

Webjornalismo Esportivo e Fórmula 1: análise das mudanças na cobertura feita pelo ge.globo após a transferência dos direitos de transmissão¹

Ana Luiza da Silva DIAS²
Joice Danielle Nascimento PEREIRA³
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

O presente trabalho analisou a página da Fórmula 1 no portal ge.globo (ge), pertencente ao Grupo Globo, em dois períodos distintos: 2019 e 2021, que corresponde ao antes e depois da TV Globo perder os direitos de transmissão da Fórmula 1. O objetivo é identificar possíveis mudanças nos conteúdos específicos sobre a categoria produzidos pelo portal nesses dois períodos. Para alcançar tal objetivo, foram analisadas matérias veiculadas pelo ge.globo sobre F1, utilizando a análise de conteúdo. O resultado indica que o portal ampliou o uso das imagens e notas divulgadas nos perfis oficiais das equipes e do próprio perfil da F1 no Twitter (hoje X) para tratar dos temas relacionados à F1.

PALAVRAS-CHAVE: Webjornalismo; Fórmula 1; Jornalismo Esportivo; ge.globo.

É difícil pensar na história da transmissão da Fórmula 1 na TV aberta brasileira sem que a primeira imagem que passe pela cabeça dos fãs desta categoria do automobilismo no país seja a da TV Globo. Embora a Bandeirantes tenha sido a primeira emissora brasileira a transmitir uma temporada completa de Fórmula 1, ao vivo e na íntegra, em 1980, foi a TV Globo que se estabeleceu como a emissora desta categoria no país, sendo a responsável por veicular, de forma ininterrupta, por quase 40 anos, a emoção das pistas para a casa dos brasileiros.

Desde 1981, quando comprou os direitos de transmissão da Fórmula 1, a emissora carioca transmitiu e cobriu todas as temporadas da categoria até o final de 2020. A cobertura feita pela TV aberta também se estendia para os demais programas esportivos do Grupo Globo, bem como para o ge.globo⁴, objeto de estudo deste trabalho.

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

² Jornalista e mestranda do PPGCOM da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: sdanaluiza@gmail.com

³ Graduanda em jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. E-mail: joicedanielle.nascimento@gmail.com

⁴ Em 2019, um dos períodos analisados neste artigo, o portal de notícias esportivas do Grupo Globo era referido como globoesporte.com. Posteriormente a esse período, o portal passou a ser chamado de ge.globo, nomenclatura adotada neste estudo.

O fato da emissora possuir os direitos sobre as imagens dos GPs rendia às matérias produzidas pelos programas do Grupo Globo um rico material em vídeos e em entrevistas, que eram explorados para além do que se via na TV aberta, inclusive nas matérias produzidas para o ge (Globo Esporte). No entanto, em 2021, a emissora anunciou que deixaria de transmitir as competições da categoria em TV aberta, passando tais direitos à Bandeirantes.

Mesmo sem os direitos sobre as imagens dos GPs, o Grupo Globo logo anunciou que manteria a cobertura da categoria em suas plataformas⁵ para que os fãs de automobilismo continuassem informados sobre os desfechos das competições. Portanto, o objetivo da análise em questão é observar se houve mudanças significativas na cobertura da F1 realizada pelo portal ge.globo e, se sim, quais foram as estratégias adotadas pelo portal para viabilizar as coberturas sem o aparato oferecido pelos direitos de transmissão das competições, sobretudo no que diz respeito aos recursos de multimídia, hipertextualidade e interatividade.

De acordo com Canavilhas (2014), sete características diferenciam o conteúdo pensado para a internet das demais mídias, são elas: hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade. O uso de elementos multimídia torna mais fluida a imersão do usuário pela matéria ou reportagem. Além disso, a internet tem capacidade de memória muito maior que outros veículos, não possuindo limite de espaço, como em um jornal impresso, por exemplo, e permitindo que o leitor possa acessar a informação quantas vezes ele quiser. De acordo com Salaverría (2014, p. 30), até mesmo a comunicação humana é multimídia, pois, segundo o autor, as pessoas percebem o mundo por meio de sentidos, sendo eles visão, audição, tato, olfato e paladar.

Na Web, “o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (links), ou seja, num hipertexto” (Canavilhas, 2014, p. 4). Dessa forma, mais um elemento pode ser adicionado aos componentes da multimídia. Trazendo agora para o modo de se fazer jornalismo na Web, Canavilhas (2014, p. 09) pontua que as redações jornalísticas

⁵ <https://www.grandepremio.com.br/fl/noticias/globo-confirma-fim-de-acordo-de-transmissao-da-formula-1-a-par-tir-de-2021/>

costumam receber os mesmos conteúdos e cabe ao jornalista dar uma abordagem diferente. “É verdade que a qualidade da investigação e os exclusivos marcam diferenças entre publicações, mas é a abordagem aos factos e o estilo da escrita que verdadeiramente levam os leitores a optar por uma ou outra publicação”. A hipertextualidade, portanto, permite que o leitor explore informações relacionadas a um tópico de forma mais aprofundada.

Outra característica da hipertextualidade é que ela também permite que o leitor crie seu próprio caminho durante a leitura, tornando este processo não-linear. Assim, conforme Palácios (2005), o leitor torna-se participante ativo da narrativa. Dessa forma, o hipertexto, além de conectar diferentes blocos de textos ou mídias, ainda permite a interatividade entre o usuário e a informação.

Nesse sentido, Rost (2014) também traz o entendimento de que a interatividade é uma forma de dar poder ao leitor. Os tipos de interatividade, conforme o autor, são: seletiva e comunicativa. Na interatividade seletiva, as opções de interação já são preestabelecidas pelo produtor do texto, como por exemplo, uma guia de menu no site ou mesmo hiperlinks. Já na interatividade comunicativa, o leitor pode se comunicar com o conteúdo, com o produtor do conteúdo e até mesmo com outros usuários. Isto é, o leitor tem a possibilidade de dialogar com outros leitores sobre um texto ou pode apenas comentar sobre um conteúdo, mesmo que naquele espaço não receba resposta alguma sobre o comentário.

Este estudo adotou como procedimento metodológico a Análise de Conteúdo (AC) por ser um método qualitativo que abrange várias áreas do campo comunicacional. Para Cardoso, Oliveira e Ghelli (2021), a AC “pode ser uma excelente opção quando o objetivo for analisar os dados provenientes das comunicações, buscando compreender os significados e os sentidos das mensagens, que vão além de uma leitura comum”. Sobre isso, Bardin (1977) destaca que “a intenção da Análise de Conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência que recorre a indicadores (quantitativos ou não).”

Tendo como base tal técnica de pesquisa, foram analisadas as matérias sobre a Fórmula 1 do portal ge.globo, em dois períodos, com o intuito de compará-las. O primeiro período analisado corresponde ao segundo semestre de 2019. Nessa época, o

Grupo Globo ainda detinha os direitos de transmissão dos GPs de Fórmula 1. Já o segundo momento analisado, refere-se ao segundo semestre de 2021, período em que os direitos de transmissão dos campeonatos de Fórmula 1 já pertenciam à Band. Ressalta-se aqui que a opção por analisar a temporada de 2019 e não a de 2020 (último ano do Grupo Globo com a posse das transmissões) se deu pelo fato da temporada de 2020 ter sido marcada pelo primeiro ano da pandemia de Covid-19, havendo a necessidade do cancelamento de GPs e modificações na estrutura do campeonato, em virtude do novo coronavírus⁶, fato que também refletiu na forma de cobertura dos GPs.

O primeiro passo após a definição do recorte temporal foi selecionar o material de análise dentro das publicações do referido período. Para isso, foram criados dois quadros, uma para cada ano analisado, com as matérias elencadas em ordem cronológica. Para a realização do presente estudo, foram consultadas um total de 51 matérias, somando os dois períodos analisados. No segundo semestre de 2019 foram acessadas 24 matérias entre 11 de julho e 23 de dezembro de 2019. Já no segundo semestre de 2021, foram acessadas 27 matérias entre 1º de julho de 2021 e 30 de dezembro de 2021.

Dentro destes dois recortes temporais, foram selecionadas três matérias veiculadas pelo ge.globo entre novembro e dezembro de 2019, chamado aqui de período 1. Para equivalência de análise também foram selecionadas três matérias publicadas no ge.globo, entre novembro e dezembro de 2021, nomeado como período 2. A escolha de três matérias nesses meses correspondentes à reta final das temporadas de F1 dos respectivos anos, foi entendida como suficiente para analisar os aspectos propostos por este trabalho, por ser um período rico em conteúdos que refletem um pouco de todos os acontecimentos da temporada. Após o processo de seleção, chegou-se ao seguinte material de análise:

Quadro 1: Matérias selecionadas no período 1

2º semestre de 2019		
Data	Título da matéria	Código
15/11/2019	Perto do adeus, Kubica critica a Williams, elogia Interlagos e diz que volta à F1 foi “maior conquista”	M1
19/11/2019	Com Hamilton na parte final da carreira, Norris e	M2

⁶ <https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/retrospectiva-2020-f1-dribla-pandemia-e-entrega-temporada-de-grandes-historias/>

	Russell são as apostas britânicas na Fórmula 1	
23/12/2019	Veja um raio-X completo dos duelos entre companheiros de equipe da Fórmula 1 em 2019	M3

Fonte: Autoria própria

Quadro 2: Matérias selecionadas no período 2

2º semestre de 2019		
Data	Título da matéria	Código
16/11/2021	Mercedes solicita revisão de disputa de Hamilton e Verstappen no GP de São Paulo	M1
26/11/2021	Fornecedora de pneus da F1 vai investigar estouros no GP do Catar	M2
16/12/2021	Leclerc testa positivo para Covid-19 pela segunda vez, em Abu Dhabi	M3

Fonte: Autoria própria

A observação das matérias do portal nos períodos 1 e 2 indicou algumas mudanças em relação à cobertura realizada em 2019, quando o Grupo Globo ainda detinha os direitos sobre as transmissões dos campeonatos e a cobertura realizada em 2021, período em que a Band se tornou a detentora dos direitos de transmissões. Um dos aspectos observados foi que é o fato de que as matérias também recebiam a assinatura de jornalistas como Fred Sabino, Paulo Roberto Conde e Marcos Guerra, com exceção das matérias que faziam reconstrução de acontecimentos ao longo da temporada, que eram assinadas como globoesporte.com. As matérias linkadas dentro dos textos analisados algumas vezes também recebiam a assinatura de jornalistas referências em cobertura de Fórmula 1, como a repórter Mariana Becker e o comentarista Rafael Lopes, do blog Voando Baixo.

Entre essas modificações está a exploração das imagens e notas divulgadas nos perfis oficiais das equipes no Twitter, bem como o uso de imagens do próprio perfil oficial da Fórmula 1 na mesma rede social, o que pode ser caracterizado como uma alternativa às imagens que eram utilizadas quando a emissora detinha os direitos de transmissão das imagens dos GPs. O portal introduz nas matérias uma nova forma de vídeo, em que o jornalista Rafael Lopes e o comentarista da categoria, Luciano Burti passam a fazer as análises de balanço da temporada numa espécie de bate-papo, discutindo sobre os principais momentos da temporada, mas sem o apoio de imagens das corridas ou fotos dos pontos citados.

Ademais, tais mudanças observadas no portal direcionam também para a iniciativa do próprio Grupo Globo de não fazer da Fórmula 1 uma prioridade⁷, visto que, nos últimos anos, a falta de um piloto brasileiro que ajudasse a fortalecer o elo entre o público brasileiro e a Fórmula 1 já era ponto observado pela emissora, até mesmo quando detinha os direitos de transmissão sobre as corridas da categoria.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições, v. 70, p. 225, 1977.

CANAVILHAS, J. **Hipertextualidade**: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, J. M. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/269113483_Webjornalismo_7_carateristicas_que_marcam_a_diferenca>. Acesso em: 19 jun 2023

CARDOSO, Márcia Regina Gonçalves; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; GHELLI, Kelma Gomes Mendonça. **Análise de conteúdo**: uma metodologia de pesquisa qualitativa. *Cadernos da FUCAMP*, v. 20, n. 43, 2021.

PALÁCIOS, Marcos. **Memória**: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, J. M. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/269113483_Webjornalismo_7_carateristicas_que_marcam_a_diferenca>. Acesso em: 30 mai 2023.

SALAVERRÍA, R. **Multimedialidade**: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. M.(Org).**Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/269113483_Webjornalismo_7_carateristicas_que_marcam_a_diferenca>. Acesso em: 30 mai 2023.

⁷ <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/03/globo-prioriza-futebol-e-dois-gps-da-f-1-devem-ficar-sem-tv-aberta.shtml>