
A cobertura esportiva frente à ascensão de canais segmentados nas mídias digitais¹

Gustavo Urbani PESSUTTI²

Orientador: Luciano Victor Barros MALULY³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Este estudo analisa as transformações geradas à cobertura esportiva em função da influência das mídias digitais no jornalismo profissional. A partir de um amplo arcabouço teórico e da análise crítica sobre a construção de narrativas subjetivas e sobre a personalização de conteúdo, almeja-se verificar o potencial de canais segmentados como novos agentes responsáveis pelos relatos de esportes nas plataformas digitais.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo esportivo; mídias digitais; narrativas; segmentação.

Introdução

Foi da crônica esportiva que surgiu um dos construtos sociais mais enraizados no inconsciente coletivo da população brasileira: o complexo de vira-latas (RODRIGUES, 1993). Tocado por traumas oriundos de derrotas da seleção nacional de futebol, especialmente a da partida final da Copa do Mundo de 1950, realizada no Maracanã, Nelson Rodrigues não só enxergou no esporte brasileiro uma postura de inferioridade e amedrontamento como cunhou um termo que extrapolou o campo de jogo e tornou-se parte importante da compreensão dos brasileiros a respeito da própria personalidade.

Tamanha importância da criação de Rodrigues, na verdade, é um grande símbolo da influência e do poder da imprensa esportiva sobre a sociedade brasileira. Sendo o esporte parte inerente da cultura popular, sua cobertura nos veículos jornalísticos dá substancialidade e força à percepção que os cidadãos têm da própria personalidade, às experiências vivenciadas e até aos significados e às narrativas atribuídos a partidas e competições.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Ciências da Comunicação no PPGCOM-ECA-USP, e-mail: gustavo.pessutti@usp.br.

³ Professor e pesquisador com Livre-Docência na ECA-USP, com ênfase em radiojornalismo e jornalismo esportivo, e-mail: lumaluly@usp.br.

Nesse sentido, a evolução tecnológica fez com que se transformasse radicalmente a produção da imprensa esportiva na cobertura dos eventos e, conseqüentemente, o consumo do público. Se nos anos 1950 e 1960 ainda predominavam as transmissões radiofônicas e a força da palavra escrita, as décadas seguintes foram marcadas pela ascensão da televisão como principal canal de acompanhamento visual e instantâneo de jogos e disputas. Mais recentemente, o advento da internet e a consolidação das mídias digitais deram espaço a novas práticas, definidas principalmente pela volatilidade, pela segmentação em nichos de audiência e pela cobertura mais subjetiva por parte de páginas pessoais.

Ainda assim, as mudanças não são fechadas e nem lineares, de modo que as diferentes mídias e formas de transmissão esportiva entrelaçam-se organicamente, oferecendo uma miríade de possibilidades ao público. Com as fronteiras entre jornalismo profissional e entretenimento cada vez mais atenuadas, as narrativas transmidiáticas têm o potencial de mudar e até personalizar a absorção que se tem a respeito dos eventos esportivos.

O presente trabalho busca identificar e analisar as transformações que a crônica esportiva tem sofrido frente ao crescimento das mídias digitais, por meio de um estudo sobre as relações entre tecnologia informacional, construção de narrativas e compreensão das experiências pelo público. O encontro entre uma atividade secular e as tecnologias de ampla e rápida disseminação, definitivamente, gerou mudanças bastante radicais na forma de se reportar eventos esportivos.

Assim, a imprensa profissional se viu desafiada por agentes individuais e por estilos mais subjetivos de contar as histórias do esporte – e o próprio público passou a consumir conteúdos que se enquadrassem em narrativas satisfatórias a seu gosto pessoal. Com isso, a premissa fundamental deste artigo é traçar um panorama sobre os aspectos conceituais, técnicos e éticos envolvidos na atuação da imprensa esportiva no contexto digital e, também, criar uma ponte com o modo como o público se porta diante de novas transmissões e estratégias na cobertura de esportes.

A princípio, o embasamento teórico será primordial para o estabelecimento de alicerces conceituais sobre o jornalismo esportivo como atividade profissional. Simultaneamente, uma análise sobre os impactos da crônica de esportes na sociedade se faz extremamente necessária, já que o poder simbólico dos discursos é uma das marcas

da comunicação social. Na sequência, também será feita uma observação exploratória sobre a mediação das tecnologias digitais na cobertura esportiva. Nesse contexto, procura-se averiguar como a transmissão direta, imparcial e objetiva de informações passou a ser confrontada pela construção de conteúdos heterogêneos e por canais segmentados, pautados por potenciais de entretenimento e, sobretudo, de engajamento – este medido em números de curtidas, compartilhamentos e seguidores, por exemplo.

Na delimitação do escopo de trabalho, definem-se canais segmentados como indivíduos ou veículos alheios à imprensa tradicional, que atuam no digital, em uma ou mais plataformas, com ênfase exclusiva e absoluta em um clube de futebol, em uma modalidade ou até mesmo em um público-alvo específico. Por isso, é necessário entender como eles se enquadram dentro dos critérios básicos de cobertura esportiva.

Jornalismo esportivo profissional: intermediação entre esporte e sociedade

A priori, para entender o jornalismo esportivo como prática profissional única que até extrapola a comunicação social, é fundamental considerar que o relato, o comentário e a análise de jogos e competições não só transmitem informações como também são vetores de manifestação de emoções, sentimentos e subjetividades. Para essa análise, recorre-se a uma base bibliográfica formada por autores como: Luciano Maluly, Manoel Tubino, Hilário Franco Júnior, Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel. Seus trabalhos contribuem de forma significativa com a identificação das principais linhas teóricas que definem a crônica esportiva.

O jornalismo age diretamente na memória e na atenção das pessoas [...]. Ao criar possíveis mundos esportivos, emergem desejos de satisfação, propiciando ao indivíduo participar, incorporar e reproduzir pensamentos e condutas. Porém, esses novos universos se repetem, variações são previstas e alimentam uma possível identidade por determinado esporte. Neste universo, a propaganda de vários produtos e empresas, ligados ou não ao esporte, favorece o consumo de determinados eventos, fortalecendo uma linguagem comum (MALULY, 2010, p. 2).

Tão notáveis são as possibilidades e a complexidade da cobertura esportiva porque ela se relaciona à profundidade do esporte como elemento de peso e relevância social:

O esporte, aceito atualmente como um dos fenômenos socioculturais e políticos mais importantes nesta transição de séculos, não pode ser explicado por percepções de seus momentos históricos. Ele só pode ser compreendido se o situarmos num processo com interatuações culturais e contextuais, variando a cada novo momento histórico (TUBINO, 2010, p. 32).

A extensa literatura sobre a relação entre esporte, sociedade e cultura é fortalecida pela compreensão específica e até poética que Hilário Franco Júnior tem do futebol como representação da vida. O autor postula: "o futebol é a metáfora de cada um dos planos essenciais do viver humanos nas condições históricas e existenciais das últimas décadas" (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 166).

A perspectiva que Franco Júnior tem sobre o esporte mais popular do planeta se relaciona diretamente com o teor simbólico que a crônica esportiva carrega. Sempre recheada de analogias, de figuras de expressão e até mesmo de liberdade poética, a crônica esportiva, historicamente, utiliza-se da arte literária para contar suas histórias. As coletâneas "Futebol ao sol e à sombra", de Eduardo Galeano (2004), e "O Voo das Gazelas", de Armando Nogueira (1991), por exemplo, são símbolos da forte relação entre jornalismo, simbologia social e literatura.

Ainda assim, em termos éticos, não se pode permitir que a subjetividade e a parcialidade tomem conta do trabalho jornalístico e isentem-no da responsabilidade pela correção e pela objetividade da informação. O jornalista esportivo tem a obrigação ética e deontológica de cumprir com as exigências profissionais da função, reportando a realidade sem distorções ou manipulações. Niceto Blázquez é enfático sobre a estreita ligação entre liberdade e responsabilidade na comunicação social:

O princípio da liberdade de dar e receber informação não pode ser aplicado sem que seja reconhecida a responsabilidade das consequências e da influência que a comunicação pública tem na vida das pessoas e da sociedade. Por isso é necessário um equilíbrio adequado entre os dois elementos - liberdade e responsabilidade - que constituem dois aspectos inseparáveis de um mesmo princípio, a saber, que se deve oferecer ao cidadão e à opinião pública uma informação veraz e objetiva que garanta o respeito dos valores culturais autênticos, dos interesses do desenvolvimento democrático, dos direitos de todos os países e de uma cooperação internacional pacífica. (BLÁZQUEZ, 1999, p. 149).

Entretanto, falhas na efetivação prática de tais princípios na cobertura esportiva por parte da imprensa tradicional, comumente, geram repetições, desvios, distorções e esgotamento. A dificuldade é natural, já que o objeto da reportagem traz um desafio extra aos profissionais: "Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos" (BARBEIRO e RANGEL, 2006. p. 45). Naturalmente, a emoção é a alma do esporte, mas Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel, em seu "Manual do Jornalismo Esportivo" (2006), defendem que o comunicador deve separar a paixão pelo esporte do trabalho, exercer distanciamento crítico e seguir todos os outros princípios técnicos de atuação jornalística, especialmente a valoração da notícia, a checagem da informação e a diversidade de pauta.

Efetivar essa postura, normalmente, não passa de utopia, já que o olhar jornalístico sobre o esporte viciou-se no quente das partidas e no *hard news*. Os autores lamentam:

Assim, as notícias resumem-se ao jogo que acontece amanhã, ou o que aconteceu ontem. Durante a semana, o noticiário fica dominado por esses eventos seguidos das entrevistas coletivas dos times de futebol. Não há diferença entre as notícias nos diferentes veículos (BARBEIRO e RANGEL, 2006, p. 26).

De todo modo, é incontestável que o esporte possui influência avassaladora na construção de culturas locais, nacionais e transnacionais e, além disso, na percepção simbólica que o sujeito tem das coletividades ao seu redor. Por isso, a cobertura midiática acaba se colocando como elemento de intermediação fundamental da relação do ser humano com a sua esfera social.

O relato que a imprensa produz de um evento esportivo, suportado por determinado canal – o impresso, o rádio, a televisão ou mesmo a internet e suas variadas mídias – determina para o receptor o significado das ações dos atletas e de seus resultados. Conforme a clássica teoria de Marshall McLuhan, "o meio é a mensagem" (1969, p. 21):

Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio — ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos — constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos (MCLUHAN, 1969, p. 21).

As experiências de sublimação e desprendimento que o esporte proporciona são inigualáveis. É no concreto da arquibancada de um estádio que se encontram as mais viscerais emoções humanas; é no acompanhamento de uma disputa olímpica que se consolidam valores sociais e interações coletivas.

Quem nunca misturou a sua voz à voz enorme das massas humanas densas, espessas e formigantes do estádio não tem nenhum meio de acesso aos significados profundos do esporte. [...] Canto selvagem, sem dúvida, mas também canto de saciedade e de libertação: ele vence todas as reticências, todas as desconfianças e todas as irritações da vida cotidiana, assim como desfaz as angústias mais secretas, mais noturnas de cada um (MAGNANE, 1969, p. 86).

Ao mediar a relação entre o homem e a experiência esportiva, a imprensa acaba por exercer sobre o público o que Pierre Bourdieu chamou de "poder simbólico" (2001) – "é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e, em particular, do mundo social)" (BOURDIEU, 2001, p. 9). Em outro ensaio, voltado especialmente à sociologia do esporte, o mesmo autor diz:

Uma das tarefas da história social do esporte poderia ser, portanto, a de fundar realmente a legitimidade de uma ciência social do esporte como objeto científico separado, estabelecendo a partir de quando, ou melhor, a partir de que conjunto de condições sociais se pode verdadeiramente falar de esporte (em oposição ao simples jogo) (BOURDIEU, 1983, p. 138).

Dentro do que Bourdieu chama de "ciência social do esporte" (1983), a imprensa é agente principal no registro e na oficialização de competições para o entendimento da esfera pública. No século XXI, especificamente, a atuação dos jornalistas e as coberturas esportivas foram intensificadas e invadidas pelos recursos digitais vindos da disseminação global da internet, o que facilitou a ascensão dos canais segmentados como produtores de conteúdo nichado, com marcas de parcialidade, multimedialidade e personalização.

A entrada das tecnologias digitais na cobertura esportiva

Conforme apontou Sófocles, um dos mais importantes dramaturgos da Atenas Clássica, "nada grandioso entra na vida dos mortais sem uma maldição" (in: "O Dilema das Redes", 2020). Em menos de duas décadas, as novas mídias já mostraram seu

caráter ambíguo: ao mesmo tempo em que deram voz ao público e a novas possibilidades de interação e de compartilhamento de conteúdo, permitiram que relatos esportivos fossem feitos sem, necessariamente, o devido rigor técnico e a responsabilidade jornalística.

Nesse contexto, cresce de maneira sem precedentes a quantidade e a relevância de produções realizadas pelos aqui denominados canais segmentados – sujeitos ou grupos que atuam no digital de maneira instantânea, por meio da convergência midiática (JENKINS, 2009), fazendo uma cobertura intensa primordialmente voltada a um clube, a uma modalidade ou mesmo a público-alvo específico.

Em primeira instância, o principal benefício da entrada das mídias sociais no jornalismo esportivo foi a democratização do discurso e da produção, de modo que explodiu a quantidade de agentes e canais independentes aptos a manifestar sua visão e a interagir em meio a visões diferenciadas e heterogêneas sobre as disputas esportivas. Criou-se, então, a oportunidade de protagonismo e liberdade para todo e qualquer cidadão na emissão das mensagens, não mais subordinadas ao controle dos *gatekeepers* do impresso e do analógico. Essa condição materializa o que defende Norberto Bobbio a respeito do regime democrático:

No que diz respeito aos sujeitos chamados a tomar (ou colaborar para a tomada de) decisões coletivas, um regime democrático caracteriza-se por atribuir este poder (que estando autorizado pela lei fundamental torna-se um direito) a um número muito elevado de membros do grupo (BOBBIO, 1989, p. 16).

No que se refere à explosão do digital como elemento de democratização no contexto da comunicação social, Leticia Abella reconhece que:

O poder transformador não está nas novas possibilidades de expressão, e sim nas pessoas: são os sujeitos (discursivos) que se consolidam em seus papéis de autores sociais na interação com os outros [...]. As mídias virtuais podem contribuir para as identidades coletivas quando utilizadas como canal de interação horizontal em forma responsável e estratégica (ABELLA, 2016, p. 128).

Por outro lado, um grande risco gerado à comunicação dos eventos esportivos foi o fato de que figuras eventualmente despreparadas técnica e eticamente ganharam influência na transmissão da realidade esportiva, possivelmente contribuindo com um maior acaloramento na reação do público. Outrossim, o espaço aberto para uma

mudança de paradigmas e para maior diversidade de pautas e coberturas, como modalidades olímpicas menos prestigiadas e esporte popular, não foi preenchido; mais do que isso, os canais segmentados em redes sociais intensificaram a manutenção da agenda comum da imprensa esportiva: a superficialidade de resultados, o sensacionalismo das manchetes e o dia a dia dos clubes de futebol profissional.

A manutenção do foco em resultados, vitórias, recordes e prêmios é criticada por Marcelo Cardoso:

O jornalismo esportivo, no entanto, insiste em se ocupar em demasia com os esportes-desempenho [...]. A persistência das pautas referidas empurra o jornalista para uma direção oposta ao que defendemos, ou seja, aspectos do esporte enquanto fenômeno social, atividade formadora de personalidade e de caráter podem estar perdendo importância a partir da formação do jornalista (CARDOSO, 2018).

A respeito dos malefícios gerais das mídias digitais sobre a produção comunicacional, é importante destacar a visão de Evgeny Morozov. O autor considera que informações e dados continuam concentrados nas mãos do poder privado, mesmo que este seja formado por novos agentes. Ele alerta para o fato de que qualquer comemoração é ingênua e prematura, pois as empresas de tecnologia do Vale do Silício mantêm um firme controle sobre o debate público (MOROZOV, 2018).

Pierre Lévy, por sua vez, concebe a metáfora do "dilúvio" para explicar a cibercultura:

As telecomunicações geram esse novo dilúvio por conta da natureza exponencial, explosiva e caótica de seu crescimento. A quantidade bruta de dados disponíveis se multiplica e se acelera. A densidade dos links entre as informações aumenta vertiginosamente nos bancos de dados, nos hipertextos e nas redes. Os contatos transversais entre os indivíduos proliferam de forma anárquica. É o transbordamento caótico das informações, a inundação de dados, as águas tumultuosas e os turbilhões da comunicação, a cacofonia e o pitacismo ensurdecedor das mídias, a guerra das imagens, as propagandas e as contra-propagandas, a confusão dos espíritos (LÉVY, 1999, p. 13).

Construção de narrativas: entre a objetividade e o entretenimento

As novas condições de realização do jornalismo como um todo, incluindo o esportivo, mudaram os paradigmas e as demandas no trato da realidade e na construção da notícia. Pela necessidade de cativar um público cada vez mais disputado pela

"economia da atenção" (DAVENPORT e BECK, 2001), juntar informação com entretenimento acabou sendo inevitável.

Foi só o surgimento da internet e o desdobramento de suas plataformas que evidenciaram a incipiência dos graus de liberdade permitidos pela cultura das mídias, pois nesta não haviam ainda soado os sinos da interatividade, participação e da junção da informação e do entretenimento nas mídias do infotenimento (SANTAELLA, 2014, p. 5).

Assim, a cobertura esportiva contemporânea aproxima informação, serviço e divertimento por meio de personalização, dramatização de conflitos e intensos recursos visuais, de modo que a aceleração e o imediatismo, inerentes ao jornalismo, potencializam-se. "As notícias são vistas como um 'bem altamente perecível', valorizando assim a velocidade. O imediatismo age como medida de combate à deterioração do valor da informação" (TRAQUINA, 2005, p. 37).

Apesar de carregar o potencial de emancipar o indivíduo e subverter a lógica da "teoria do agendamento" (MCCOMBS e SHAW, 2000), segundo a qual a mídia determina quais tópicos serão alvo de conversas dos consumidores de notícias, a cobertura digital e seus canais segmentados continuaram presos a assuntos vinculados à cultura de massas, vendendo o esporte como mero produto. Estéticas diferentes, linguagens variadas e exploração de múltiplos recursos midiáticos somente disfarçam com mais sofisticação uma tendência de reprodução e *remix* da monotonia já identificada antes mesmo de a internet ser concebida:

A civilização atual a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si. As manifestações estéticas, mesmo a dos antagonistas políticos, celebram da mesma forma o elogio do ritmo do aço. As sedes decorativas das administrações e das amostras industriais são pouco diferentes nos países autoritários e nos outros (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 5).

Para o público, porém, os disfarces e as aparências de diferenciação, subjetividade e exclusividade funcionam, já que são fortalecidos pela volatilidade digital e pela mediação algorítmica. Criadores e canais segmentados se aproveitam dos dados e da passividade do usuário e criam narrativas aparentemente singulares e exclusivas, mas que costumeiramente repetem estratégias similares de função conativa. A impressão do público é que se vive em meio a uma avalanche de versões conflitantes,

diante das quais o único critério de adesão se dá por simpatia ou ideologia, em uma visão de mundo simplória e artificial.

A narrativa não é exatamente natural: existe um aspecto artificial no ato narrativo. No digital, essa condução de artificialidade se vê ainda mais ampliada e complexificada, posto que a narrativa digital está subordinada à costura computacional solta (e às vezes esgarçada) de dados, metadados e formatos realizada por atores humanos e não-humanos (BERTOCCHI, 2013, p. 203).

Segmentação e personalização no consumo de esportes

Portanto, identifica-se na segmentação da cobertura de esportes e no consumo de conteúdo por parte do público uma essência que é tanto personalista quanto personalizada.

Personalista porque, sobretudo nas mídias digitais, produtores de conteúdo geram engajamento e audiência por meio do foco na pessoa e da identificação com emoções intensas provocadas por relatos apaixonados. Em geral, influenciadores e canais segmentados proporcionam experiências de imersão na competição esportiva, de modo que a utopia da imparcialidade e o pretenso afastamento do objeto são solenemente ignorados. *Players* das novas mídias oferecem ao público um olhar em primeira pessoa e atuam sob estrita confiança.

No sentido de participar efetivamente da constituição de sujeitos e subjetividades, na medida em que produz imagens, significações, enfim, saberes que de alguma forma se dirigem à "educação" das pessoas, ensinando-lhes modos de ser e estar na cultura em que vivem (FISCHER, 2002, p. 12).

Personalizada já que o conteúdo disseminado ao público acaba sendo único, especial e até exclusivo para cada indivíduo em virtude da mediação algorítmica. Os algoritmos das redes sociais leem e escaneiam os comportamentos dos usuários em função de curtidas, comentários, compartilhamentos e até tempo de permanência em publicações. A partir de milhões de dados, traçam perfis detalhados e exclusivos e entregam a cada um apenas conteúdos que corroboram com suas visões de mundo e vão de encontro a suas preferências pessoais. O ativista digital Eli Pariser explica os chamados "filtros-bolha":

A nova geração de filtros online examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos – ou as coisas das quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações (PARISER, 2012, p. 14).

Tal perspectiva é fortalecida pelo trabalho de Tarleton Gillespie, que define seis formas de atuação do algoritmo e propicia uma base sólida para estudos em comunicação e consumo, indicando como essas formas interferem na percepção da realidade. Para entender a atuação de canais voltados a nichos específicos e a públicos segmentados, destaca-se a que ele aponta como a sexta forma: "A produção de públicos calculados: como a apresentação algorítmica dos públicos, para eles mesmos, molda uma noção de si desse público; e quem está em melhor posição para se beneficiar desse conhecimento" (GILLESPIE, 2018, p. 98).

Logo, o público de esportes se torna digitalmente moldado em termos de comportamento de consumo, porém individualizado no que se refere ao recebimento de conteúdo. Isso se reflete no desenvolvimento e na força de canais segmentados, que contam com uma audiência – ou comunidade – proporcionalmente mais concordante e menos exigente. Ao consumir somente aquilo de que gosta, no canal em que confia, o usuário fica preso ao seu time de futebol favorito, a modalidades e eventos emocionalmente mais apelativos e a abordagens construídas em função do potencial de engajamento.

Enxergam-se duas potenciais consequências para o consumidor de conteúdo esportivo na esfera digital. A primeira seria a volta do indivíduo à condição de "menoridade", conforme a definição kantiana de 1784: "a incapacidade de servir-se de seu próprio entendimento sem direção alheia" (KANT, 2022), já que o pensamento crítico corre o risco de ser abandonado em função da entrega total à tutela exterior. A segunda seria o declínio exponencial da empatia e da capacidade de conviver com o diferente, haja vista a intensificação de nichos de fanatismo e a segmentação de conteúdo. Maryanne Wolf alerta: "nossas tecnologias nos colocam numa distância que muda não só quem somos como indivíduos, mas também quem somos uns com os outros" (WOLF, 2018, p. 64).

Considerações finais

O presente trabalho visa a estabelecer uma ponte entre relevantes conceitos teóricos sobre o jornalismo esportivo e a análise da cobertura de esportes nas mídias digitais. Ao impulsionar uma compreensão palpável sobre as novas demandas e possibilidades da cobertura nas plataformas sociais e nos canais segmentados, o estudo também propicia um entendimento sobre o papel do público receptor como elemento central e influente na produção das narrativas esportivas.

Dessa forma, o embasamento acadêmico colocou-se como fundamental para uma compreensão substancial da atuação da mídia esportiva e de sua influência na construção de paradigmas culturais. Na sequência, o estudo procurou tecer uma elucidação sobre o modo como as novas formas de atuação no digital combinam intensamente informação e entretenimento e ocasionam a segmentação de grupos de espectadores – ou seguidores.

Portanto, o consumidor de esportes se torna digitalmente moldado em termos de comportamento, porém individualizado no que se refere ao recebimento de conteúdo. Isso se reflete no desenvolvimento e na força de canais segmentados, que contam com uma audiência – ou comunidade – proporcionalmente mais concordante e menos exigente. Ao consumir somente aquilo de que gosta, no canal em que confia, o usuário fica preso ao seu time de futebol favorito, a modalidades e eventos emocionalmente mais apelativos e a abordagens construídas em função do potencial de engajamento.

Assim, pretende-se colaborar com o fortalecimento de uma pesquisa que envolve a atuação do jornalismo profissional, a produção de conteúdo esportivo e, finalmente, as perspectivas do público em uma relação mediada por tecnologias digitais.

REFERÊNCIAS

ABELLA, Leticia Beatriz Gambetta. **Redes sociais e empoderamento cidadão**. São Paulo: Paco Editorial, 2016.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BERTOCCHI, Daniela. **DOS DADOS AOS FORMATOS – Um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo. 2013. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-21092015-122011/publico/DANIELA_BERTOCCHI.pdf. Acesso em: 26 set. 2023.

BLÁZQUEZ, Niceto. **Ética e meios de Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1999.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo**. Trad. Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Como é possível ser esportivo?** In: BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CARDOSO, Marcelo. **Jornalista especializado em esportes: Uma discussão sobre a formação contínua do profissional**. Revista Alterjor, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 39-54, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/137365>. Acesso em: 20.set.2023.

DAVENPORT, Thomas H.; BECK, John C.. **A Economia da Atenção**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.

DILEMA das Redes, O. Direção: Jeff Orlovski. Produção: Larissa Rhodes. Netflix. 9.set.2020. 94 min. Disponível em: <<https://www.netflix.com/watch/81254224?source=35>>. Acesso em: 10.set.2023.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV**. Rio Grande do Sul: 2002. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/ep/a/88GzhyjNGG9pLt6NQchCf3j/>. Acesso: 28.set.2023.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses: futebol, sociedade e cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao Sol e à Sombra**. São Paulo: L&PM, 2004.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. São Paulo: Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KANT, Immanuel. **Resposta à pergunta: O Que é Esclarecimento? E outros textos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MAGNANE, Georges. **Sociologia do esporte**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1969.

MALULY, Luciano Victor Barros. **Jornalismo esportivo: desafios e propostas**. São Paulo (SP): Intercom, 2010. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1779-1.pdf>. Acesso em: 20.set.2023.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **The agenda-setting function of the mass media**. Public Opinion Quarterly, vol. 36 (2), p. 176-187, 1972. In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: A Ascensão dos Dados e a Morte da Política**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NOGUEIRA, Armando. **O Voo das Gazelas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

SANTAELLA, Lucia. **Mídia, participação e entretenimento em tempos de convergência**. Revista GEMInIS, [S. l.], p. 4–7, 2014. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/175>. Acesso em: 26 set. 2023.

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

TUBINO, Manoel José Gomes. **Estudos brasileiros sobre o esporte: ênfase no esporte-educação**. Maringá (PR): Eduem, 2010.

WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital**. São Paulo: Contexto, 2018.