

## **A cobertura esportiva frente à ascensão de canais segmentados nas mídias digitais<sup>1</sup>**

Gustavo Urbani PESSUTTI<sup>2</sup>

Orientador: Luciano Victor Barros MALULY<sup>3</sup>

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.

### **CORPO DO TEXTO**

#### **Introdução**

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. 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. Mais recentemente, o advento da internet e a consolidação das mídias digitais subverteram premissas da tradicional imprensa escrita e analógica e 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.

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Mestrando em Ciências da Comunicação no PPGCOM-ECA-USP, e-mail: [gustavo.pessutti@usp.br](mailto:gustavo.pessutti@usp.br).

<sup>3</sup> Professor e pesquisador com Livre-Docência na ECA-USP, com ênfase em radiojornalismo e jornalismo esportivo, e-mail: [lumaluly@usp.br](mailto:lumaluly@usp.br).

---

O encontro de uma atividade secular com 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 apelativos 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 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.

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.

### **Fundamentação teórica**

A cobertura esportiva 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). A relação entre esporte e cultura é fortalecida por Hilário Franco Júnior na visão do futebol como representação da vida:

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).

Ainda assim, em termos éticos, observa-se que a subjetividade e a parcialidade eventualmente tomam conta do trabalho jornalístico e afastam-no da responsabilidade pela correção e pela objetividade da informação. 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). 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*.

De todo modo, o relato de um evento esportivo 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. 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).

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. (MAGNANE, 1969).

Considerando a relevância da "ciência social do esporte" (BOURDIEU, 1983), a imprensa é agente principal no registro e na oficialização de competições para a apreensão do público. No século XXI, especificamente, 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.

### **Análise: a influência das mídias digitais na cobertura esportiva**

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.

No que se refere à democratização das vozes gerada pelo digital dentro do contexto da comunicação social, "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).

Por outro lado, 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: "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).

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. Conforme aponta Lúcia Santaella, a internet e a evolução de suas plataformas deram espaço aos "sinos da interatividade, participação e da junção da informação e do entretenimento nas mídias do infotenimento" (SANTAELLA, 2014).

A cobertura esportiva contemporânea aproxima informação, serviço e diversão por meio de personalização, dramatização de conflitos e intensos recursos visuais, de modo que a aceleração e o imediatismo típicos do jornalismo potencializam-se. "As notícias são vistas como um "bem altamente perecível", valorizando assim a velocidade" (TRAQUINA, 2005).

Consequentemente, identifica-se no consumo de conteúdo esportivo por parte do público uma essência que é tanto personalista quanto personalizada. Personalista porque, sobretudo nas mídias digitais, canais segmentados e produtores de conteúdo geram engajamento e audiência por meio do foco na pessoa e da identificação com

emoções intensas provocadas por relatos apaixonados. Personalizada já que o conteúdo disseminado ao público acaba sendo único, especial e até exclusivo para cada indivíduo em virtude da mediação algorítmica.

Tal perspectiva é fortalecida pelo trabalho de Tarleton Gillespie, que define como uma das formas de atuação do algoritmo: "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).

A primeira consequência para o consumidor de conteúdo esportivo no digital seria a volta à condição de "menoridade" (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 interação e a segmentação de mundo: "nossas tecnologias nos colocam numa distância que muda não só quem somos como indivíduos, mas também quem somos uns com os outros" (WOLF, 2018).

## **Conclusão**

O presente trabalho estabelece uma ponte entre conceitos teóricos e a análise da atuação da imprensa esportiva nas mídias digitais. Ao impulsionar uma compreensão palpável sobre as novas demandas e possibilidades da cobertura nas plataformas sociais, o estudo também propicia um entendimento sobre o papel do público receptor como elemento central e influente na produção das narrativas esportivas.

Logo, 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.

## **REFERÊNCIAS**

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

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

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

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.mai.2024.

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

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

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.

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

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

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.mai.2024.

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.