
Onde está a diferença: dimensões do ethos e do discurso na última década do GP de Comunicação e Esporte da Intercom¹

Luiz Henrique Zart²

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Palavra-chave: comunicação e esporte; jornalismo esportivo; ethos jornalístico; ethos discursivo.

O campo que relaciona comunicação e esporte, pode-se inferir, está em florescimento. Como um espaço de produção de conhecimento segmentado, é importante conhecer sobre o que se tem produzido e direcionar os esforços para desenvolver novos estudos. Se o campo se beneficia de olhares de variadas áreas, precisa também de mais sistematização e atenção a segmentos específicos, como é o caso do jornalismo esportivo. Esta pesquisa pretende compreender de que forma pesquisas do GP Comunicação e Esporte contemplam dimensões do discurso e do ethos (jornalístico ou discursivo), considerando publicações disponíveis nos anais das últimas dez edições (2016-2025) do Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). O estudo é uma metapesquisa – ou seja, uma pesquisa sobre a pesquisa – e utiliza a análise documental e a análise de conteúdo para coletar, categorizar e interpretar um *corpus* de 45 artigos que tratam das dimensões mencionadas anteriormente (Bardin, 2015). Ressalta-se que este número de produções remete apenas àquelas que, em alguma medida, têm relação com jornalismo esportivo, ethos discursivo ou jornalístico. Este critério de inclusão ou exclusão foi orientado pela leitura de títulos e resumos dos artigos presentes nos anais

Apontamentos preliminares sobre ethos jornalístico e discursivo

Enquanto produto básico da comunicação, o discurso é construído por uma série de agentes diferentes, responsáveis pela produção de sentidos e composição de sujeitos,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, do 26º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 49º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJOR/UFSC), bolsista CNPq. Integra a coordenação colegiada da Rede de Pesquisa Narrativas Midiáticas Contemporâneas (Renami/SBPJor), e também é membro dos grupos de Pesquisa Transverso: Jornalismo, Interesse Público e Crítica (UFSC), Jornalismo, Narrativas e Linguagens (JorNaL/UFOP). E-mail: luizhenriquezart@hotmail.com.

entre os quais o Jornalismo (Helal; Mostaro, 2020). Nesse processo de enunciação com características próprias, são articuladas percepções da realidade a partir de um tempo e lugar históricos, por meio dos quais se faz “a interpretação do que se percebe e se quer enunciar e a escolha de estratégias que permitam propor significados” (Benetti, 2008, p. 18). Esse lugar de composição de um discurso o autorizado é requerido pelo Jornalismo há mais de um século e meio, período em que evoca uma série de valores, disposições e entendimentos compartilhados sobre uma determinada “forma de ser jornalista”, ou seja, concepções que orientam a autopercepção dos papéis a serem cumpridos, em uma série de expectativas, em geral normativas, a serem correspondidas pelos e pelas profissionais (Kovach; Rosenstiel, 2003; Traquina, 2004), compondo o ethos profissional.

Por sua vez, o ethos discursivo é associado à retórica aristotélica, grosso modo envolvendo o propósito do orador de convencer, persuadir e causar uma impressão, uma imagem positiva de si através do discurso (Maingueneau, 2008a; 2008c). Para além do que se diz, se constitui quando se enuncia por meio de: “imagens mobilizadas discursivamente pelo locutor, como estratégia argumentativa para conquistar a adesão do auditório ao seu discurso” (Grando, 2012, p. 98). Dessa forma, os dois ethos se relacionam tanto pelas maneiras de ser quanto pelas maneiras de dizer de jornalistas, em uma troca entre quem enuncia e quem está em contato com o contexto desta enunciação, em uma negociação da identidade que ajuda a sustentar o discurso sobre si (Amossy, 2005).

Aspectos metodológicos

Este resumo expandido tem caráter exploratório por buscar, na literatura da área, compreender um recorte da produção científica sobre comunicação e esporte, direcionada ao ethos jornalístico e ao ethos discursivo. Para isso, a observação se voltou às dez últimas edições disponíveis nos anais dos Congressos Nacionais da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em um recorte temporal que compreende as produções mais recentes. Assim, este resumo vai na direção de uma metapesquisa – uma pesquisa sobre a pesquisa – de revisão, ferramenta que possibilita reflexões sistemáticas sobre as investigações (Mattos; Villaça, 2012). A escolha por dez anos de anais da Intercom se dá justamente porque ela é a única instituição científica ligada à área da Comunicação e do Jornalismo – considerando ainda a Associação

Brasileira de Programas de Pós-Graduação (COMPÓS) e a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) – a ter um Grupo de Pesquisa voltado à Comunicação e ao Esporte. Para o tratamento dos dados, nos amparamos metodologicamente na Análise de Conteúdo orientada por Bardin (2015), a partir da leitura de títulos e resumos de 345 produções (entre artigos e resumos expandidos) no período.

Após a coleta manual, os dados foram sistematizados por meio do *Google Planilhas*, partindo de produções que tratam de Jornalismo Esportivo. Foram considerados, em relação aos artigos/resumos (a depender da edição), o ano de publicação, se envolviam ethos jornalístico (em produções que discutem mudanças nas práticas jornalísticas, na composição do que se entende pelo “ser” jornalista), ethos discursivo (a composição da imagem de si) ou outras dimensões do discurso (quando envolvem perspectivas da Análise do Discurso), título, autores, instituição, estado de origem, eixos temáticos, meio analisado (se houver), metodologia e se o artigo tratava de futebol, de forma direcionada, ou de uma perspectiva mais ampla, sobre esporte.

Resultados

Foram coletados 45 artigos, distribuídos por edição conforme a Tabela 1. Vale ressaltar que 32 produções (71%)³ se voltam a discussões variadas ligadas ao ethos jornalístico, enquanto 9 (20%) estão relacionadas a outras dimensões do discurso e apenas quatro (9%) tratam do ethos discursivo. Os autores com mais de uma ocorrência são: José Carlos Marques (6), Tatiane Hilgemberg (5), Luciano Victor Barros Maluly (4), Matheus Simões Mello (3), Érika Alfaro de Araújo (3) e Mauro de Souza Ventura (3). Também aparecem com duas ocorrências Ana Lúcia Nishida Tsutsui (2), Nair Prata (2), Soraya Damasio Bertencello (2), Emerson Maciel Esteves (2) e Gabriel de Lima Alves Cortez (2). Por consequência, os estados de origem dos pesquisadores com mais produções são São Paulo (18), Minas Gerais (8) e Roraima (5), e as instituições são: Universidade Estadual Paulista (Unesp, 9 ocorrências), Universidade Federal de Roraima (UFRR) e Universidade de São Paulo (USP), com cinco ocorrências cada.

³ Os percentuais serão arredondados para facilitar o entendimento.

Tabela 1 – Distribuição de artigos

Ano	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Artigos	7	4	1	3	5	4	2	4	6	9

Fonte: Produzido pelo autor, 2026.

Por conta do espaço disponível para esta proposta, e com a intenção de facilitar a compreensão das temáticas, foram organizadas categorias que aglutinam os aspectos principais dos artigos. Percebe-se que prevalecem produções que tratam de Relações entre comunicação, esporte, gênero e raça (14 ocorrências, 31%), o que aponta para uma reorientação dos artigos sobre esporte pensadas a partir de outros olhares. Com metade das ocorrências, Personagens, eventos esportivos e cobertura midiática (7 ocorrências, 15,5%), em evidência pelo recorte a partir do Jornalismo Esportivo. Em seguida, há pouca distância entre as demais categorias, quando se fala de Discussões teórico-conceituais sobre Esporte e Comunicação (6 ocorrências, 13%), Reconfiguração de gêneros e formatos de programas esportivos (5 ocorrências, 11%), Reconfiguração de gêneros e formatos no digital (5 ocorrências, 11%), Relações do trabalho jornalístico (4 ocorrências, 9%) e a Construção do discurso de si no esporte (4 ocorrências, 9%).

As discussões de caráter teórico problematizam conceituações, a interdisciplinaridade na comunicação e o papel social; noticiabilidade, valor-notícia e seleção noticiosa no jornalismo esportivo, infotainment e jornalismo esportivo digital, a pauta olímpica no Brasil. Por outro lado, se as alterações de forma de programas esportivos se voltam mais a produções televisivas como o Globo Esporte e tratam de opinião de ex-atletas como comentaristas, e do futebol nordestino, aquelas específicas do digital tratam de: reflexos da pandemia na cobertura especializada e webjornalismo esportivo, da relação entre jornalismo e entretenimento e os modos de endereçamento aos públicos, a ascensão de canais segmentados, o discurso autorizado de influenciadores e a cobertura do mercado de transferências em perfis jornalísticos no X.

No entanto, as duas categorias que mais trazem resultados interessantes são as relações do trabalho jornalístico. Na primeira, quando se estudam as condições de laborais de jornalistas esportivos brasileiros, experiências de mulheres jornalistas da área, a tensão entre assessorias de imprensa e jornalistas esportivos na pandemia, e a compreensão de profissionais da área de uma região específica sobre a cobertura de futebol. E na segunda, sobre as narrativas de si nas redes sociais, especialmente sobre os corpos de atletas com

deficiência. Trabalhos tratam mais de perspectivas esportivas mais amplas (27 ocorrências, 60%), mas há presença marcante do futebol (18 ocorrências, 40%). Na maioria dos casos, não se analisa um meio (13 ocorrências, 29%), mas há observações sobre mídias digitais (14 ocorrências, 31%), televisão (8 ocorrências, 18%) e jornal (4 ocorrências, 9%). Em relação à metodologia, o destaque é: Análise de Conteúdo (9 ocorrências, 20%), Análise de Discurso (5 ocorrências, 11%) e estudos exploratórios (4 ocorrências, 9%). O recorte metodológico é condicionado pela escolha por trabalhos sobre ethos discursivo ou jornalístico, mais funcionais com certos procedimentos.

Considerações finais

Estudos de natureza exploratória como o que se pretendeu desenvolver neste resumo têm sempre ajustes e correções de rota a se fazer. De certa forma, o florescimento do campo tem oferecido reflexões cada vez mais densas e variadas – tanto do ponto de vista temático quanto metodológico. Considerando esta característica, a intenção de notar de que forma dimensões do ethos se relacionam com estudos sobre esporte em uma das associações mais relevantes da pesquisa em comunicação do país é parte de um estudo mais amplo – para o qual ainda se está buscando direção.

Neste sentido, é preciso assumir as limitações do estudo, não apenas em relação ao espaço disponível, mas também pela provável falta de foco no recorte – que precisou contar com uma coleta manual sempre sujeita às particularidades do pesquisador. Pode-se considerar, por exemplo, que a impressão de que há uma quantidade grande de artigos sobre as características e alterações nas formas de ser e estar jornalista se dá pela necessidade de um refino na escolha dos critérios de inclusão e exclusão.

Apesar disso, foi possível perceber pesquisadores e instituições que têm se dedicado às pesquisas neste sentido na última década, além da compreensão de que abordagens que relacionam esporte a raça, gênero e classe têm protagonizado as discussões mais recentes. Por outro lado, discussões conceituais, cobertura de eventos esportivos e reconfigurações de programas esportivos seguem relativamente presentes, com o crescimento de produções nativas do ambiente digital. O futebol tem presença marcante, mas as discussões sobre outros esportes também têm espaço, com algumas metodologias determinadas sendo mais utilizadas.

Um dos principais aspectos a destacar é que se a intenção inicial era perceber a relação do ethos jornalístico e esportivo com as pesquisas sobre esporte e comunicação, nota-se que a discussão em relação às dinâmicas do Jornalismo é mais madura, tem mais desdobramentos e nuances. No sentido oposto, quando o assunto é o discurso sobre si, a discussão existe, mas apenas em relação a atletas com deficiência. Não há, por exemplo, discussões sobre o discurso de si de jornalistas ou a forma por meio da qual pensam sobre as próprias práticas e se veem nelas – situação que recebe alguma aproximação quando há estudos sobre as condições de trabalho ou a reformulação do perfil de profissionais da área da comunicação esportiva. A diferença está no fato de que, dificilmente, portanto, se consideram o ethos jornalístico e o ethos discursivo ao mesmo tempo.

Referências

- AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso**. A construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2015.
- BENETTI, M. O jornalismo como gênero discursivo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/download/1492/964>. Acesso em: 01 ago. 2025.
- GRANDO, C. P. **Elementos para um estudo da construção do ethos jornalístico**: análise da seção editorial de Carta Capital. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/100682/312947.pdf?sequence=1&isAlloved=y>. Acesso em: 15 jul. 2025.
- HELAL, R.; MOSTARO, F. (orgs.). **Narrativas do esporte na mídia**: reflexões e pesquisas do LEME. 1 ed. Curitiba: Appris, 2020.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Ger. Editorial, 2003.
- MAINGUENEAU, D. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.
- MAINGUENEAU, D. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008c.
- MATTOS, M. A.; VILLACA, R. C. Aportes para nova visada da metapesquisa em comunicação. **Comunicação & Sociedade**, v. 33, n. 57, p. 199-218, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v33n57p199-218>. Acesso em: 13 jan. 2022
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Volume 1: porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2004.