

Matriz Desinformativa do Jornalismo de Futebol: Análise Comparativa da Cobertura do Mercado de Transferências em Perfis Jornalísticos (Tradicional e Torcedor) do X do Rio Grande do Sul¹

Wanderson Fernandes RODRIGUES²

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Rondon do Pará, PA

Matheus Simões MELLO³

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Rondon do Pará, PA

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

RESUMO

Interessado na cobertura jornalística durante o mercado de transferências de atletas de futebol, este estudo contém três objetivos: aferir quanta notícia e rumor dois estilos de produção jornalística (tradicional e torcedora) veiculam durante o referido período, mensurar o percentual de rumores que efetivamente se convertem em transferências e aferir os níveis de precisão jornalística dos mesmos. Supõe-se que os dois estilos publicam mais notícias que rumores, mais rumores convertidos em transferências e, além disso, possuem índices similares de precisão, hipóteses majoritariamente refutadas. São analisados 55 postagens de dois perfis do X, veiculados durante janeiro de 2024, mês que corresponde a uma parte da janela de verão do referido ano.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Esportivo; Futebol; Mercado de Transferências; X; Estudo Comparativo.

Tanto nacional quanto internacionalmente, o jornalismo esportivo vem sendo drasticamente influenciado pela cultura digital. Os veículos de comunicação tradicionais, outrora únicos responsáveis pelo fornecimento de informações aos amantes dos esportes, precisam, agora, concorrer com outros tipos de veículos, profissionais independentes e até mesmo com os próprios clubes (ROJAS TORRIJOS; NÖLLEKE, 2023). Nos últimos anos, pesquisadores estrangeiros têm se debruçado sobre tal cenário. Num dossiê recente da revista *Journalism and Media*, os autores abordaram, dentre outros temas, as ligações entre valores jornalísticos e entretenimento (KUNERT; KUNI, 2023), o uso da inteligência artificial (CANAVILHAS, 2023) e como jornais estão adaptando-se e inserindo-se nesse redesenho do jornalismo esportivo (SEEGER ET AL, 2023).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Esporte, evento integrante da programação do 21º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2024.

² Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da Unifesspa, email: fernandes44@unifesspa.edu.br.

³ Professor do curso de Jornalismo da Unifesspa e do PPGCOM/UFRR, email: matheusenso@unifesspa.edu.br

Ainda referente à coletânea citada, visa-se destacar a contribuição de Simon McEnnis (2023), que, através da análise da prática profissional de um jornalista esportivo italiano, Fabrizio Romano, apresenta algumas conjecturas sobre o ambiente jornalístico esportivo na atualidade. Dentre elas, sinaliza o atual caráter multifuncional da profissão, identifica que a cobertura factual de eventos esportivos está perdendo importância e evidencia a crescente proeminência de jornalistas autônomos e hiperespecializados (MCENNIS, 2023). Em relação a esta última característica, McEnnis acaba por associá-la à nomenclatura, em tradução livre, “jornalismo esportivo de influenciador”⁴, considerando que jornalistas com um enorme número de seguidores nas redes sociais – como é o caso de Fabrizio Romano – influenciam outros jornalistas e, portanto, a própria profissão. Diante disso, o autor argumenta que o o jornalismo esportivo atual só pode ser compreendido através de aspectos coletivos e individuais (MCENNIS, 2023, p. 431).

Em âmbito nacional, a influência dos meios digitais na cobertura jornalística esportiva ainda não possui a mesma atenção. O demasiado foco no futebol e nas respectivas identidades nacionais em períodos de Copa do Mundo, assim como o enfoque em materiais impressos, foi identificado por Rafael Fortes em 2011 (FORTES, 2011), e, de alguma forma, tal quadro permanece parcialmente, visto que, doze anos depois, verificou-se apenas o aumento de estudos sobre gênero e maior variedade de modalidades esportivas (VIMIEIRO; FORTES, 2023). A propósito, na obra de fôlego mais recente sobre Comunicação e Esporte, “A pesquisa sobre Comunicação e Esporte no Brasil” (VIMIEIRO; FORTES, 2023), apenas um capítulo versa sobre a cultura digital. Nele, a pesquisadora Ana Carolina Vimieiro (2023) direciona seus olhares à cultura torcedora, visto que torcedores, para além da dualidade entre emissores e receptores, também podem, conforme a autora, ser analisados como produtores.

Apesar de todas as contribuições aqui expostas, nenhuma delas versa sobre um dos principais impactos da cultura digital no jornalismo esportivo brasileiro: a aparição de jornalistas, migrantes ou não dos veículos tradicionais, com pouca ou larga experiência profissional, que cobrem única e exclusivamente um único clube de futebol: aquele para o qual torcem. Aqui, iremos considerá-los como pertencentes a um ramo que será chamado de “jornalismo torcedor”, algo que um destes autores (MELLO,

⁴ O termo original, em inglês, é “influencer-sports journalism”.

2020) já havia mencionado anos atrás. O jornalismo torcedor não pode ser atrelado ao termo “jornalismo esportivo *influencer*” porque, em que pese o compartilhamento de elementos ligados aos influenciadores digitais, esse termo pode se referir, como assinalou McEnnis, a outros tipos de jornalistas. Não pode ser considerado como torcedor-produtor, *blogger*, ou *vlogger* porque não expõem somente uma visão torcedora sobre determinado acontecimento. O jornalismo torcedor, ao invés, apresenta uma cobertura jornalística diária e factual do clube (e apenas do clube), apresentando, por um lado, toda a superficialidade emotiva do torcedor e, por outro, maior variedade de pautas ligadas ao clube, principalmente dos bastidores. Funcionam como um contraponto ao jornalismo tradicional, que precisa lidar com outros clubes. E, além disso, lida com certa perda de relevância da isenção como valor inegociável da cobertura esportiva, algo que transparece em pesquisas voltadas à percepção – e aceitação – de torcedores sobre materiais provenientes de indivíduos que torcem para o mesmo clube (SADRI, 2014; REED, 2018).

Daí, para além da necessidade de um debate aprofundado com o intuito de sistematizar uma definição concreta sobre jornalismo torcedor, surge a pergunta: será que, de fato, tais profissionais estão fazendo jornalismo? Visando fornecer uma contribuição para que se responda tal questionamento, apresenta-se aqui uma pesquisa voltada à cobertura do mercado de transferências de atletas, período no qual são aflorados vícios e virtudes do jornalismo, bem como um jogo de forças entre diferentes atores inseridos no segmento. Em estudo anterior, desenvolvido por um dos autores deste trabalho com o professor José Luis Rojas Torrijos (ROJAS TORRIJOS; MELLO, 2021), recorreu-se também ao mesmo modelo de fragmento temporal para aferir o nível de desinformação disseminado por quatro veículos europeus, propondo, assim, uma metodologia de mensuração de precisão jornalística durante janelas de transferência. Aproveitando tal caminho metodológico e processual já percorrido, este estudo utiliza das mesmas bases para aferir o nível de precisão jornalística nos dois estilos supracitados (tradicional e torcedor).

Esta pesquisa, à vista disso, é dotada de três objetivos: O1) Mensurar a quantidade de rumores e desinformação que dois tipos de perfil jornalístico (tradicional e identificado) transmitem no *X* durante a cobertura do mercado de transferências; O2) Aferir a porcentagem de rumores de transferências que efetivamente foram convertidas

em contratos assinados; O3) Avaliar e comparar os níveis de desinformação propagados pelos perfis averiguados. Para os anseios desta pesquisa, entende-se ‘rumor’ de acordo com as especificações de Kapperer (2013).

Os objetivos estão atrelados a três perguntas de pesquisa: P1) Quanta desinformação os perfis jornalísticos disseminaram no X durante parte do período de transferências? (P1 = O1); P2) Qual o percentual de rumores que concretamente se transformaram em acordos fechados? (P2 = O2); P3) Qual estilo de perfil (tradicional ou torcedor) foi mais preciso durante o recorte analisado? (P3 = O3).

Dos objetivos e das perguntas de pesquisa, resultam três hipóteses: H1) Ainda que veiculem um número considerável de rumores, ambos os estilos publicam mais notícias de acordos fechados do que negociações (supostamente) em curso (O1 = P1 = H1); H2) Ambos os estilos publicam mais rumores futuramente convertidos em transferências do aqueles que não foram convertidos (O2 = P2 = H2); H3) Os dois estilos de cobertura possuem níveis parecidos de precisão durante a cobertura do mercado de transferências (O3 = P3 = H3).

Como recorte temporal, utiliza-se o mês de janeiro de 2024, um fragmento da janela de transferências de verão no Brasil. Tal escolha se dá pelo fato de ser o mês com menor número de partidas, fazendo com que a cobertura jornalística tenha de focar, mais do que o habitual, nas notícias sobre contratações e saídas de atletas. Como recorte geográfico, buscou-se focar no Rio Grande do Sul, estado que abarca dois dos maiores clubes do país (Grêmio e Internacional), e conta com um variado rol de veículos de imprensa na cobertura diária do futebol estadual. O corpus é composto por 55 postagens de dois perfis jornalísticos, sendo um de cada estilo: os perfis de *Esportes GZH* (@esportesgzh, tradicional) e do repórter Lucas Collar (@LucasCollar, torcedor), especializado no Internacional e assumidamente torcedor desse time. Somente foram consideradas publicações referentes aos enfoques de cada perfil: Grêmio e Internacional, no caso de *Esportes GZH*, e Internacional, no caso de Lucas Collar. Publicações que envolviam opiniões e/ou tratassem de mais de uma transferência foram descartadas. As análises foram desenvolvidas por meio de preceitos de Análise de Conteúdo (KRIPPENDORFF, 2004). As postagens foram salvas e codificadas. Após as codificações, os dados resultantes foram distribuídos em três tabelas, cada uma destinada à resolução de um objetivo deste estudo.

Transcorrido esse processo analítico, chegamos aos seguintes resultados: 1) ao contrário do que prevíamos inicialmente, ambos os perfis veicularam mais rumores do que notícias sobre acordos fechados, o que pode ser explicado pelo fato de serem perfis debruçados num número menor de clubes, diferentemente do que foi visto por Mello e Rojas (2021). Por consequência, a primeira hipótese (H1) foi refutada; 2) seguindo a mesma tendência, a segunda hipótese também fora derrubada, visto que os dois perfis averiguados publicaram mais rumores não concretizados em transferências; 3) por fim, ainda que *Esportes GZH* tenha alcançado um índice de precisão jornalística melhor do que Lucas Collar (68,5 contra 62,4), estes obtiveram níveis similares, confirmando a terceira hipótese (H3). Além disso, Lucas Collar, que teve desempenho similar a outros veículos de comunicação tradicionais já analisados em estudos semelhantes, parece, ao fim e ao cabo, reproduzir vícios e virtudes parecidas com o que é verificado na imprensa tradicional. Com isso, e sabendo das limitações deste trabalho, sugere-se que o jornalismo torcedor, por um lado, pode oferecer informações verazes e acuradas ao público, mas, por outro, embora apresente-se como diferente do tradicional, feito ‘de torcedor para torcedor’, pode incorrer nos mesmos deslizes praticados por profissionais que optam por manter suas referências clubísticas em sigilo.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, J. Artificial Intelligence and Journalism: Current Situation and Expectations in the Portuguese Sports Media. **Journalism and Media**, n. 4, pp. 510-520, 2023.

FORTES, R.. Estudos de esporte na área de comunicação: um panorama e algumas propostas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, pp. 598-614, 2011.

KUNERT, J.; KUNI, P. Tension between journalistic and entertainment values in live soccer TV commentary: the sports journalist's perspective. **Journalism and Media**, n. 4, pp. 631-647, 2023.

MCENNIS, S. There He Goes: The influencer sports-journalism of Fabrizio Romando on Twitter and its implications for professionalism. **Journalism and Media**, n. 4, pp. 430-444, 2023.

MELLO, M. S. **Complexidades identitárias em Santa Catarina**: análise de narrativas de rivalidade entre times catarinenses na mídia esportiva impressa local (2009-2018). Tese

(Doutorado). 346f. Universidade Federal de Santa Catarina - Centro de Comunicação e Expressão, Florianópolis, 2020.

REED, S. “I’m not a fan, I’m a journalist”: measuring American sports journalists’ sports enthusiasm. **Journal of Sports Media**, v. 13, n. 1, pp. 27-47, 2018.

ROJAS TORRIJOS, J. L.; MELLO, M. S. Football Misinformation Matrix: a comparative study of 2020 winter transfer news in four European sports media outlets. **Journalism and Media**, n. 2, pp. 625-640, 2021.

ROJAS TORRIJOS, J. L.; NÖLLEKE, D. Rethinking sports journalism. **Journalism and Media**, n. 4, pp. 853-860, 2023.

SADRI, S. R.. The role of fan identification in the perceived credibility of sports articles. **International Journal of Sport Communication**, Champaign (IL), v. 7, n. 2, pp. 214-233, 2014.

SEEGER, C. et al. Social Media Publishing Strategies of German Newspapers: Content Analysis of Sports Reporting on Social Networks by German Newspapers—Results of the 2021 Social Media International Sports Press Survey. **Journalism and Media**, n. 4, pp. 599-611, 2023.

VIMIEIRO, A. C. Torcedores como produtores: por uma abordagem comunicacional das culturas torcedoras. In: VIMIEIRO, A. C.; FORTES, R. (Orgs.). **A pesquisa em Comunicação e Esporte no Brasil**. Rio de Janeiro: Fólio Digital, 2023, pp. 133-156.

VIMIEIRO, A. C.; FORTES, R. (Orgs.). **A pesquisa em Comunicação e Esporte no Brasil**. Rio de Janeiro: Fólio Digital, 2023.