimana del Fanfulla*”. Atualmente, o veículo ainda se encontra em circulação, no entanto, somente em formato digital. Disponível em: <https://museudaimigracao.org.br/blog/conhecendo-o-acervo/peca-a-peca-fanfulla>. Acesso em: 17 abr. 2022.

Unzelte (2009, p.8) sugere o questionamento: “[...] Se em todas as outras áreas do jornalismo, o verbo ‘achar’ é proibido, por que no esporte o ‘achismo’ pode correr solto? [...]” O autor também afirma que a primeira função de um profissional do jornalismo não é opinar, mas sim, informar. Logo, os jornalistas esportivos passaram a adotar processos do jornalismo de dados, não somente para incluir dados nas matérias, mas sim, para aprimorá-las, bem como, aprofundar e embasar seus comentários, diminuindo, assim, chances de erros nas análises realizadas.

O cenário do uso de dados pelo jornalismo de esportes, tanto nacionalmente quanto internacionalmente, está em crescimento, mas ainda é baixo em comparação com a utilização pelo jornalismo econômico e político. Entre os principais veículos comunicacionais do Brasil, destaca-se o Espião Estatístico⁷, produto do site GloboEsporte.com⁸.

O Espião Estatístico é um produto do GloboEsporte.com, que, basicamente, gera dados sobre futebol para conteúdos do site e/ou da TV Globo e SporTV. Para isso, há uma equipe de jornalistas de dados esportivos dedicada à compilação estruturada de dados, contextualização, análise e comunicação da informação. Portanto, é uma iniciativa pioneira no país por ser a única equipe especializada em dados esportivos. No entanto, os dados se resumem a apenas um esporte: o futebol. (MALESON, op. cit., p.63).

Também podemos citar o esforço dos canais ESPN⁹ em trazer análises mais profundas dos times de futebol brasileiros e europeus. Para isso, criaram um departamento intitulado de DataESPN. (FERREIRA, 2017). Conforme Spinelli (2019), o projeto permite aos jornalistas encontrar histórias e medir o que acontece em campo, por meio de um conjunto de dados da ferramenta ESPN TruMedia — banco de dados estatísticos com mais de 30 mil partidas de futebol cadastradas.

Apesar do exercício do jornalismo de dados não ser recente no ramo da comunicação, a sua inserção no jornalismo de esportes ainda segue em progresso e produtos pioneiros como o Espião Estatístico e o DataESPN agregam esse desenvolvimento.

Plataformas gratuitas como o SofaScore¹⁰, Footstats¹¹ e NBA Stats¹² também auxiliam os jornalistas esportivos disponibilizando bases com milhares de dados. E ferramentas pagas como o InStat¹³ e Owl Stats¹⁴, além de oferecerem *databases* completos,

⁷ <https://ge.globo.com/espiao-estatistico/>

⁸ <https://ge.globo.com/>

⁹ <https://www.espn.com.br/>

¹⁰ <https://www.sofascore.com/>

¹¹ <https://www.footstats.com.br/>

¹² <https://www.nba.com/stats/>

¹³ <https://football.instatscout.com/>

também ofertam cursos especializados em *analytics*. Dessa forma, até mesmo profissionais que estão fora da grande mídia podem acessar a dados e informações que enriquecem as suas produções, como é o caso do blog Bola Presa¹⁵, especialista em análises da liga norte-americana de basquete (NBA).

¹⁴ <https://theowlstats.com/pt/>

¹⁵ <https://bolapresa.com.br/>

3 METODOLOGIA

O método de pesquisa escolhido para a realização do produto final deste Trabalho de Conclusão de Curso foi o descritivo. A partir desta escolha, foram definidas fontes primárias: sites relacionados ao tema, para análises de produtos; e, secundárias: entrevistas semiestruturadas com especialistas da área de dados e jornalismo esportivo, para investigar e aprofundar o assunto. O resultado foi disposto em uma reportagem multimídia.

As entrevistas ocorreram de forma online, por meio de redes sociais e e-mail. Os profissionais entrevistados foram: Valmir Storti, editor web de dados esportivos e análise de desempenho do GloboEsporte.com, e criador do blog Espião Estatístico; Roberto Maleson, jornalista, analista de dados do GloboEsporte.com e membro do Espião Estatístico; João Guerra, jornalista, analista de dados do GloboEsporte.com e membro do Espião Estatístico; Renato Rodrigues, comentarista da ESPN, analista de desempenho e coordenador do DataESPN; Gustavo Fogaça, jornalista e analista de desempenho com especialização em análise de dados; Denis Botana, jornalista e um dos fundadores do blog Bola Presa; Mateus Pinheiro, coordenador e coproprietário do SCCP Scouts; Guilherme Mirra, analista do SPFC Estatísticas e especialista de conteúdo do SofaScore; Felipe Tricate, diretor de análise da Owl Stats.

4 MEMORIAL DESCRITIVO

Sempre fui apaixonado por esportes e isso me levava a consumir diariamente diversos produtos jornalísticos sobre o tema. No ensino médio, decidi que queria ser jornalista esportivo, pois, assim, conseguiria combinar o trabalho e o meu entretenimento preferido.

A graduação, no entanto, me fez percorrer diferentes caminhos da área e me interessar por outros assuntos. Mas a oportunidade de retomar o sonho de contar histórias relativas aos esportes veio com a produção deste Trabalho de Conclusão de Curso.

A escolha do tema não foi fácil, na realidade, mesmo que eu pesquisasse sobre outros assuntos, nada mudaria o meu desejo de falar sobre esportes.

Após realizar diversas pesquisas, finalmente consegui definir que falaria sobre a utilização da tecnologia nas tomadas de decisões esportivas no Clube Atlético Mineiro. A escolha foi motivada pelas aulas semanais sobre Análise de Dados e Big Data, que me faziam ter interesse na área.

Gostei do tema. Comecei a estudar sobre o assunto. Fiz contatos com algumas fontes. No entanto, percebi que seria inviável continuar com a temática, devido à dificuldade em conseguir liberação para realizar a pesquisa de campo no clube.

Voltei à estaca zero. Mas, desta vez, já não tinha somente um desejo, tinha dois: falar sobre dados e sobre esportes. Logo, ficou um pouco mais fácil escolher outro assunto, e após algumas conversas com o meu orientador e com colegas da faculdade, determinei que gostaria de entender como os jornalistas esportivos inseriam a análise de dados em seus produtos e comentários.

Pensei em fazer um estudo de caso sobre o assunto, mas acabei optando por fazer uma grande reportagem. Uma escolha assertiva, pois, fiquei livre para criar uma narrativa que combinasse as entrevistas com imagens e vídeos, sendo a meu ver, mais interessante para o leitor. Dessa forma, optei pelo Medium para hospedar e publicar a reportagem, visto que a plataforma online é intuitiva e contém diversas opções de diagramação.

Com a temática, o produto e a ferramenta de publicação definida, comecei a ler bastante sobre o assunto. Livros, artigos e entrevistas passadas me fizeram perceber que a utilização de dados estatísticos no jornalismo já não era mais uma novidade, principalmente, nas editorias de economia e política. Também notei que, no jornalismo de esportes, o uso de técnicas do jornalismo de dados estava em plena evolução e crescimento. Mas quais produtos do mercado já são guiados por dados? Quais os benefícios da prática para os profissionais e para os consumidores?

E foi dessa maneira que comecei a busca por fontes que pudessem responder a estas indagações. Após defini-las, criei um roteiro de perguntas para cada possível entrevistado e entrei em contato via redes sociais e e-mail, na esperança de que me dessem um retorno. De doze tentativas, apenas duas não foram respondidas.

Algumas respostas eram no formato de texto, o que otimizava o meu tempo para buscar mais informações para a reportagem. Outras, vieram em formato de áudio e, para transcrevê-las, contei com o auxílio da plataforma Google PinPoint, ferramenta que também me ajudou na organização das entrevistas.

Paralelo às apurações, analisei reportagens esportivas e assisti a transmissões de jogos de futebol, com o objetivo de entender como os dados estavam distribuídos nos produtos e se houve a intensificação do uso de dados estatísticos ao longo das últimas décadas.

Passei, então, para o processo de redação, que confesso que foi o mais trabalhoso. A dificuldade durante essa etapa foi condensar as respostas. Por fim, realizei a edição da reportagem. O resultado, para mim, foi gratificante, pois, além de apresentar experiências diferentes quanto ao uso de dados pelo jornalismo esportivo, fui capaz de fazer o produto da temática que eu desejei desde o início.

5 RELATO REFLEXIVO DE EXPERIÊNCIA INDIVIDUAL

Conhecer as técnicas do jornalismo de dados foi relevante para minha carreira. Durante a minha graduação, não havia me aprofundado sobre o tema. À medida que realizava pesquisas para o desenvolvimento da reportagem fui me deparando com a história dessa especialidade jornalística e vendo o quão importante ela é para quem deseja contar histórias de um modo diferente e com ainda mais precisão.

Percebi ainda, no decorrer da produção da reportagem, que ao contrário de outras editorias do jornalismo, a análise de dados no jornalismo esportivo ainda não se consolidou de fato, mas é uma tendência em pleno crescimento e evolução. Os entrevistados confirmaram essa questão demonstrando todo o pioneirismo que tiveram no mercado.

Com os depoimentos dos entrevistados e as análises de produtos realizadas para a reportagem, também aprendi como os profissionais utilizam várias ferramentas diferentes para auxiliá-los no dia a dia, seja para coleta, armazenamento, análise ou produção do conteúdo guiado por dados. Agora sou capaz de usar plataformas, como o SofaScore — página especialista em dados em tempo real e estatísticas —, com um olhar perspicaz de um bom jornalista e não de maneira rasa, como fazia anteriormente.

Depois de ler algumas confissões dos entrevistados, notei também que ainda existe certo preconceito do público quanto ao consumo de dados em comentários esportivos ou produtos jornalísticos. Constatei com os depoimentos, que isso nunca será unânime, pois gosto é singular, entretanto, a forma como os profissionais utilizam os dados tende a aproximar ou afastar ainda mais o consumidor.

Somente a imensidão de dados disponibilizada a partir do avanço tecnológico não é suficiente. O jornalista deve se familiarizar com novas técnicas e ferramentas para saber manusear os dados, além de saber utilizá-los da melhor maneira possível. Para cativar o público, o conteúdo deve ser simples, acessível e se possível, bastante visual. No caso de comentários baseados em dados, sempre será necessário contextualizá-los. Mas também é possível se beneficiar da análise de dados na apuração e preparação, sem ter que necessariamente inseri-los nos comentários ou produtos.

Ainda que o jornalismo esportivo seja uma grande afinidade para mim, conhecer a fundo o trabalho de alguns profissionais que eu já admirava foi significativo. Durante todo o trabalho me senti motivado a conhecer e aprender com as experiências de todos os entrevistados. Confirmei a pluralidade do jornalismo, expandi meu conhecimento teórico e identifiquei novas técnicas que me auxiliarão durante a minha trajetória profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi apresentar, por meio de uma reportagem multimídia, como os jornalistas esportivos estão utilizando dados para fundamentarem suas opiniões, comentários e análises. A partir de estudos, pôde-se perceber que a utilização de técnicas do jornalismo de dados está em crescimento na editoria de esportes, sobretudo, pela facilidade em obter e analisar dados, decorrente do avanço tecnológico. Com isso, espera-se que esse trabalho fomente novas discussões acadêmicas acerca das novas práticas jornalísticas, e ainda, possibilite conhecimento para futuros profissionais da área que desejem utilizar dados em seus produtos.

O primeiro passo foi realizar pesquisas bibliográficas em artigos acadêmicos e livros. Dessa forma, foi possível conhecer um pouco mais sobre a história do jornalismo de dados e suas técnicas, bem como a história do jornalismo esportivo e sua evolução ao longo dos anos. Posteriormente, foi possível entrevistar jornalistas esportivos para que pudessem relatar sobre suas experiências com o uso de dados.

Com os depoimentos dos entrevistados, notou-se que dado não é sinônimo de informação, que é necessário contextualizá-lo para que faça sentido para o consumidor. Constatou-se ainda, que quem opta por usá-los, deve saber interpretá-los e transformá-los em algo palpável e interessante para o público, de forma didática e simples. Para isso, e para garantir maior eficiência na coleta dos dados, é necessário dominar algumas ferramentas disponíveis no mercado.

Por meio da análise do blog Espião Estatístico, do GloboEsporte.com, confirmou-se que o emprego dos dados é múltiplo, podendo, por exemplo, ser utilizado em produtos textuais e em visualizações gráficas interativas, que permitem ao leitor explorá-las de acordo com seu interesse. Verificou-se também, mediante a observação de três transmissões de futebol realizadas em décadas distintas, que o uso de dados estatísticos nesses produtos se intensificou no decorrer dos anos, facilitando, assim, a entrega de informação ao telespectador e servindo de apoio para a argumentação de opiniões acerca do jogo.

A partir da reportagem e do estudo presente, neste relatório técnico, é possível afirmar que a aplicação de dados no jornalismo esportivo é mais uma forma inovadora e enriquecedora de se fazer jornalismo, assim como tantas outras já consolidadas. O conhecimento na área pode ser um diferencial no mercado, visto que os profissionais podem realizar apurações e análises mais assertivas.

Para os futuros pesquisadores, fica o questionamento: como as universidades têm contribuído para desenvolver jornalistas que saibam coletar, analisar e entregar conteúdo guiado por dados?

REFERÊNCIAS

ARON, Paul et al. As escritas do jornalismo esportivo. **Sobre Jornalismo**, [s. l.], v. 10, ed. 2, p. 10-13, 2021. Disponível em: <https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/435>. Acesso em: 12 abr. 2022.

CAVALLI, Marcelo. DataESPN e o futebol visto a partir do coletivo. **Anais do EVINCI – UniBrasil**, Curitiba, v. 3, ed. 2, p. 794-806, 2018. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisevinci/article/view/3702>. Acesso em: 28 maio 2022.

DA SILVA, Lara. **Informação x Opinião: O jornalismo esportivo na berlinda**. Orientador: Gilze Freitas Bara. 2020. 21 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Centro Universitário UniAcademia, Juiz de Fora, 2020. Disponível em: <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/publicidadejornalismo/article/view/2594>. Acesso em: 1 abr. 2022.

GEHRKE, Marília. **O uso de fontes documentais no jornalismo guiado por dados**. Orientadora: Luciana Mielniczuk. 2018. 130 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/172614>. Acesso em: 12 abr. 2022.

KÖNIG, Mauri. **Jornalismo de dados**. 1. ed. Curitiba: Contentus, 2020. 127 p. ISBN 978-65-5745-225-7.

LETÍCIA, Moura. **A trajetória da mulher no jornalismo esportivo**. Orientador: André Gagliardi. 2021. 57 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2021. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/handle/123456789/7294>. Acesso em: 16 abr. 2022.

MALESON, Roberto. **Espião estatístico: o jornalismo de dados no globoesporte.com**. Orientador: Paulo César Castro. 2017. 89 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social/Jornalismo.) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/6620>. Acesso em: 6 abr. 2022.
PAULO, Coelho. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Contexto, 2011. 124 p. ISBN 9788572442138.

PORCELLA, Iander; STORCH, Laura. Jornalismo de dados como alternativa à cobertura burocrática da editoria de economia. **VIII Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR)**, São Paulo, 2018. Disponível em: <http://sbpJOR.org.br/congresso/index.php/jpJOR/JPJOR2018/paper/view/1533>. Acesso em: 27 maio. 2022.

RIBEIRO, Alexsandro et al. **Jornalismo de Dados: conceitos, rotas e estrutura produtiva**. 1. ed. Curitiba: InterSaber, 2018. 348 p. ISBN 978-85-5972-779-1.

SILVA, Giuliander et al. Como as plataformas digitais provocaram uma ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX. **Revista Eptic**, Sergipe, v. 22, ed. 1, p. 161-178, 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12124>. Acesso em: 12 abr. 2022.

SPINELLI, Ricardo. O Bola de Prata voltou! Entenda as estatísticas por trás do Algoritmo DataESPN. **ESPN**, [s. l.], 27 de abr. de 2019. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/5554091/o-bola-de-prata-voltou!-entenda-as-estatisticas-por-tras-do-algoritmo-dataespn. Acesso em: 28 maio. 2022.

TRÄSEL, Marcelo. **Entrevistando planilhas: estudo das crenças e dos ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil**. Orientador: Francisco Rüdiger. 2014. 315 p. Tese (Doutor em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4590>. Acesso em: 12 abr. 2022.

TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 11, ed. 1, p. 291-304, 18 jun. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p291>. Acesso em: 12 abr. 2022.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo. Relatos de uma paixão**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 4. ISBN 978-85-02-11734-1.

APÊNDICE

Entrevistas transcritas:

ENTREVISTA 1 – (GUILHERME MIRRA – G.M)

Entrevista realizada em 3 de maio de 2022 pelo WhatsApp.

Obs.: Perguntas enviadas em 2 de maio de 2022.

Descrição: analista do SPFC Estatísticas e especialista de conteúdo do SofaScore.

P: Como é o seu trabalho diário no SofaScore? Como você utiliza os dados nos materiais que você produz para a empresa?

G.M: Sobre a primeira, acho que é importante você saber: eu trabalho no setor de parcerias, no setor de *media partneships* no caso, pois a empresa é europeia. O SofaScore é uma empresa croata. Então, o meu trabalho não é necessariamente jornalístico, está mais para marketing, mas acho que isso não faz tanta diferença assim.

Eu trabalho no setor de parceria e a gente produz conteúdo para mídias parceiras, então, por exemplo, a gente tem parceria no Brasil e na América Latina, que é onde eu atuo. Por aqui, temos parceria com o UOL, com o Bruno Formiga, tínhamos também com o Mauro César, mas não temos mais. Na América Latina, temos com a ESPN do Chile e com o diário AS.

Basicamente, a gente trabalha sobre demanda, eles pedem um conteúdo e a gente vai lá e faz. Eles costumam pedir coisas mais abstratas, aí fica a nosso critério do que a gente vai colocar. Então, por exemplo, a ESPN do Chile pede números do Alexis Sánchez na temporada 21/22 com a Inter de Milão. Aí escolhemos o que vamos colocar na imagem, de acordo com o que faz mais sentido pro jogador – posição, função, entre outros.

Os dados da nossa base de dados estão presentes em absolutamente tudo que a gente faz, o nosso trabalho é mexer com os nossos dados basicamente.

P: O SofaScore é bastante utilizado por outros jornalistas esportivos. O quanto é importante à análise das informações e dados disponíveis na plataforma para os profissionais do ramo?

G.M: Eu não quero falar que o SofaScore em si, como plataforma, se tornou fundamental, mas sim, que qualquer tipo de plataforma é fundamental para dar apoio. Em transmissão especialmente.

Eu trabalhei na ESPN antes de entrar no SofaScore e ouvia por exemplo, o Calçade falando bem do SofaScore, dizendo que tinha todas as escalões, notinhas, etc. Geral da redação usava para estudar para a transmissão, estudar para programa de debate e tudo mais. Então, eu acho que qualquer plataforma que faz um trabalho legal - e tem várias, não é só o SofaScore, existem várias concorrentes que também dão conta do recado e tem um conteúdo legal – é fundamental para você ter um apoio na hora de sustentar seus argumentos, sabe? Porque você pode simplesmente falar: ah, porque tal jogador é um cara muito criativo! Mas aí você vai ver e talvez o cara não seja tão criativo quanto parece, pois o futebol é um esporte com muito evento, ou seja, tem gol, assistência, chute, passe, passe para finalização, desarme, drible, enfim, são muitos eventos. Então é difícil acompanhar tudo na nossa cabeça enquanto assiste o jogo. A gente perde muita coisa. Então eu acho que essas plataformas são fundamentais para a gente ter mais controle do que acontece e eu, obviamente, vou destacar o SofaScore, não por ser funcionário, mas porque acho que visualmente, é agradável e fácil **de** digerir o que está na plataforma. Acho inclusive que esse é um dos motivos que faz o SofaScore se destacar, pois apostamos muito no visual e em como as pessoas vão receber as informações que estão no nosso produto. Então eu acho que facilita bastante e acabou se destacando por isso, mas tem outras plataformas que também fazem um trabalho sensacional. E tem muita coisa que a gente usa um do outro – não posso dizer rivais, mas sim, concorrentes.

P: E no SPFC Estatísticas, como é o seu trabalho diário? Como você utiliza os dados nos materiais que você produz?

G.M: No SPFC Estatísticas é um pouco diferente porque a gente fica mais livre para produzir o que a gente quer, mas a gente passa também várias horas só fuçando, filtrando coisas do São Paulo, rankings em relação a outros times da Série A do Brasil, enfim, mas por ser uma página única e exclusivamente sobre estatísticas, a gente usa os dados para tudo.

Mas uma coisa que eu fui adquirindo ao longo da minha caminhada no SPFC Estatísticas e, obviamente, trabalhar no SofaScore me ajudou bastante, é a responsabilidade com os dados, porque muita coisa que eu mesmo já produzi ficou fora de contexto, ou que necessariamente não significava muita coisa, mas chamava atenção e obviamente não era por maldade, mas é porque a gente vai aprendendo essas coisas quando a gente vai fazendo, de ter uma

responsabilidade maior com os números e saber colocar eles no contexto, porque fora disso significa muito pouco, né? Então tomamos muito cuidado hoje em dia, muito mais cuidado do que a gente tomava antes, por exemplo, com os tipos de dados e o que está por trás dos dados também. É um trabalho que exige muita responsabilidade e muita cautela.

P: Como é a aceitação do público são paulino no projeto SPFC Estatísticas?

G.M: A aceitação eu acho que é surpreendente boa, porque a gente vê muito torcedor que gosta do futebol entre aspas “raiz” e coisas do tipo, se opondo a números e repudiando qualquer coisa mais aprofundada, porque futebol não é número e sei lá o que.

A página bateu a marca de 60 mil seguidores outro dia e já estamos com 61, então a página está crescendo ainda. Apesar de já ser muito grande e uma das maiores sobre o São Paulo, tem um alcance enorme, então, a gente usa até pro bem, assim, não vou dizer educar, porque é muito arrogante falar isso, mas tentar oferecer um ponto de vista diferente sobre os números. Até pros torcedores mais raiz, que não gostam muito de número, tem muita coisa legal nos números. E aí obviamente tem que ser com muita responsabilidade. Muito cuidado também para não produzir coisas que podem direcionar as pessoas errado. Então, tomamos muito cuidado com isso, apesar de várias polêmicas.

Eu não sei se você se acompanha ou se você já viu, mas é capaz que você tenha visto, porque tem várias polêmicas em torno da página, que viralizaram. Isso acaba minando um pouco o trabalho que a gente tem hoje, porque as pessoas ainda ficam presas na página que era: ah, dinizista. Ah, fica falando bem do Daniel Alves e do Diego Costa o tempo todo. Ah, que odeia o Bruno Alves. Enfim, a gente ainda fica preso um pouco nesses rótulos do que a página foi no passado. Mas eu acho que isso também entra na aceitação do público da página, mas não indiretamente pelas estatísticas, porque a gente muitas vezes usava estatística a favor do que a gente gostava e não era por maldade, mas por pura inocência eu diria, de não saber exatamente o que tem por trás dos números. Então a gente acaba ficando um pouco marcado por isso. Mas no geral acho que a aceitação é muito melhor do que eu imaginava que ela fosse, porque a página cresce muito rápido.

A gente teve períodos de ficar sem postar muita coisa, pois não tinha muito conteúdo pela parada da pandemia. Enfim, a gente tá aqui hoje com 60 mil e um alcance incrível. Então, ainda tem muita gente duvidosa e desconfiada dos números, mas no geral, para a gente ter o alcance que a gente tem e o tamanho que a gente conseguiu chegar, a aceitação eu acho que é boa e muito melhor do que qualquer pessoa imaginava.

P: Você acredita que hoje, o ouvinte, leitor ou telespectador, está muito mais propenso a gostar de análises que contenham dados estatísticos? Por quê?

G.M: É uma opinião muito pessoal. Mas eu acho que sim, que as pessoas que consomem futebol estão tendendo a gostar mais das análises, porque é um jeito de você se aprofundar no esporte. E eu acho que esse lado tem crescido bastante recentemente. Se você olha no Twitter, você vê uma crescente muito grande em produção de conteúdo, de análise, de fios dedicados a esmiuçar as coisas que acontecem, não só em gols, mas em jogadas que, por exemplo, não tenham saído um gol, mas tem algum movimento específico que é importante para atrair a atenção dos zagueiros e coisa do tipo. Aí também é um pouco das pessoas que produzem esse conteúdo não entrarem fundo demais nesse mundo, pois senão fica aquela coisa do “taticuês”, tipo o Tite que fala dos externos desequilibrantes, sei lá o que. As pessoas que produzem esse conteúdo, às vezes estão tão aprofundadas nesse meio, que pegam tudo para elas e incorporam em tudo que elas fazem. Então quem estuda o futebol começa a falar dos internos, dos movimentos de atração, ruptura, e sei lá o que. Eu acho que isso não faz nenhum favor para quem tá para quem tá consumindo e não tem um conhecimento tão aprofundado sobre isso ou para quem tá no começo ainda.

Eu acho que falta uma conciliação da produção do conteúdo com uma linguagem um pouco mais acessível, mais simples. E é uma que eu sempre me propus a fazer nas minhas análises, quando eu fazia, pois hoje em dia não tenho mais tempo. Então era tentar simplificar o máximo, não usar muito os termos táticos, por exemplo, pois isso acaba afastando um pouco as pessoas. E eu não julgo, não culpo essas pessoas por se sentirem afastadas, porque é um linguajar um pouco específico demais e tem coisa que nem eu que trabalho com dados, que me dispus a estudar bastante para produzir conteúdo desse tipo, também não sei o que significa. E aí eu fico: Pra que falar desse jeito? Dá pra você colocar de um jeito mais simples. Então, por mais que eu acho que as pessoas estão mais propensas a gostar desse tipo de conteúdo, eu acho e entendo o lado das pessoas que se sentem afastadas e não gostam, porque eu acho que ainda falta um bom caminho para achar um meio termo, de conseguir fazer esse tipo de conteúdo sem afastar as pessoas que não estão muito ligadas nesse meio.

P: Quais os benefícios que a análise traz para os jornalistas? E para os consumidores?

G.M: Para os jornalistas é você ter o apoio para argumentos para programas de debate, para você explicar o que está acontecendo no jogo durante as transmissões. Mas acho que o benefício para o consumidor depende do jornalista, pois se o jornalista não consegue traduzir direito esse tipo de análise, de uma forma acessível, não vai está trazendo muito benefício para quem está consumindo. Quem está em casa e assiste futebol fim de semana, porque trabalhou a semana toda e não tem um aprofundamento muito grande, ele não vai querer saber dos internos que fazem parte das rupturas, o que essas coisas significam. Então eu acho que depende muito.

O benefício para o consumidor está muito ligado em como o jornalista age com essa informação. Então, os benefícios são muito claros se você literalmente clarear um pouco mais o que está acontecendo no jogo: o que os jogadores fazem, o que os treinadores fazem para armar estratégia, como que eles colocam um time para jogar em campo, enfim, os números ajudam a explicar bastante e traduzir o jogo, mas os números não fazem isso sozinho. Você tem que ter alguém falando desses números de um jeito acessível. Então esses dois benefícios estão muito interligados para o consumidor e para o jornalista, porque para o consumidor ser beneficiado, o jornalista tem que saber manusear esse dado.

P: Você acredita que o futuro do jornalismo esportivo passe pelos dados?

G.M: Acredito muito e acredito que o presente do jornalismo esportivo também passe pelos dados. Mas é como eu falei, é saber achar um meio termo a ponto de você saber explicar exatamente o que está acontecendo de um jeito acessível, porque obviamente não é todo mundo que se interessa. Mas eu acho que não precisa todo mundo se interessar para virar unanimidade no futebol os dados, os números e estatísticas. Acho que dá para você ter todo mundo falando disso, mesmo sem necessariamente gostar desse lado. Porque como eu falei, é muita coisa, o futebol tem muito evento dentro dos jogos para a gente analisar tudo e saber de tudo que está acontecendo enquanto assistimos. Então os dados ajudam a gente a manter um controle grande do que está rolando. Só que ainda acho que falta esse discernimento de quem controla esses dados, de quem está apresentando esses dados para o público fazer de um jeito acessível. Então eu acho que esse é o desafio para o futuro, mas que o presente já passa pelos dados, porque a gente vê um crescimento muito grande das estatísticas nas transmissões e nos programas. Só que para o futuro, acho que esse é o ajuste que falta fazer, para se consolidar de fato.

ENTREVISTA 2 – (JOÃO GUERRA – J.G)

Entrevista realizada em 4 de maio de 2022 pela caixa de mensagens do Twitter.

Obs.: Perguntas enviadas em 3 de maio de 2022.

Descrição: jornalista, analista de dados do GloboEsporte.com e membro do Espião Estatístico.

P: No Espião Estatístico, como você utiliza a análise de dados em suas matérias? Tem alguma matéria ou um caso em que você trouxe dados para suas análises, que seja motivo de orgulho ou que seja especial para sua trajetória?

J.G: O Espião Estatístico faz o acompanhamento de todos os 20 clubes da Série A, além de Cruzeiro, Grêmio e Vasco. Além de outras funções do dia a dia, monitoramos todos os jogos feitos pelos clubes durante a temporada nos estaduais, nas competições regionais, nacionais e internacionais. Nossa principal forma de controle de dados se dá a partir do Excel.

Quando entrei na equipe, o processo de desenvolvimento das fórmulas e da designação das respectivas funções para cada célula, já estava consolidado, então não tive tanto contato com essa parte. Na planilha, destrinchamos todas as jogadas que resultam em finalização — desde a origem do lance, cartões (e seus motivos), tempo gasto para a checagem do VAR, substituições, etc. Todos os lances são anotados com a maior exatidão de tempo possível. Depois que cada jogo é feito e revisado, a planilha é inserida em um arquivo com todos os jogos realizados na temporada, chamado de “planilha-mãe”. Não tenho o número ao certo, mas nesse momento da temporada, esse arquivo já conta com um número de células na casa dos milhões.

Ingressei no Espião no início de janeiro, então ainda não tive tanto tempo para fazer muitas matérias especiais com a nossa base de dados. Tiveram algumas pautas interessantes, como o levantamento que fizemos sobre todas as contratações dos clubes na última janela de transferências. Foi uma das matérias com maior audiência no site neste ano. Segue o link, caso se interesse: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/2022/04/13/atletico-mg-flamengo-e-palmeiras-sao-os-times-com-menos-reforcos-juventude-lidera-o-ranking.ghtml>.

P: Como essas novas ferramentas de análises te apoiaram enquanto jornalista?

J.G: No nosso dia a dia, nós temos a função de abastecer os programas da casa, os produtos do digital e as transmissões ao vivo na Globo, SporTV e Premiere com nossa base de dados. Uma das principais ferramentas que utilizamos nesse processo, além do Excel, é o Power BI. Com ele, nosso trabalho acaba ficando muito mais fácil, pois ele fornece uma visualização dos dados de uma forma mais organizada e interativa. Por lá, conseguimos acessar os números-base das planilhas que servem de apoio para a equipe de reportagem, como número de jogos, gols, minutos em campo, assistências, aproveitamento dos técnicos, cartões, etc. Minha base no jornalismo não foi feita nessa parte de dados. Fui estagiário da Globo RJ por dois anos, mas passei por outras áreas, como reportagem, produção e eventos. Confesso que não tinha um conhecimento tão amplo sobre essa parte até me deparar com essa oportunidade no começo deste ano. Precisei aprender bastante coisa que não tinha tanta familiaridade para poder acompanhar o processo trabalhoso que o Espião enfrenta no dia a dia. Além do Excel e do Power BI, alguns membros da equipe ainda utilizam o Python para algumas funções (mas eu nunca precisei).

P: A utilização de dados no jornalismo esportivo passou de tendência para necessidade. Como você enxerga essa mudança para o mercado? Acredita que o futuro do jornalismo esportivo passe pelos dados? E quais os benefícios para o consumidor?

J.G: Eu percebo uma mudança bastante abrupta no papel dos dados no jornalismo esportivo, sobretudo por conta de uma presença cada vez maior das casas de apostas no esporte — um mercado com bastante dinheiro envolvido e com investimento pesado em marketing, que, por consequência, vem atraindo um número cada vez maior de usuários nas plataformas. Agora, todos os dados das partidas tornaram-se relevantes, porque tudo envolve dinheiro.

Ano passado, inclusive, o Espião teve uma parceria com a SportingBet para realizar alguns conteúdos promocionais no digital sobre as partidas do Campeonato Brasileiro. Eu não estava na equipe ainda, então não consigo te passar detalhes mais a fundo.

Por esses motivos, acho que a utilização de dados será uma tendência cada vez maior no jornalismo esportivo. Com mais dinheiro sendo investido nessa área, novas tecnologias poderão ser pensadas e implementadas para um melhor conteúdo direcionado ao consumidor final — seja nas transmissões ao vivo ou no digital.

P: Na sua visão, os dados do Espião Estatístico ajudam também outros profissionais, sejam da própria emissora ou até mesmo de outras, a avaliar os clubes, os jogadores e o próprio jogo, de forma mais ampla e assertiva?

J.G: Ajudam sim. Eu sempre bato na tecla, porém, de que os dados por si só não dizem tudo sobre a avaliação de nenhum atleta, treinador ou clube. Não é porque um time teve mais finalizações ou posse de bola, por exemplo, que ele teve uma atuação melhor ou algo do tipo. Acredito que os dados servem para incrementar a discussão, trazer novos olhares que ajudam a entender o que acontece no jogo. No entanto, futebol é muito mais do que um número em si. Ainda mais com toda a imprevisibilidade que o cerca e o torna tão apaixonante.

P: Você que se formou há pouco tempo, acredita que a faculdade de comunicação ainda carece de mais aprofundamento na área do jornalismo de dados? Ou em sua passagem pela universidade, você teve esse apoio para conseguir exercer a profissão de analista dentro do GE?

J.G: Com certeza, carece de um aprofundamento. Como disse em uma das respostas anteriores, acredito que seja um mercado em amplo crescimento e com muitas oportunidades no futuro, por conta de uma onda de investimento presente atualmente. Fiz o meu curso de jornalismo na PUC-Rio e, por lá, não tive nenhum contato formal com nada relacionado ao jornalismo de dados. Apenas uma palestra sobre o assunto. Muitas das universidades — e aqui, incluo a minha — necessitam passar por uma reciclagem da grade curricular para abranger de uma forma mais efetiva algumas áreas da comunicação que se desenvolveram no mercado mais recente, como o jornalismo de dados e o digital.

ENTREVISTA 3 – (ROBERTO MALESON – R.M)

Entrevista realizada em 4 de maio de 2022 pela caixa de mensagens do Instagram.

Obs.: Perguntas enviadas em 3 de maio de 2022.

Descrição: jornalista, analista de dados do GloboEsporte.com e membro do Espião Estatístico.

P: Você sempre se interessou pelo jornalismo de dados. Quando surgiu esse interesse?

R.M: Foi em 2014, ou seja, tem oito anos já. Eu sempre gostei de me especializar e fazer cursos fora da faculdade. Eu acabei pegando pra fazer um de Jornalismo de Dados, do *Knight Center for Journalism*. O curso se chamava *Herramientas Digitales para El Periodismo de Datos*, com a Sandra Crucianelli.

Foi o meu primeiro contato com a área e de cara já gostei muito. Como eram poucas pessoas especializadas na área no Brasil na época, resolvi me aprofundar e comecei a fazer vários cursos em sequência. Ainda em 2014, fiz um curso presencial selecionado entre 25 pessoas pela Escola de Dados, com 20 profissionais e cinco estudantes (eu era um deles). O curso foi na UFRJ (onde eu estudava) e tive a certeza de seguir por essa área e cá estou oito anos depois

P: Como você avalia o uso dos dados nos produtos jornalísticos relacionados ao esporte? Acredita que seja fundamental?

R.M: O uso de dados em esporte, principalmente na televisão, ainda é muito básico, com dados elementares, sem muita profundidade. Isso em relação ao futebol, que é minha área de atuação. Sei que no basquete é muito usado o tempo inteiro.

No futebol, ainda falta um uso mais aprofundado dos dados nas transmissões e programas. No site do GE, conseguimos ter um uso melhor disso, porque podemos explicar alguns critérios e metodologias. Eu entendo que na TV é mais difícil de explicar, porém já conseguimos emplacar muitos conteúdos baseados em dados em muitos locais desde então.

Não sei se dá pra dizer que é fundamental, mas os dados são sim peça muito importante na compreensão do esporte e do futebol. Eles dão uma visão mais aprofundada no jogo

P: Em 2017, no seu TCC você fez a análise do Espião Estatístico. Você já fazia parte da equipe naquela época? Quais as principais mudanças no produto, que você percebeu ao longo desses 5 anos posteriores?

R.M: Sim, já fazia parte. Eu entrei na equipe em 2016. Em 2017, me formei e fui contratado direto.

Nossa planilha desde então já mudou bastante. Passamos a ter mais informações que acarretam em mais tipos de dados e, conseqüentemente, mais matérias que podemos fazer.

Fora isso, o Espião Estatístico ganhou muita relevância dentro do esporte da Globo. Se antes, poucos nos conheciam, agora todos nos conhecem. Isso faz com que todo, ou praticamente todo, uso de dados esportivos sobre futebol na Globo passem por nós. Todos os programas da

Globo e SporTV nos procuram para pedir dados e informações. Recebemos quase cinco mil pedidos em dois anos e meio.

P: Como você realiza o processo de análise de dados para compor suas matérias?

R.M: Nossa base de dados é toda em Excel. Cada jogo de time da Série A tem uma planilha. Com isso, nós temos uma planilha-mãe com todos os jogos de cada time da Série A.

A partir da planilha-mãe temos outras planilhas interpretação linkadas a ela para gerar rankings e dados automaticamente. Assim como fazemos análises, via tabela dinâmica pela própria planilha-mãe, para fazer as matérias e tirar informações da base de dados. Por exemplo: temos uma planilha de interpretação de desempenho dos times da Série A. Nela, temos rankings dos melhores mandantes e visitantes na temporada, times com mais cartões, com mais contra-ataques, etc.

P: Tem alguma matéria ou um caso em que você utilizou a análise de dados, que seja motivo de orgulho ou que seja especial para sua trajetória por algum motivo?

R.M: Para falar a verdade tem muitas matérias guiadas por dados que deram trabalho, mas valeram muito a pena.

Eu, por exemplo, criei o acompanhamento de lesões na elite do futebol brasileiro lá em 2016. Já estamos no oitavo ano de acompanhamento e somos referência dentro dos DMs dos clubes por esse material. A primeira matéria foi essa: <http://ge.globo.com/futebol/noticia/2016/12/flamengo-tem-menos-lesoes-no-ano-e-atletico-pr-e-o-lider-veja-lista.html> . A última foi essa aqui: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/lesoes-dos-times-da-serie-a-caem-para-menor-patamar-desde-2016-chape-e-inter-lideram-ranking.ghtml> .

Mas tem muitas outras matérias, como a página de técnicos — maior página do Brasil para acompanhar a rotatividade dos treinadores brasileiros: <https://interativos.globoesporte.globo.com/futebol/rotatividade-dos-tecnicos/> .

Eu poderia linkar aí, uns 20 trabalhos grandes que foram pro Jornal Nacional, Esporte Espetacular, programas do SporTV, etc, mas pode ficar com esses dois aí que acho que já basta.

P: A utilização de dados no jornalismo esportivo passou de tendência para necessidade. Como você enxerga essa mudança para o mercado? Acredita que o futuro do jornalismo esportivo passe pelos dados? E quais os benefícios para o consumidor?

R.M: Eu acho uma mudança muito positiva, em todos os sentidos. Os dados sempre estiverem à disposição, mas nunca eram muito bem trabalhados na imprensa esportiva.

Agora, principalmente pelo trabalho do Espião Estatístico, isso passou a ganhar os holofotes e ser mais valorizado. Acredito que os leitores e telespectadores ganham com mais informação sobre o jogo e o futebol brasileiro. Saem da mesmice de sempre e conseguem ter um panorama melhor. O destaque do time não precisa ser necessariamente o artilheiro ou o garçom. Com os dados que trazemos, colocamos os holofotes em outros personagens importantes da equipe e do jogo.

P: Como transformar os dados em algo palpável e interessante para o público, que não seja apenas números soltos em uma matéria?

R.M: Esse é um trabalho realmente desafiador. É o que trabalhamos todos os dias. A gente tenta entregar um conteúdo complexo de forma interessante a todos. O ideal é tentar ser o mais didático possível.

A gente tenta explicar tudo didaticamente e também contextualizar tudo e encaixar minuciosamente os dados no contexto para não ficar solto. Aí entra as habilidades de narrativa, *storytelling*, com o entendimento do dado em si. Isso junto e bem amarrado sai um material bacana.

P: Por fim, você quer deixar alguma mensagem para os futuros jornalistas esportivos? Eles devem começar a estudar *analytics*? Você indica algo?

R.M: Já falei com muitas turmas de alunos desde que me formei e eu sempre digo que é importante não se limitar apenas ao conteúdo oferecido pela faculdade. É importante fazer cursos por fora (tem muitos gratuitos na internet) e assistir palestras, além de frequentar congressos e exposições de jornalismo, porque são ótimas oportunidades de aprender, ver as novas tendências do mercado e fazer *networking*.

Acho que todos devem estudar o que podem interessar mais, seja *analytics* ou não. Tem muitos programas para aprender a mexer. Saber programar é um “puta” diferencial, apesar de eu não saber, por exemplo. O básico é saber mexer bem no Excel.

Mas, tem muitos programas para aprender a mexer. Esse link aqui abaixo tem 80 ferramentas de jornalismo de dados, desde a coleta até a visualização de dados. Só explorar: https://docs.google.com/presentation/d/1deIZAPa9HF-aKFdA2PCUrmRbmjCgNaGbod5bL9NQYbQ/edit#slide=id.g2e4b245d76_0_33.

ENTREVISTA 4 – (GUSTAVO FOGAÇA – G.F)

Entrevista realizada em 10 de maio de 2022 pelo WhatsApp.

Obs.: Perguntas enviadas em 2 de maio de 2022.

Descrição: jornalista e analista de desempenho com especialização em análise de dados.

P: Quando surgiu o seu interesse por análise de dados?

G.F: É estranho isso, porque eu fiz universidades humanísticas — fiz jornalismo e fiz cinema — e no colégio eu era anti-números. Sempre rodava em matemática, sempre ia mal em física. Era uma coisa que eu falava assim, pô, isso aí não vai ter o menor serviço na minha vida. E aí é muito louco, porque em 2013 eu quis dar uma reviravolta na minha vida. Já estava há muitos anos trabalhando como cineasta, roteirista, fazendo comerciais publicitários, filmes, séries, coisas no audiovisual e eu queria tentar a vida no futebol. Aí fui fazer cursos, especializações para poder trabalhar em clube, trabalhar com futebol mesmo. Aí eu descobri o livro “Os números do jogo”, do Cris Anderson, e esse livro é a minha Bíblia, cara. Foi esse livro que me abriu a cabeça para os números no jogo, para o uso das estatísticas e eu me apaixonei completamente. A partir daí, eu comecei a me aprofundar e ir para esse lado da análise de dados no esporte.

P: Como você utiliza os dados em suas análises esportivas? Quais os principais dados e ferramentas que você gosta de utilizar para obter informações que apoiem seus comentários?

G.F: Eu tenho um mantra que eu criei que é assim: os números nunca mentem, mas eles não dizem toda a verdade, correto? A gente tem que sempre colocar em contexto. Temos que entender o ambiente onde eles estão posicionados, que parte da história que eles contam. O

número por si, um número frio, ele é incontestável. O cara foi lá e deu três chutes a gol, isso aí é incontestável, mas aí a gente precisa dar uma qualidade nesses números, né? De quais formas foram feitos esses chutes, da onde foram feitos, como é que foram criadas as jogadas, etc. Então eu uso os dados frios primeiro para me dar uma base, para ver para onde eu parto e a partir daí, eu tento fazer uma leitura mais qualitativa deles para ver o que me serve, o que me serve para contar uma história, o que me serve para contar a história do jogo e não ficar tão preso ao que é frio e sim aquilo que tem valor para contar história.

Quanto aos principais dados e ferramentas, eu gosto de usar índices de performance, que são fórmulas aonde você junta vários fundamentos ou várias estatísticas para gerar um índice aonde você consegue ter uma leitura mais qualitativa, como por exemplo, os *expected goals* (xG), o PPDA, o Rack 5, o VAEP. Enfim, há vários índices de performance que fazem e ajudam a ter uma leitura mais precisa do jogo, mais qualitativa do que os números próprios, então eu gosto de usar isso. Eu também tenho os meus próprios índices, né? Eu criei índices como *justix*, *defense*, que me ajudam também a ter essa leitura mais precisa do que está acontecendo.

P: Você já disse que sua opinião, estando certa ou não, sempre será baseada em números e estudos, ou seja, você não trabalha com achismos. Além disso, quais os outros benefícios que os dados podem trazer para um jornalista esportivo?

G.F: Muitas vezes a gente pode falar um número certo e fazer uma leitura errada desse número certo. É aquilo que eu falei: tem que entender o contexto, o meio ambiente do jogo, o meio ambiente do número, a leitura mais qualitativa. Às vezes até um número correto pode nos levar por uma leitura equivocada se a gente não colocar em contexto. Então a gente pode errar. Eu já errei várias vezes nisso e fui aprendendo a fazer dessa forma, mas obviamente não trabalho com achismos. Assim, na minha percepção, você tem que perceber que é impossível você ver tudo que acontece num jogo. Há mais de 4.000 ações que acontecem durante uma partida. Nenhum olho humano consegue captar isso, nem o seu, nem o meu, nem o do treinador, nem de ninguém, então os números ajudam você a entender coisas que os olhos não conseguem perceber. Então antes de dizer qualquer opinião minha, eu preciso comprovar ali com os números se a minha percepção está correta.

E eu acho que os benefícios são vários, desde essa questão de você ter um pouco do controle do que tá acontecendo, você entender tendências, você entender probabilidades, você entender padrões, principalmente isso, porque ao entender, por exemplo, que um time troca 100 passes

no último terço na média por jogo e você está lá comentando o jogo e vê que o time fez só 20 passes no último terço, você fala “opa”, tem alguma coisa errada acontecendo. O time está bem fora do seu padrão, ou é o adversário que tá impedindo que ele faça isso, ou tem algum problema no time, na mecânica do time, que ele não tá mantendo o seu padrão. Aí você pode falar: bom, o time hoje não foi tão bem, porque tal e tal coisa entende? Então você tem muito mais consistência nos seus comentários a partir dos números, você evita de falar uma coisa qualquer, que é só uma percepção sua e você acha: pô, só eu vi isso cara. Cara, se você acha que só você viu isso, você está errado, porque certamente a comissão técnica, alguém da equipe técnica viu, pois eles vão estar sempre mais bem equipados que você como jornalista. Então você tem que tentar chegar no mesmo nível deles para poder falar o que aconteceu no jogo e os números ajudam muito nisso.

P: E para o consumidor? Quais os benefícios de uma análise baseada em dados?

G.F: Isso é meio polêmico, porque tem muita gente que não se interessa, que não gosta, que acha que isso é besteira, que isso não é futebol, que isso é “nutella”, que é uma besteira, que futebol não é número. Futebol é super complexo, são muitas coisas ao mesmo tempo. Futebol não é só números, mas como futebol também não é só emoção, como futebol também não é só talento, como futebol também não é só estratégia, não é só tática, não é só físico. Ele é tudo isso no mesmo nível. Todos esses fatores têm a mesma importância, então você pode optar por que tipo de leitura você quer receber do jogo. Você quer receber só a emoção do narrador e você não quer saber mais nada além disso, beleza! É o seu direito. Você quer ter uma leitura mais tática, movimentos coletivos, beleza! É o seu direito. Você quer ter uma leitura mais de análise de dados, probabilidades e padrões, beleza! Você quer ter tudo isso, beleza! O bom é isso. É democrático, é amplo, é plural, é livre, é lindo. Futebol é lindo por causa disso. Então só tem benefício. O que eu acho errado é você ficar por birra ou por manha ou só por ignorância criticando qualquer um desses lados. Eu, por exemplo, não critico. Supostamente eu deveria criticar quem vê futebol só pela emoção, né? Eu já fui esse torcedor, eu já fui quando criança, quando adolescente, já fui torcedor só da emoção e não entendia nada de futebol, achava que entendia, mas não entendia nada. Só queria entender da emoção do jogo e tá tudo bem. E eu acho isso perfeito, é por isso que o futebol é tão apaixonante. Só tem benefícios da análise de dados para quem quiser viver o futebol desse jeito ou trazer isso de alguma forma.

P: Acredita que hoje, o ouvinte, leitor ou telespectador, está muito mais propenso a gostar de análises que contenham dados estatísticos ou ainda há certo preconceito?

G.F: Têm sim muito preconceito, mas muito menos que dez anos atrás.

Quando eu comecei com isso, nossa, foi uma barreira. Tem um livro do Carlos Guimarães sobre comentários no rádio esportivo, que tem um capítulo inteiro falando sobre o meu trabalho, sobre como eu fui disruptivo, como quebrei padrões e abri portas para esse tipo de análise quando ninguém falava sobre isso. Quando você é o primeiro a fazer isso, quando você começa a trazer coisas que as pessoas não estão acostumadas a ouvir, você sofre muito preconceito. Nossa, eu fui muito bombardeado por ouvintes, por leitores, telespectadores, pelos próprios colegas que debochavam de mim, que me achavam um idiota, que eu não entendia nada de futebol. Enfim, eu tive que manter o meu rumo certo para mostrar que isso aqui é só mais um jeito de olhar o futebol e que vai ajudar todo mundo. E eu fico muito feliz de hoje ver, por exemplo, colegas que me criticavam muito na época, usando as ferramentas, usando os dados, falando da parte tática. E eu não fico dizendo assim: ah, viu? Eu falo é o contrário cara: bem vindo, vamos nessa, olha só que legal, é muito mais divertido, vamos se divertir junto. Futebol é isso, é diversão, é parceria, é um jogo coletivo em todos os sentidos. Então eu acho que as pessoas hoje estão muito mais propensas, muito mais abertas. Ainda tem muito preconceito, mas elas estão se acostumando um pouco mais a ver um mapa de calor, a ver umas estatísticas, entender os números do jogo e falar disso nas redes. É irreversível o processo. Cada vez vai ser maior, só que ainda, claro, tem preconceito sim.

P: Na semifinal do campeonato carioca, por exemplo, você “previu” o gol do Flamengo após uma análise de estatísticas ao vivo. Para um jornalista esportivo e principalmente, um comentarista, a análise de dados já se tornou fundamental?

G.F: Você pode ser o comentarista que você quiser dentro de todos os aspectos de futebol. Você quer ser um comentarista preparador físico e só falar do preparo físico, do desgaste fisiológico, do nível de lactância do músculo e da pressão, intensidade rítmica ou cardíaca, você pode ser, entendeu? Não tem um comentarista que fale só disso, seria inovador trazer um comentarista que fale e analise os jogos ao vivo, só da parte física, seria incrível. Então dá para fazer. Acho que o comentarista tem que ser o que você gosta. Você quer ser um comentarista só da emoção, que fala só de achismo, de fake news de futebol, de besteira, pode ser. Quer ser um comentarista só de comédia, tirar sarro dos jogadores e tirar sarro da torcida,

você pode ser. Você quer ser um analista tático profundo, que só fala de estratégias e reações de dos times a partir da disputa das ideias dos treinadores, você pode ser. Você quer ser um cara que junta tudo isso, você pode ser. Então é muita opção de quem você é, do jeito que você gosta do futebol, do que você quer fazer com o futebol, do que representa você e você vai encontrar um lugar. Se você quiser trabalhar com números você vai ser muito feliz, eu garanto.

P: Como e quando surgiu a ideia de criar a ferramenta “QuaseGol.com.br”? A ferramenta permite mensurar a expectativa de gols de um lance. Como ela pode ser usada por jornalistas esportivos durante suas análises? Quais os principais benefícios?

G.F: O “Quase Gol” é o primeiro modelo de *expected goals* baseado no futebol brasileiro. Porque que eu digo isso? *O expected goals* é uma métrica, que não é invenção minha, é uma invenção inglesa. Ela tem vários modelos matemáticos diferentes e eu uso um de regressão logística, aonde a fórmula é baseada em eventos. Assim, tem vários fundamentos dentro de uma finalização e esses fundamentos eles são binários, por exemplo, levantou a cabeça e olhou antes, sim ou não? Recebeu um passe de uma assistência, sim ou não? Foi uma jogada coletiva, sim ou não? Foi uma jogada individual, sim ou não? Aí, o lugar que estava dentro do campo, sim ou não? Então todas essas posições dentro da forma, elas vão aproximando a qualidade daquela finalização para um gol. Quando o número estiver mais perto de um, maior probabilidade de gol. Essas probabilidades são calculadas em cima de finalizações passadas e as empresas de estatísticas faziam fórmulas de *expected goals* baseadas em campeonatos europeus. Então não dava para você medir a qualidade de uma finalização no futebol brasileiro a partir de finalizações do futebol europeu, que é outro esporte que se joga lá, é outro ritmo, é outra intensidade, é outra qualidade técnica, é outra velocidade, é tudo diferente, tudo, absolutamente tudo diferente, então, não dá pra meter uma fórmula de *expected goals* no futebol brasileiro baseado em finalizações do futebol estrangeiro.

Naquela época não havia uma fórmula de *expected goals* baseada 100% em finalizações do futebol brasileiro, aí o que eu fiz: peguei alguns amigos que me ajudaram, dividimos as finalizações do Campeonato Brasileiro 2015, 2016 e aí começamos a fazer uma base de dados com essas finalizações. Eu montei o algoritmo em cima disso. Aí depois eu fui atualizando, 2017, 2018, 2019. Nesse intervalo, as empresas começaram a se dar conta e fizeram fórmulas de *expected goals* baseadas em finalizações do futebol brasileiro e hoje tudo bem, hoje tem

várias que usam *expected goals* de forma correta, mas eu na verdade fui o primeiro a fazer isso e ela ajuda muita gente que trabalha com futebol e utiliza.

Eu queria que fosse um serviço gratuito, que fosse algo que qualquer um pudesse usar para popularizar, para democratizar e sempre o retorno é muito bom, o retorno da galera de quem usa é sempre muito legal. Eu uso bastante também nas transmissões ao vivo, eu acho que é muito interessante. Quem trabalha com comentário ao vivo, poder ver ali a qualidade da finalização no jogo, entender e poder trazer isso para o comentário: essa finalização teve 20% de probabilidade de gol, somando as finalizações tal... e ali você tem um monte de informação que você pode coletar. Ah, tantas finalizações foram de origem coletiva, tantas individuais, saber de onde foram finalizadas. Eu acho uma ferramenta super útil e gosto muito que as pessoas usem, então veio daí, veio de poder oferecer para as pessoas um índice de performance importante, que vê qualidade de finalização e de forma gratuita e democrática.

P: Você já recebeu feedback de algum jornalista falando sobre a sua ferramenta, se ajudou, se faz o uso no seu trabalho? Tem alguma parceria com alguma empresa do ramo ou com algum jornalista?

G.F: Eu recebo muito feedback de analistas de desempenho de clubes. Têm muitos clubes do futebol brasileiro, Série A, Série B, Série C, Série D, que usam, porque é a única ferramenta de *expected goals* gratuita que tem no mercado. Hoje, todas as fornecedoras de dados: Opta, inStat, Wyscout, todas oferecem o seu *expected goals*, só que é tudo um pacote pago e tem clube que não consegue pagar, tem clube que recebe pago. E cada um usa uma fórmula diferente também, então às vezes, o cara quer ter uma outra opinião, uma outra opção para ele comparar com essas.

Então, assim, eu sempre recebo muitos comentários positivos e quando não é um comentário positivo é um comentário construtivo no sentido de melhorar a ferramenta. Eu acho que funcionou muito nesse aspecto de ajudar os clubes, de ajudar os profissionais do futebol, isso aí tem sido muito legal. De jornalistas eu recebo pouco feedback sobre a ferramenta. Recebi mais lá no começo, quando eu lancei em 2016, aí sim recebi bastante comentário de muita gente, muita gente parabenizou, muita gente gostou e tal, mas atualmente assim, eu não sei se o pessoal do jornalismo usa muito, se usa não comenta tanto comigo, quem usa bastante é o pessoal do futebol mesmo.

P: E no Footstats, você poderia explicar um pouco sobre o chamado Índice Footstats, como ele é feito?

G.F: O Índice Footstats é um power ranking, aonde todos os fundamentos realizados pelos jogadores individualmente, coletivamente, no jogo, tem um valor. Esse valor tem um peso diferente para ações defensivas, ações ofensivas e a função e a posição do jogador. Por exemplo, um zagueiro fazer um desarme tem um peso, um atacante fazer um desarme tem outro peso, de acordo com a função, de acordo com o lugar do campo. Então ele é muito preciso nessa questão de dar uma foto geral de como foi a performance do time no jogo.

E tem uma coisa muito interessante do índice. Ele sempre consegue apontar com sei lá, 4, 5, 6 rodadas de antecipação, quem vai ser o campeão de algum torneio, porque ele vai indicando uma tendência de performance. Eu entrei no Footstats só ano passado, mas em vários campeonatos anteriores eles conseguiram prever quem seria o campeão brasileiro a partir do índice, sem erro. É claro que você via, por exemplo, que o Flamengo do Jorge Jesus seria campeão brasileiro com tranquilidade, porque era um time muito melhor, então o índice sustentava isso, ele oficializava essa percepção que você tinha. Mas, por exemplo, quando o Flamengo ganhou do Inter, o índice começou a mostrar isso, como o Inter tinha parado na sua performance, como o Flamengo vinha galopando...galopando e que logo iria passar. Então foi muito assertivo, assim, quando o Footstats anunciou que o Flamengo ia ser campeão brasileiro com antecipação a partir do índice, porque isso foi comprovado, né? Então é uma ferramenta muito útil também.

P: No último Review Footstats, você alertou ao torcedor corinthiano sobre o goleiro Cássio ter realizado 9 defesas importantes durante o começo do campeonato, salvando o clube de possíveis gols e contrariando as inúmeras críticas que vem recebendo. Você acha que as análises também podem ajudar o torcedor a entender o jogo com menos coração e mais razão?

G.F: Elas servem para isso realmente, para o cara parar um pouco e pensar. A questão é: o cara quer parar e pensar?

A maioria das torcidas se move por uma paixão absurda de querer vencer sempre, de qualquer forma, de qualquer jeito. O brasileiro não gosta de futebol, o brasileiro gosta de vencer, o brasileiro gosta de ver o time dele campeão e o adversário derrotado e não importa como, não importa se joga bem, se joga mal, se foi um gol roubado, se foi um gol bem montado, se o time tem craque, não tem craque, é um utilitarismo do esporte como uma afirmação de uma

sociedade que dá certo, porque a gente tem uma sociedade quebrada e vulnerável em tantos aspectos e o futebol é um tubo de escape para dizer assim: eu sou um vencedor, eu consigo estar na frente de todo mundo porque o meu time, que me representa, ele ganha, não importa como, mas ele está lá ganhando. Então, a grande parte das pessoas, a grande maioria das pessoas, não quer saber de análise nenhuma, elas querem um time ganhando de qualquer jeito e “foda-se”.

Então, se o Cássio for apontado como o inimigo número um contra isso naquele momento, a massa vai inteira pra cima dele, porque eles não pensam assim: como o que eu estou fazendo, o que significa. É uma questão de tipo: não, ele está impedindo essa minha vontade de ser campeão e de humilhar os outros adversários e de representar a minha vitória na vida. Infelizmente é assim no futebol brasileiro, né? Se pega o futebol argentino, que é o nosso vizinho: eu morei nove anos na Argentina, então eu posso falar com propriedades sobre o argentino e como ele vive de futebol. O argentino é o povo que mais ama e entende de futebol no mundo. Não tem ninguém no mundo inteiro, eu morei 25 anos da minha vida no exterior, em 10 países diferentes, e eu posso te afirmar isso, o argentino é o povo que mais entende, mais ama futebol. Eles amam seus clubes. Tem muita rivalidade, tem violência, tem tudo que tem aqui, mas o que tem lá que não tem aqui é gostar do jogo, é falar do jogo, é entender do que ele está falando, o esporte, o futebol, os lances, entender do jogo falado, o que está acontecendo. Eles fazem isso há muito tempo antes da gente. Então o time dele pode perder, pode ganhar, mas ele vai falar do jogo, ele vai falar o que aconteceu dentro de campo, ele vai entender as figuras, vai entender quem jogou mal, quem jogou bem, ele vai ser muito mais ponderado nessa hora de condenar ou não, de transformar alguém em herói ou não. É claro que também é um povo latino, é um povo que tem problemas sociais, é um povo que a paixão é muito forte e tudo que tem aqui tem lá também, mas o argentino entende de futebol e o argentino gosta de futebol. A diferença de nós aqui é que a gente não entende do esporte, o brasileiro não quer entender do futebol, ele quer só emoção, ele quer só a vitória e ele não gosta de futebol. Ele gosta de ver o time dele vencendo. Se o time dele tá mal, ele não vai ao estádio, ele não assiste o jogo, ele não acompanha as notícias. Aí se o time dele começa a vencer, ele volta. O time dele caiu pra segunda divisão, ele não se interessa mais, ele fica morrendo de vergonha, ele não quer saber porque que aquilo aconteceu. É mais importante o status da vergonha do que propriamente entender o esporte. Então essa é uma diferença social e cultural muito forte e que eu acho que isso não vai mudar. Isso é assim, a gente tem que aceitar e entender.

P: Por fim, para um futuro jornalista esportivo que se interesse por dados. Como começar?

G.F: Estou criando com mais quatro colegas que são analistas de dados, que trabalham em clubes de futebol, uma escola de análise de dados jornalísticos, que é a Ebrafa - Escola Brasileira de Futebol Analítico, aonde a gente vai ajudar a fornecer conhecimento e criar uma comunidade para muitas pessoas que querem trabalhar com dados no futebol, tanto jornalistas, internautas, profissionais do esporte e a demanda é bem alta para isso.

Então, a gente está preparando esse material, preparando esse curso, fazendo isso que já é um caminho de entrada, mas enquanto isso não estiver pronto, eu sempre falo o seguinte: leia muito. Tem muitos livros interessantes sobre dados. Se aproxime do jogo a partir disso. Comece a ler os dados para entender o que eles falam do jogo, o que o contexto mostra, o que o ambiente do jogo com os dados está falando para você. Veja sempre muito futebol, assista tudo que é tipo de futebol, entenda claro, de tática, de técnica, de parte física, tem que entender de tudo para poder ajudar a trazer os dados, ajudar a entender o resto e botar a cara para bater, tem que ter a cara de pau de sair falando, de errar, de acertar no caminho, de compreender qual é a sua voz como comentarista esportivo, cada um tem que ter a sua voz, o que representa a pessoa como comunicador, o que ela quer dizer, o que que ela acha importante, o que ela gostaria de escutar. Eu sempre tento falar coisas que eu gostaria que alguém falasse. Eu seguiria alguém que falasse o que eu falo, por exemplo. Então tem que pensar um pouco isso, mas também, obviamente, ser democrático. Não pode ser muito hermético, falar de um jeito só para quem é da área, porque você afugenta as pessoas. Fica aquela peça de uma pessoa que não sabe se comunicar, que não consegue transformar os dados em conhecimento, então é tudo um jogo de equilíbrio como qualquer coisa na vida. É achar o caminho certo a partir das suas verdades, do seu conhecimento, do seu estudo e o que você pode oferecer para as pessoas.

Mas eu garanto para você, é lindo, é maravilhoso, eu me excito demais cada vez que eu vou me debruçar sobre uma planilha, sobre números, porque vem um mundo de conhecimento, de informações que eu não percebi durante o jogo, que eu não entendia, o que eu não vi e aquilo ali me abre a cabeça e me traz um monte de *insights* e me dá vontade de falar de um monte de coisas e eu não consigo nem passar metade de tudo isso, porque é muita coisa. Então, é realmente apaixonante. Quem quiser entrar de cabeça no mundo dos dados do esporte não vai se arrepender jamais, nem do futebol e nem de qualquer outro esporte. Todos os esportes tem uma penca de informação e conhecimento pelos dados que é apaixonante.

ENTREVISTA 5 – (DENIS BOTANA – D.B)

Entrevista realizada em 13 de maio de 2022 por e-mail.

Obs.: Perguntas enviadas em 10 de maio de 2022.

Descrição: jornalista e um dos fundadores do blog Bola Presa.

P: O basquete é um dos esportes que mais geram dados estatísticos. A NBA, por exemplo, é um gigantesco “banco de dados”. Como um jornalista esportivo pode se beneficiar desses dados para realizar análises e comentários de jogadores, times e jogos?

D.B: Uma das coisas mais legais do "excesso" de dados gerados pelo basquete atualmente é que eles podem ajudar um jornalista esportivo em qualquer uma das etapas do processo de trabalho. Uma olhada descompromissada em dados de times, jogadores, da temporada ou de algumas partidas pode ser, por exemplo, uma maneira de encontrar uma pauta, um ponto de partida para uma matéria que depois pode ser complementada por observação, entrevistas e pesquisa.

Mas o caminho pode ser o oposto. A entrevista de um atleta pode trazer um tema que então será aprofundado com pesquisa nesses números, que podem bancar, ilustrar ou até contradizer o que afirmou o jogador. Nos comentários de um jogo os dados também podem aparecer, especialmente para dar contexto do que está rolando em quadra: esse jogador estar bem nos arremessos de 3 pontos é comum ou não? Um time jogar num ritmo tão veloz ou lento é o esperado ou não? Tal equipe costuma mesmo arremessar tanto de meia distância ou dominar os rebotes? Dados coletados antes da partida podem ajudar a mostrar ao espectador o que esperar, assim ele pode aprender ou se surpreender com o que o jogo oferece.

Acima de tudo, os dados são tantos que não há desculpa para não usar. Até porque eles podem ser usados contra você. Não é necessário sempre listar e citar todos os dados pesquisados, mas se você vai dizer ou escrever algo sobre um time ou jogador e existem dados que podem comprovar o que está dizendo, por que não o fazer?

P: Há diferença entre o uso de dados pela mídia americana e a mídia brasileira, seja na intensidade ou até mesmo no modo de usar?

D.B: A principal diferença, na minha opinião, é a preocupação brasileira em se justificar pelo uso de dados. Há quase uma vergonha em parecer bobo por exagerar nas estatísticas, então o uso de dados é muitas vezes seguido por frases como "números não contam tudo", meio que como um jeito de apaziguar o ânimo de um público que, especialmente no futebol, é avesso ao uso de dados nas análises. Nos EUA, embora existam os "anti-analytics" com destaque na mídia, aqueles que usam os números raramente parecem preocupados em usá-los, assim como muitas vezes nem perdem muito tempo explicando conceitos. Por aqui há uma preocupação de explicar sempre o que cada número significa, com medo de que o público não entenda.

Não sei ao certo cravar o motivo disso, mas tenho dois palpites: (1) não lidamos bem com números, desde a ideia de probabilidade até pesquisas eleitorais, parece que tudo no Brasil que envolve números é seguido de pessoas os interpretando do jeito mais equivocado possível; e (2) somos o país do futebol, e o futebol é um esporte de poucos pontos, então lá é mais difícil fazer uma correlação simples entre um dado da partida e o resultado final. Os "anti-analytics" do futebol sempre se deliciam com prazer quando um time domina a posse de bola, o número de chances criadas e mesmo assim perde de 1 a 0. É o jeito deles provarem que há uma "mística" no futebol, algo de imponderável, como dizia Nelson Rodrigues, e que não pode ser explicado por números, razão e ciência.

P: Em relação a disposição desses dados para que os jornalistas possam analisar. O basquete brasileiro (NBB, por exemplo) também dispõe de uma grande quantidade de estatísticas ou ainda carece de uma maior coleta de dados? Essa discrepância faz com que as análises de um jogo da NBA seja mais completa do que as análises de um jogo da NBB?

D.B: O NBB, inspirado pela NBA, desde o começo sempre se preocupou em ter o máximo de estatísticas possível, mas ainda assim não chega aos pés do que a NBA oferece em dados. Na NBA existem câmeras que registram os movimentos de todos os jogadores em todos os momentos de todas as partidas, nos informando depois quanto cada atleta percorreu, com qual velocidade, qual era a distância do defensor mais próximo durante um arremesso e etc. Por aqui ficamos mais com os números mais básicos, aqueles registrados pela tradicional ficha do jogo. Até existem dados mais aprofundados do NBB, mas eles não estão disponíveis no site do NBB ou qualquer outro gratuito. Eles estão disponíveis, por exemplo, no Synergy ou no InStat, que são serviços pagos que têm times como clientes mais tradicionais. Algumas empresas de mídia também compram esses pacotes para oferecer um banco de dados para seus jornalistas, mas isso não acontece no Brasil, muito menos com nossa quase amadora

cobertura de basquete nacional. Inimaginável um blog independente pagar milhares de dólares por esses dados, assim como é improvável que um jornal local pague isso para que um jornalista esportivo tenha acesso a esses dados.

A análise do NBB é, portanto, muito menos completa. Mas diria que isso não é só pela falta de dados. Há também menos conversa. Poucas pessoas comentam e analisam a fundo o NBB, há poucos comentaristas profissionais de basquete nacional. Na NBA, por exemplo, vemos um analista trazer um tema à tona, outro responder, outro tentar inovar olhando por um novo ponto de vista, outro analisar por números, outro focado na parte tática, outro na histórica. Há o cara que sabe tudo dos bastidores, os que narram boas histórias e, claro, os que dominam os números e os dados. É uma parte fundamental que alimenta todas as outras, o NBB não tem quase nada disso.

P: No Bola Presa, vocês costumam utilizar análise de dados estatísticos para realizar algum conteúdo, sejam vídeos, podcasts ou até mesmo os textos? Como você utiliza os dados nesses conteúdos? Utiliza alguma ferramenta como o próprio site da NBA para conferir os dados?

D.B: Utilizamos dados estatísticos em tudo o que fazemos. Nem sempre citamos todos os números, porque achamos que pode ficar maçante, mas sempre que vamos falar sobre um time ou um jogador olhamos antes todos os seus números. Na análise de um time gosto de ver antes números gerais, como *rating* ofensivo e defensivo, e depois ir investigar o que faz esses números serem bons ou ruins. Qual é o perfil de arremesso em cada lado da quadra, ritmo de jogo, tipo de lance mais usado. Só que como são muitos dados, temos que partir de algum lugar, e esse lugar é nossa experiência vendo os jogos. Ao assistir jogos ao longo da temporada, algo pode nos chamar a atenção, aí começa a investigação com mais vídeo, mais jogos, matérias da imprensa local e, no meio disso tudo, os dados estatísticos.

Normalmente usamos o site da NBA (nba.com/stats) que é um dos mais completos que existem de maneira gratuita. Também utilizamos o Cleaning the Glass, PBP Stats, Dunks and Threes, Inpredictable e outros.

P: Hoje, o treinador Doc Rivers (76ers) deu uma declaração falando que acha que as estatísticas “estão fora do controle”, que deve-se assistir o jogo e decidir quem foi melhor (declaração em relação ao prêmio de MVP ter sido dado para o Jokic e não para o Embiid). Dado como exemplo, você acredita que o uso de estatísticas pelo jornalismo esportivo em

relação ao basquete, às vezes acaba sendo exagerado, pois os dados deixam de ser uma informação ou um apoio para o jornalista, e se tornam uma “única verdade”?

D.B: Eu não entendi nada dessa declaração do Doc Rivers. Ele fala como se o Nikola Jokic não fosse simplesmente espetacular para quem simplesmente assiste aos jogos. Ele é claramente um gênio, mesmo se você não checar nenhum número. De qualquer forma, é verdade que algumas pessoas exageram às vezes. Há jornalistas e mesmo torcedores que acreditam que se não há um número que prova um ponto, então ele não existe. Ou que se um número mostra o que ele acredita, que isso é incontestável. Existem limitações nos dados, desde a maneira com que são coletados até a nossa interpretação deles. Também não podemos esquecer que o esporte envolve relações pessoais, tática, decisões individuais, sorte e emoção, além de ser algo que está sempre mudando, enquanto os números mostram o que aconteceu no passado.

Há também, em alguns casos, o exagero na exibição dos números, o que acho que acaba desgastando a relação do público com os números. Se tudo o que você falar for seguido de uma planilha do Excel e siglas estranhas, todo mundo vai revirar o olho ao te ouvir. Você pode pesquisar os dados para confirmar uma tese e não necessariamente mostrar toda a pesquisa no seu texto.

ENTREVISTA 6 – (VALMIR STORTI – V.S)

Entrevista realizada em 15 de maio de 2022 pela caixa de mensagens do LinkedIn.

Obs.: Perguntas enviadas em 3 de maio de 2022.

Descrição: editor web de dados esportivos e análise de desempenho do GloboEsporte.com, e criador do blog Espião Estatístico.

P: Como e quando surgiu a ideia de fundar o Espião Estatístico?

V.S: O Espião Estatístico vem sendo desenvolvido por parte da equipe de dados esportivos da Globo desde 2013. A estruturação e granularidade dos dados eu comecei a desenvolver em 2009. O resultado eram publicações em blog e nas redes sociais do Futebol sem Chute. Em 2012, analisei os 380 jogos do Brasileirão publicando no blog do GE. Também analisei o Paulistão 2013, quando a Globo me ofereceu uma oportunidade. Rodrigo Breves, coordenador

da equipe de dados, decidi que a estruturação seria útil para a equipe, e o projeto virou o Espião Estatístico. Essa estruturação e granularidade foram criados para buscar os dados escondidos entre o que se via em campo.

P: Quais foram as principais mudanças realizadas no produto desde a sua criação?

V.S: O Espião Estatístico está em desenvolvimento permanente em busca de potencializar as chances de compreender o comportamento das equipes dentro de campo e dar suporte a todas as equipes da Globo que precisarem de dados precisos. Em relação à base de dados, estamos sempre em busca de novas medições que respondam a questões que são levantadas quando se fala de futebol: quem está fazendo mais gols, mais assistências, quem é o mais preciso, qual equipe produz mais, se é recorde a quantidade de pênaltis marcados, qual o atleta que mais bloqueia finalizações adversárias, quem é o jogador que mais finaliza de primeira, quantas paralisações o VAR já fez no futebol desde que foi implantado no Brasileirão? O futebol está passando por mudanças, e nós vamos nos adaptando a elas, tentando compreender o impacto que essas mudanças causam. Conforme as equipes da Globo vão precisando de respostas que temos como entregar, novas oportunidades vão se abrindo, e a estrutura toda da empresa está atenta em busca de potencializar nossos resultados. O Espião Estatístico começou na Globo como uma base de dados que permitia à equipe publicar conteúdo relevante baseado em dados. Passou a produzir conteúdos voltados para o cartoleiros atuantes no Cartola, a fornecer o desempenho de atletas em cobranças de pênaltis para ser apresentado nas transmissões ao vivo da Globo, virou quadro no Troca de Passes, passou a atender a todas as equipes da Globo que necessitem de dados, passou a atuar nas redes sociais e a acrescentar informações ao Tempo Real de jogos e mais recentemente foi apresentado também como um algoritmo, ou a alimentação e base do algoritmo, que desafia a habilidade preditiva de talentos da Globo em relação ao resultado dos jogos da Série A do Brasileirão.

P: Como foi a aceitação do público durante este percurso? Houve uma mudança de cultura gradual por parte do leitor?

V.S: Com a globalização e popularização do acesso à internet, a mudança cultural foi acentuada de forma geral. Já havia gente consumindo dados e abertos a novidades como quem eram os bandeirinhas mais precisos na marcação de impedimentos, as equipes que mais faziam gols em jogadas aéreas, os jogadores que mais faziam assistências para finalizações,

quem eram os goleiros mais decisivos, quem mais bloqueava finalizações, quem precisava de menos minutos em campo para participar de um gol contando as assistências. Como o futebol atrai muita gente, há aqueles que não se importam com dados, os que não aceitam o uso de dados, os que contestam o que é apresentado, os que leem por achar importante e os incentivadores, que chegam a defender os pontos de vista apresentados. Buscamos acima de tudo, um trabalho consistente e preciso sobre as equipes que acompanhamos. A aceitação e receptividade dos pontos de vista baseados em dados varia de acordo com os interesses individuais. Quando aplicado ao Cartola, por exemplo, o consumo de dados alcança picos de audiência que resultaram na criação do Gato Mestre, com jornalistas e cientistas de dados.

P: Como é realizado o processo de coleta, armazenamento e análise dos dados? Quais são as principais ferramentas utilizadas pela equipe para este processo?

V.S: Nós acompanhamos jogos para o Cartola, quando necessário, e atuamos como uma camada de qualidade na coleta de dados, revisando a base de dados que são mantidos em sistemas específicos proprietários. Paralelamente, agregamos granularidade, acrescentando informações qualitativas e características. Os dados do Espião Estatístico foram estruturados em Excel e são pesquisados a partir do Power BI e da extração com fórmulas e tabelas dinâmicas.

P: Há uma separação de equipes para cada processo: coleta, armazenamento, análise e produção das matérias?

V.S: A equipe é formada por jornalistas e participam de todo o processo, extraindo dados e produzindo conteúdo. A participação em todo o processo favorece o cuidado com cada informação coletada, com a devida preocupação com precisão do dado coletado. A produção de conteúdo é realizada com a consciência de que se trabalha com os dados mais precisos possível. O que ocorre é que dependendo de quanto for necessário produzir a partir da base de dados, mais pessoas acabarão só participando da produção de conteúdo, mas preparadas se for necessário que participem da coleta de informações.

P: Em uma entrevista no ano de 2017, você reconheceu que o Espião Estatístico ainda tinha limitações, como por exemplo, o armazenamento de informações pelo Excel. Após 5 anos e

novas ferramentas e possibilidades disponíveis, você ainda pensa da mesma forma? Acredita que o produto ainda pode melhorar?

V.S: Depois dessa entrevista, em setembro de 2018, passamos a aproveitar o Power BI, que nos ajudou a superar muitas dessas limitações, que existiam, sim. Há limitações que vão sendo superadas a cada nova temporada. E há desafios e há muito trabalho, o desejo de compreender o que faz a diferença dentro de campo e produzir conteúdo. O Excel também oferece uma incrível flexibilidade em ambientes criativos e caóticos como o futebol e do conteúdo. De um instante para o outro, algo se torna o grande assunto, e o Excel facilita a adaptação quando precisamos responder a uma pergunta que ainda não havia sido feita, mas temos como responder. Outros programas facilitam e oferecem flexibilidade de formas diferentes. Em 2022 posso dizer que a qualidade da equipe assegura a consistência do Espião Estatístico em cada espaço em que é apresentado.

P: Hoje, quais são os principais produtos entregues pelo Espião Estatístico para o consumidor?

V.S: A principal aplicação do Espião Estatístico é a visualização das cobranças de pênaltis de quem vai fazer uma cobrança de pênalti em segundos no jogo que está sendo transmitido ao vivo pela Globo e vai mexer com o emocional de milhões de pessoas ao mesmo tempo. Fazer parte da transmissão ao vivo, na Globo, é algo gigantesco em momento crítico. Aquela informação também mexe com o torcedor e com o secador. Fornecer dados para o Jornal Nacional, para o Jornal da Globo, Esporte Espetacular, para o Globo Esporte local de diversos estados, colaborar com as reportagens e as equipes do SporTV, do GE. Agora o Espião Estatístico aparece também no Palpite GE, com grandes talentos da Globo, tentando prever resultados da rodada do Brasileirão, consequência dos resultados alçados no Favoritismos, aplicando modelo preditivo desenvolvido em parceria com o economista Bruno Imaizumi.

P: Como o Espião Estatístico faz para transformar base de dados em algo interessante para o público?

V.S: Ficando atento ao que está pautando as conversas sobre cada equipe que compõe a Série A do Brasileirão e os gigantes que estão na Série B. Ficando atento ao que está sendo comentado nas redes sociais, na interação com torcedores. Buscando as melhores perguntas e

as melhores respostas sobre o que pode ser interessante e o que pode ser útil para quem ama o futebol e seus movimentos.

P: Você já analisava e desenvolvia banco de dados em trabalhos anteriores para outros veículos de comunicação. Desde o início da sua trajetória lá na Folha de S. Paulo até o sucesso do Espião Estatístico, você percebeu grandes mudanças no mercado de jornalismo quanto aos benefícios do uso de dados?

V.S: Equipes são compostas por pessoas que têm suas preferências e vieses. Nessas equipes são feitos investimentos. E há planos e objetivos. Dados podem fazer parte dos planos ou não, dependendo do que acredita quem controla a aplicação dos investimentos. Não há dúvida que com o avanço das tecnologias foi aumentando a quantidade de projetos que envolvem dados, mas também porque há mais projetos, não porque todos os veículos anteriores passaram a contar com áreas de dados. Quando grandes questões precisam ser apresentadas a partir de dados confiáveis para que decisões apropriadas sejam tomadas, como foi no caso da pandemia de Covid-19, muda a percepção da importância da análise de dados e até mesmo a média móvel passa a ser compreendida. Cabe principalmente a quem forma as equipes de dados fazer a melhor apresentação das análises e dos dados para que sejam apreciados. É um desafio conquistar novos apreciadores da cultura de dados, assim como é para todas as outras culturas. O jornalismo se adapta às situações que se manifestam no dia a dia, quando as equipes de dados conseguem acompanhar a velocidade jornalística, há potencial para o jornalismo apresentar dados que complementem a cobertura.

ENTREVISTA 7 – (MATEUS PINHEIRO – M.P)

Entrevista realizada em 16 de maio de 2022 pelo WhatsApp.

Obs.: Perguntas enviadas em 2 de maio de 2022.

Descrição: coordenador e coproprietário do SCCP Scouts.

P: Como funciona o projeto “Corinthians Scouts”? Como e quando surgiu a ideia de analisar o clube de uma forma inovadora e com o apoio dos dados?

M.P: O projeto do Corinthians Scouts nasceu justamente com a proposta de analisar. Era mais no começo, uma ideia tática e análise de jogadores do mercado para o Corinthians trazer, do que o que se tornou depois, que foi uma análise mais completa do jogo, do campo, dos números. A abordagem do tema era bem rasa quando a gente começou a trazer isso. Foi algo que em 2017 já tinha alguns seguidores e desde então a gente só cresceu. Hoje são mais de 50 mil seguidores. E creio que justamente para poder dar voz a quem quer analisar o futebol mais profundamente do que as conversas de bares.

P: Como é realizado o processo de coleta, armazenamento e análise dos dados? Quais são as principais ferramentas utilizadas pela equipe para esse processo?

M.P: Com relação à coleta, os principais dados a gente tem o nosso próprio *database*. Então, temos uma planilha do nosso companheiro, Gustavo Ruban que acompanha todos os dados. Ela já está com todos os jogos completos até 2008 ou 2007, então descendo para aí, até onde conseguimos. Então a gente consegue trazer dados oficiais, não contamos amistosos. Então estão dados oficiais de jogos, de gols, de assistências, minutos, minutos que usou a camisa um, minutos que usou a camisa dois, gols no primeiro tempo, gols no segundo tempo, de direita, de esquerda. Temos tudo ali completo. Mas no dia a dia quanto a análise mesmo, a gente recorre aos bancos de dados que a grande maioria das pessoas que trabalham com isso usam. Então a gente tem a conta no InStat, que é uma ferramenta super importante no mercado de análise e também recorre ao SofaScore, ao Footstats para trazer números e discussões para a pauta.

P: Como foi a aceitação por parte do público? Você acha que atualmente, o leitor está mais propenso a gostar de análises e comentários que sejam apoiados pelo uso de dados? Por quê?

M.P: Em relação à aceitação foi difícil no começo. Ainda existe certa resistência ao que se consome em termos de dados, porque as pessoas acabam achando que é um exagero, que é uma “frescura”. Existe uma resistência ainda para quem gostava mesmo do papo de bar, do conversar sobre peso de camisa, sobre sorte, sobre os resultados conquistados na marra, coisas do tipo que, claro, existem e tem o seu espaço. Ninguém vai forçar que a pessoa consuma somente o futebol ou produza por meio da análise, mas o mais interessante, claro, pra gente, é entender e não só se limitar aos jargões de antigamente. Então cria-se sim uma resistência. Parte da torcida do Corinthians não gosta até hoje e isso faz total sentido, não vamos forçar e

nem tratar o torcedor como inferior, é mais uma maneira do torcedor que gosta querer acompanhar o time.

P: Vocês pretendem expandir o projeto?

M.P: Quanto à expansão pretendemos sim. Já existe agora um meio de captação financeiro pelo Apoia-se para a gente poder pagar nossos produtos, para poder pagar o serviço do InStat, para poder pagar o Stream Art, que fazemos as transmissões ao vivo. Então, existe sim um plano de expansão. Já estamos em algumas coletivas do feminino, mas o plano é também estar no masculino e aos poucos vamos crescendo nesse sentido.

P: No Espião Estatístico, como você utiliza a análise de dados em suas matérias? Como é esse processo de transformar dados em algo que seja interessante para o consumidor?

M.P: Já sobre o Espião, claro que por se tratar de um produto “Globo”, eu sai no final da semana passada, mas claro que posso responder isso tranquilamente, é um *database* bem mais profundo, completíssimo desde 2013. Analisa todas as jogadas, inclusive. Além do *database* que já temos do Scout, que é uma ferramenta que oferecem para a gente alimentada pela própria Footstats, temos também o nosso próprio levantamento. O Espião tem ainda o levantamento e o objetivo é justamente esse, de usar esses números para fazer recortes interessantes sobre lesões, sobre escanteios, sobre o estilo que o time tá fazendo gol, sofrendo gol, inclusive para prever resultados, que é o que tem sido mais eficiente, tanto que lidera lá na questão dos palpites, que entrou como Espião Estatístico e agora está liderando.

P: Na sua trajetória como jornalista esportivo, tem algum caso ou matéria que seja especial para você, que tenha sido apoiada pela análise de dados?

M.P: Na minha carreira eu sempre trabalhei muito voltado com a base, com os dados, mas meu principal conteúdo foi justamente os levantamentos que eu fiz durante a minha passagem pelo Espião: sobre a base, sobre a carreira de base de cada jogador que foi relacionado por um time durante o ano, entre 2021 e 2022.

Fui buscar os três clubes formadores nesse sentido, porque existem jogadores que passaram por mais, mas aí não entraram na lista de mais de 1.500 jogadores. Então é uma matéria bem completa nesse sentido, bem informativa e com certeza foi o produto que mais me deu essa

possibilidade de analisar, até porque quando você fala: ah, o Santos revela mais; o Flamengo é mau revelador. Pouco quer dizer se você não tiver os dados. A gente trouxe esses dados à tona e foi fazendo análise a partir disso, então o Flamengo revela muito para o campeonato, o Santos também. Esse foi o maior produto que eu tenho.

P: Como essas novas ferramentas de análises te apoiaram enquanto jornalista? A utilização de dados no jornalismo esportivo, assim como em outras áreas do jornalismo, passou de tendência para necessidade. Como você enxerga essa mudança para o mercado? Acredita que o futuro do jornalismo esportivo passe pelos dados? E quais os principais benefícios para o consumidor na sua visão? Se tiver alguma outra coisa que queira pontuar também ou que ache interessante que seja feita uma abordagem, fique a vontade.

M.P: Para mim as ferramentas sempre foram necessárias e embasaram as opiniões que eu tenho. Eu gosto de falar que um número sem os dados, ele é vazio, é raso.

Um jogador, por exemplo, focando no William do Corinthians para fazer esse recorte: o William tem um gol e três assistências na temporada. É um número que pode dar a impressão de que o William faz uma temporada ruim, mas o William é o líder, por exemplo, em passos definitivos, que é o que cria uma situação de gol para o Corinthians; ele é o líder em pré-assistências, que é uma estatística por muitas vezes ignorada, mas que é muito importante para o jogo, pois ele cria as bolas para que elas possam ser definidas; contrariando a tese de que só analisando o número dele daria a impressão de que ele faz uma temporada ruim.

As ferramentas são muito importantes para você confirmar análises, embasar análises, pra você não falar somente de impressões: eu tenho a impressão de que a defesa do São Paulo marca muito mal. Não! Vamos ver como dá para se embasar numericamente nessa teoria. Então, tenho certeza que já é muito forte nos debates esportivos, nos programas esportivos, na mídia em geral e só tende a crescer, é um movimento somente de crescimento. Só se comparar o que se faz na Europa, por exemplo, os clubes como Manchester City têm 30 analistas, e times como Flamengo, Corinthians e São Paulo, por enquanto, têm equipes de 4, 5 analistas. Isso vai crescer, ela tem muito a crescer e estarei aí dentro desse mercado para acompanhar o crescimento.

ENTREVISTA 8 – (FELIPE TRICATE – F.T)

Entrevista realizada em 29 de maio de 2022 pela caixa de mensagens do LinkedIn.

Obs.: Perguntas enviadas em 18 de maio de 2022.

Descrição: diretor de análise da Owl Stats.

P: Gostaria que você falasse um pouco sobre o que é a Owl Stats, como ela surgiu, desde quando está no mercado?

F.P: A Owl Stats é uma empresa de inteligência para futebol, com foco em análise de dados pensando na perspectiva coletiva e individual. Nosso CEO e o COO fundaram a companhia ano passado. Com o objetivo de ajudar na revolução de dados do futebol e alavancar mudanças no futebol brasileiro

P: Se possível, poderia falar um pouco, como funciona a rotina de trabalho do site, como realizam a coleta dos dados, como entregam esses dados?

F.P: Nosso trabalho é feito por analistas. Então eles veem os jogos, seguem o nosso protocolo de análise e o registram para nosso banco de dados.

P: Há diferença nos produtos trabalhados para o Brasil, Reino Unido e Itália?

F.P: Nenhuma diferença. Atacamos diversos tipos de clientes, que podem variar de acordo com a necessidade. Mas nada com sentido a Brasil, UK (Reino Unido) e Itália, respectivamente.

P: Quais são os produtos que a Owl Stats oferece para os veículos de comunicação? Existem cursos específicos para esse público?

F.P: A variedade de produtos hoje nossa é a mesma para todos os potenciais clientes. Podendo ser customizada para cada clube, jogador ou finalidade de uso. Mas nossos relatórios coletivos, avaliação individual e plataforma de scout são as mesmas. Ah, nossos cursos estão disponíveis na nossa Owl Academy e também são os mesmos para todos os públicos.

P: Como esses produtos podem auxiliar os jornalistas que trabalham com esportes? E os cursos, como eles podem auxiliá-los no dia a dia?

F.P: Os cursos nos ajudam a entender a metodologia. O produto em si, pode ser útil na educação de espectadores que não conhecem um viés mais exato. Ou até mesmo para enriquecer a própria transmissão ou análise do jogo (pré ou pós).

P: Vocês possuem parceria com veículos ou blogs esportivos? E com jornalistas, existe esse tipo de parceria?

F.P: Oferecemos tais parcerias sim. Hoje temos em andamento um projeto, pensando em mídia, com o Tik-Tok oficial da Série C.

P: Como você, especificamente, enxerga o crescimento da utilização de dados analíticos nas matérias e análises esportivas? Acredita que o consumidor e o próprio jornalista tende a ganhar com esse uso?

F.P: Acredito completamente. Creio que na verdade todos se beneficiam com avanços tecnológicos em prol do futebol. Especificamente para a mídia, vejo a oportunidade de gerar um conteúdo melhor para o torcedor. Do pré e pós jogo. Para sair da famosa conversa de mesa de bar

ENTREVISTA 9 – (RENATO RODRIGUES – R.R)

Entrevista realizada em 2 de junho de 2022 pela caixa de mensagens do LinkedIn.

Obs.: Perguntas enviadas em 22 de maio de 2022.

Descrição: comentarista da ESPN, analista de desempenho e coordenador do DataESPN.

P: Quando você começou a utilizar a análise de dados como apoio a sua profissão? E como o jornalismo de dados foi importante para sua carreira até aqui?

R.R: Eu comecei quando eu trabalhava no Lance!, ainda no jornal eu fazia muitas matérias em cima de dados. Eu gostava de buscar esse tipo de mote para argumentar algumas questões

em algumas matérias. Então eu sempre usei e é muito importante até hoje. É claro que as estatísticas e os dados não são o principal. Pra mim não é o principal. Pra mim a observação é mais importante.

Mas é sim uma ferramenta que ajuda a gente a ser mais assertivo na análise, na criação de opinião, enfim.

P: Na sua visão, quais são os benefícios que o jornalista esportivo tem ao utilizar a análise de dados para apoiar seus estudos e seus comentários? E o que o consumidor ganha com essa prática?

R.R: Eu acho que com os dados a gente consegue confirmar algumas impressões que a gente tem no olho. Os dados são importantes para sustentar algumas questões que a gente analisou durante o jogo.

Eu acho que a pessoa que está assistindo, que está lendo, que está ouvindo, ela consegue ter um conteúdo mais embasado. Ela tem mais sustentação para tirar sua própria opinião. A nossa ideia nunca é levar a nossa opinião para a pessoa e pessoa tem que ter a nossa opinião, mas sim, ajudar com que ela crie a própria opinião e quanto mais conteúdo a gente leva e mais embasamento, mais essa pessoa tem uma riqueza de detalhes.

P: Recorrer a ferramentas que disponibilizam dados de times e jogadores ajuda a comentaristas esportivos analisar de forma mais assertiva aquilo que estão acompanhando? Você costuma utilizar alguma ferramenta durante as transmissões? E fora da transmissão, você utiliza para estudos?

R.R: Recorro bastante. Busco muito esse tipo de dado, porque tanto no ao vivo quanto na preparação a gente está sempre de olho nessas ferramentas online, algumas pagas, outras não. Mas é sempre muito importante.

P: Você acha que quando um comentarista utiliza dados para apoiar os seus comentários, ele tem mais credibilidade? O consumidor, na sua visão, gosta desse tipo de análise ou ainda há certo “preconceito”?

R.R: Não digo mais credibilidade, mas você tem mais argumento, mais embasamento em cima do que você está falando. Como eu disse: claro que não tem que ser só o número, pois eu

acho que ele não diz tudo sobre o jogo, mas ele ajuda sim o consumidor a entender melhor o jogo, a visualizar coisas dentro do jogo que às vezes não está conseguindo visualizar, acho que esse é o papel do comentarista e do jornalista.

Tem consumidor que gosta, tem outros que não. Acho que esse pessoal da geração mais jovem tende a curtir mais.

P: O consumidor da internet está mais propenso a gostar de análises que contenham dados estatísticos do que o consumidor da TV e do rádio? Você acha que é um público mais independente ou cabe à utilização de dados para qualquer tipo de público?

R.R: Então eu acho que esses públicos já se misturam. Obviamente que na internet, acho que tem sim um pouco mais de apelo, mas eu acho que no geral eles já se misturam. Claro que tem haver com gerações, mas acho que são públicos que já se misturam. É claro que na internet você tem a possibilidade de aprofundar mais nas coisas, né? Você consegue trabalhar um pouco mais com nicho. Na TV você precisa ser um pouco mais objetivo na informação, tem que ser mais rápido na informação.

P: Como transformar a informação orientada por dados em algo palpável e interessante para o público, seja em matérias redigidas, vídeos, ou em transmissões ao vivo?

R.R: Na verdade esse é o grande objetivo. Interpretar os dados e trazer mastigado para a pessoa que está assistindo, que está lendo. A informação que chegar ele tem que entender. Acho que o primeiro ponto é ter o conteúdo de futebol teórico, entender as fases do jogo, entender o futebol. A partir daí consegue ter uma leitura melhor dos dados. Não adianta só entender de estatística e não entender de futebol. É muito importante que você tenha cursos, uma experiência teórica em cima de jogo em si, do modelo, das estratégias, enfim.

P: Como a sua passagem como analista de desempenho e scout no Corinthians auxiliou você nesse processo de uso de dados para embasar suas análises esportivas na TV e na internet?

R.R: Ajudou muito na questão do estudo do jogo. Usar os dados e interpretá-los de maneira que realmente faça sentido. Não ser aquele número bruto. A partir daí você transforma toda a informação em uma forma um pouco mais comunicativa, um pouco mais clara para o público que está assistindo, mas esses anos no Corinthians me trouxe uma riqueza muito grande no

aspecto de analisar o jogo, de olhar pro jogo mesmo. Isso pra mim é o principal. O resto você vai se ajeitando.

P: Gostaria que me falasse um pouco sobre o DataESPN, o que seria esse produto, como funciona, como você o utiliza?

R.R: Eu sai do Corinthians para criar o DataESPN, que era um departamento de análise de jogo, que ele tem os braços tanto da análise tática quanto da análise estatística. Todas as telas, os estudos estatísticos do Data são de outro braço do departamento. A gente criou pra ser o primeiro departamento disso na TV. Ele funciona muito por demanda. Os programas pedem coisas sobre assuntos e a gente tem uma liberdade criativa para criar as coisas. Hoje eu estou um pouco mais afastado, depois que virei comentarista, mas a parte de estatística continua muito forte. Eles trabalham muito por demanda, por pesquisas, por levantamento. E eles estão sempre sugerindo as coisas para os editores de TV.