

Estratégias para um “novo” Globo Esporte São Paulo em 2025¹

Patrícia Rangel Rodrigues²

Luciano Victor Barros Maluly³

Antonio Rocha Filho⁴

Universidade de São Paulo – USP / ESPM-SP

Universidade de São Paulo – USP

Universidade de São Paulo – USP / ESPM-SP

RESUMO

Um dos noticiários mais tradicionais do país, o Globo Esporte São Paulo, que é exibido desde 1978, passa por mudanças significativas em decorrência do impacto de empresas concorrentes, especialmente nas plataformas de streaming. Atualmente, o âncora é o jornalista e influencer Fred Bruno que, em entrevista exclusiva, aborda as principais mudanças no programa diante da narração, da imagem e da audiência. A metodologia aplicada utiliza a entrevista semiestruturada, os conceitos de jornalismo esportivo e de comunicação e mídia como base para a análise dos cinco primeiros programas veiculados nesse novo formato.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo esportivo; Globo Esporte; Fred Bruno; Streaming esportivo; Mídias digitais.

Introdução

Nos últimos anos, as plataformas de streaming e as redes sociais vêm se tornando cada vez mais presentes na produção de programas e transmissões esportivas, passando, inclusive, a concorrer com a mídia tradicional. No caso da televisão, os produtores começam a adaptar as transmissões à narratividade típica da internet, incorporando elementos e formatos comuns às mídias digitais e que atraem um público mais jovem e conectado. Sendo assim, os canais de streaming esportivo trouxeram à tona a figura do influenciador esportivo. Um precursor no segmento é o canal do YouTube Desimpedidos, que, durante 10 anos, teve o jornalista e influenciador Fred Bruno como protagonista.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP e professora do curso de Jornalismo da ESPM-SP - E-mail: patriciarangel@uol.com.br

³ Doutor do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. E-mail: lumaluly@usp.br

⁴ Doutorando do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP e professor do curso de Jornalismo da ESPM-SP - E-mail:

Atualmente, Fred é o âncora do Globo Esporte São Paulo, programa exibido pela TV Globo, desde 1978. O apresentador foi entrevistado (2025) com exclusividade para este artigo, justamente para revelar as principais mudanças que ocorreram no noticiário desde a sua chegada, passando pelas estratégias de aproximação com a audiência até chegar nos recursos de enquadramento de câmera que influenciam a percepção do espectador.

A metodologia aplicada utilizou a entrevista semiestruturada (BERNAL, 2010), os conceitos de jornalismo esportivo (BARBEIRO & RANGEL, 2006) e de comunicação e mídia (ROCCO JUNIOR, 2024) como base para a análise dos cinco primeiros programas conduzidos por Fred Bruno, que foram transmitidos de 13 a 17 de janeiro de 2025 com amplo destaque na mídia especializada (MÁQUINA DO ESPORTE, 2025).

O principal objetivo é o de detectar se essa série de alterações realmente são inovadoras ou se reproduzem antigas estratégias de comunicação, como observadas na época do jornalista Tiago Leifert, âncora que utilizou características do infotainment (PADEIRO, 2015). Ou seja, há um novo modelo de jornalismo esportivo surgindo com a expansão em rede pelas mídias digitais?

Uma das vertentes desta análise foi direcionada às notícias selecionadas pela equipe do programa, com o propósito de verificar se as mesmas integram a programação da emissora, ou melhor, se há relação entre a notícia e o informe publicitário com a divulgação de coberturas financiadas, reproduzidas ou adquiridas pela Rede Globo. Além disso, a pesquisa aponta as modalidades, além do futebol, que possuem o interesse de cobertura do principal noticiário esportivo da emissora. Sendo assim, a vertente olímpica será revelada dentro da linha editorial do programa.

A justificativa para este artigo se baseia nas diferentes tendências da atual cobertura esportiva com as transmissões de importantes eventos esportivos por outros canais, desde os tradicionais como SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) e Rede Record, até novos empreendimentos que impactaram o mercado midiático, como a Cazé TV (2022) e transmissões independentes como do clássico Athletiba, entre o Club Atletico Paranaense e o Coritiba Foot Ball Club (2017). Com isso, o domínio, para não dizer monopólio, da Rede Globo foi abalado, tendo como consequência uma renovação no formato e no conteúdo de suas transmissões, incluindo a jornalística. Nesse contexto, a tecnologia tem influenciado diretamente o mercado de telecomunicações, já que as

transmissões e o acesso podem ser realizados em outros meios além da televisão, especialmente por computadores e celulares.

A intenção deste artigo é abordar se há uma narração que está sendo aplicada, simultaneamente, em transmissões multiplataformas que utilizam o vídeo como base, mas também discutir a cobertura esportiva em seu conjunto, desde o jornalismo até questões intrínsecas à tecnologia e aos negócios, como a aplicação de recursos advindos da Inteligência Artificial, justamente porque o esporte foi um dos pioneiros no uso da IA para a geração automática de textos em jornalismo, nos anos 1990. Agora, torna-se essencial abordar essa questão, já que o grande número de modalidades e competições gera uma vasta quantidade de dados e permite que os algoritmos trabalhem na produção de notícias de forma automatizada (CANAVILHAS & GIACOMELLI, 2023).

Referências

- BRUNO, Fred. **O novo Globo Esporte**. Entrevista exclusiva concedida a Patrícia Rangel via Internet. 2025.
- BERNAL, C. A. **Metodología de la investigación**. Tercera edición. Colombia: Pearson Educación, 2010
- BARBEIRO, H. & RANGEL, P. **Manual do Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CANAVILHAS, J., & GIACOMELLI, F. (2023). **Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal**. Revista De Comunicación, 22(1), 53–69. Disponível em <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3005>. Acesso em 08 jun. 2025.
- MÁQUINA DO ESPORTE. **Globo Esporte obtém média de 11 pontos em SP na 1ª semana de Fred Bruno**. Disponível em: <https://maquinadoesporte.com.br/midia/globo-esporte-obtem-media-de-11-pontos-em-sp-na-1a-semana-de-fred-bruno/> Acesso em: 07 jun. 2025.
- PADEIRO, C. H. S. **O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-17112015-092450/publico/CARLOSHENRIQUEDESOUZAPADEIRO.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2025.
- RANGEL, P. **Globo Esporte São Paulo: Ousadia e experimentalismo no telejornal esportivo. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba, PR, 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-0543-1.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2025.
- ROCCO JUNIOR, A. J. **Comunicação e Mídia do Esporte**. São Paulo: Editora Senac, 2024.