



## **Jornalismo esportivo ou de entretenimento?**

Análise da diversidade temática nas notícias do portal *globoesporte.com*<sup>1</sup>

Augusto Seiji IKEDA<sup>2</sup>

Lucas Ferreira MARTIN<sup>3</sup>

Renato Henriques de FARIA<sup>4</sup>

Rinaldo Augusto de MORAIS<sup>5</sup>

Ana Cristina SPANNENBERG<sup>6</sup>

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

### **RESUMO**

O jornalismo esportivo é a área especializada do jornalismo destinada a noticiar fatos que condizem com a esfera esportiva. Porém, nota-se que outras temáticas estão presentes nos veículos que se propõem a cobrir esta área. Dessa forma, o presente trabalho se propõe a analisar a influência dessas outras temáticas no jornalismo especializado em esportes do portal *globoesporte.com*. O objetivo é relatar quais são essas temáticas e refletir como o jornalismo esportivo tem caminhado na tênue fronteira que divide informação e entretenimento. Além disso, pretendemos observar o destaque que é dado a essas matérias pela editoria e a tendência mercadológica na modificação da essência da cobertura esportiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo esportivo; entretenimento; jornalismo soft; jornalismo *online*

### **1. INTRODUÇÃO**

A princípio, o jornalismo esportivo deveria apenas veicular textos com relação a esportes, abordar notícias sobre competições, atletas, entre outros. Porém, nota-se a produção e a veiculação de outros textos na seção destinada a essa área, tais como notícias sobre vida pessoal, celebridades, policiais. A questão da produção da informação pode ser uma das influências da veiculação destas, além da grande aceitação pelo público.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: [japagustinho17@gmail.com](mailto:japagustinho17@gmail.com).

<sup>3</sup> Aluno líder e estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: [lucasfmartin@yahoo.com.br](mailto:lucasfmartin@yahoo.com.br).

<sup>4</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: [renatohfaria@hotmail.com](mailto:renatohfaria@hotmail.com).

<sup>5</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: [rinaldo\\_augusto@hotmail.com](mailto:rinaldo_augusto@hotmail.com).

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho, jornalista, mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea, doutora em Ciências Sociais e professora do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: [anacristina@faced.ufu.br](mailto:anacristina@faced.ufu.br).



O presente artigo tem como objetivo a identificação e a análise de matérias jornalísticas, de diferentes temáticas, presentes no jornalismo especializado em esportes. O *corpus* de análise foram as matérias veiculadas no portal *online* da *globo.com*, na página principal de esportes, *globloesporte.com*, no período de 11 a 17 de abril de 2011.

O trabalho está organizado em quatro partes. Na primeira, encontra-se a revisão teórica, subdivida em três itens: o jornalismo especializado de esportes, o esporte como espetáculo e a cultura de massa; a velocidade das mídias e a sobrecargas de informações no jornalismo *online*; o jornalismo soft e a discussão sobre a fronteira entre jornalismo esportivo e entretenimento. Na sequência, mostraremos como foi efetuado o recorte das matérias e quais os critérios utilizados. Na terceira parte, faremos uma análise dos resultados do *corpus* e, por fim, concluiremos analisando os objetivos propostos pelo grupo confrontados com os resultados e o embasamento teórico.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

### 2.1. O JORNALISMO ESPECIALIZADO DE ESPORTES

O esporte é considerado, hoje, um espetáculo e, a cada dia que passa, atrai mais adeptos. Adeptos estes que nem sempre praticam, mas que prestigiam as transmissões. Desde o final do século XX e início do século XXI, o esporte trazido como um espetáculo pela televisão, através de imagens e da alta tecnologia, foi introduzido nas massas, transformando o espetáculo em show. Assim, aproveitando-se da massificação dos meios e da informação, o esporte, principalmente o futebol, obteve uma rápida aceitação e popularização, tornando-se um produto da cultura de massa.

Se o futebol brasileiro tornava-se profissional a imprensa esportiva também estava no mesmo caminho, uma nova profissão estava nascendo e o jornalista esportivo passaria a fazer parte do dia-a-dia das redações dos principais jornais e rádios do Brasil. (BEZERRA, 2008, p.33)

Com o advento da Sociedade da informação, os meios de comunicação cederam espaço às estratégias mercadológicas. Jornais, revistas, internet e os mais variados meios, sentiram a necessidade de atender a um público cada vez mais exigente. É um



momento em que as escolhas individuais se sobrepõem ao coletivo. Assim, o jornalismo especializado surge como uma forma de segmentação do mercado, a fim de proporcionar especificidades para todos os gostos, de modo que os indivíduos busquem um fator de união e de identificação neste tipo de informação. A questão da divisão da informação pode ser confirmada quando Abiahy diz que “[...] a nova ótica dos meios de comunicação é trabalhar uma mensagem direcionada a uma audiência específica” (2005, p. 11).

No esporte, essa tendência de mercado não é diferente. Por ser uma temática ampla, não contempla apenas o desempenho dos times no campeonato, dos atletas, mas toda uma abordagem, que envolve temas políticos e econômicos das instituições do esporte, por exemplo, até questões culturais. Ou seja, o noticiário esportivo, “é muito mais que isso, já que incidem sobre sua prática muitos aspectos provenientes de outros campos (da psicologia, da medicina, marketing, política, religião, imprensa, etc.)”. (BORELLI, 2002, p. 14)

Dessa forma, a temática esportiva adquire uma respeitável posição em uma redação, já que os brasileiros mantêm uma cultura baseada em esportes. O público passa a demonstrar um maior interesse nesses assuntos, o que pode acarretar na mudança da estrutura de um jornal, principalmente quando se aproxima ou se está em grandes eventos, como Copa do Mundo, Olimpíadas, etc. Apesar de não ser muito respeitado pelas outras editorias (cf. COELHO, 2009), o jornalismo esportivo necessita de especialização, uma vez que nem todos são conhecedores assíduos de esportes.

## 2.2. A VELOCIDADE E A SOBRECARGA DE INFORMAÇÕES NO JORNALISMO ONLINE

O imenso fluxo de informações veiculadas pelos meios de comunicação atualmente exigiu que a propagação destas se tornasse cada vez mais eficiente. Esse enorme volume, juntamente com a rapidez e velocidade com a qual as notícias são postadas nos sites e portais *online*, no entanto, pode levar o público a uma desinformação. Isso porque não é permitido ao leitor que a notícia amadureça: a informação anterior consome a seguinte, em um ritmo veloz constante.

Nas mídias atuais, como observou Paulo Vinícius Coelho (2009), é mais importante uma notícia publicada rapidamente do que aquela mais elaborada,



averiguada minuciosamente antes de sua publicação. Este fenômeno foi observado pelo pensador francês Ignácio Ramonet (1999), que depositava sobre a televisão a responsabilidade sobre a superficialidade com que os fatos eram tratados. “A televisão não é uma máquina de produzir a informação, mas de reproduzir acontecimentos, fatos. O objetivo não é fazer-nos compreender uma situação, mas fazer-nos assistir a uma aventura ou desventura” (1999, p.36).

Ainda no final da primeira década da explosão da internet em que a chamada Sociedade da Informação passou a transformar os processos produtivos do jornalismo, Ramonet (1999, p.74) advertia:

Se a verdade não é mais o elemento decisivo do valor de uma informação, qual é então este elemento? Hoje, principalmente, trata-se da rapidez com a qual esta informação é difundida. Ora, a “boa” rapidez, agora, é a instantaneidade que, é claro, para a qualidade da informação, é um critério perigoso.

Dessa maneira, o receptor, mesmo que se considere bem informado, na realidade é incapaz de articular um panorama geral, coerente e profundo. Os noticiários sobrecarregam o telespectador com fatos e notícias novas a cada minuto, sem permitir que ele reflita sobre as anteriores.

### 2.3. A NOVA ESSÊNCIA DA ABORDAGEM ESPORTIVA

O jornalismo esportivo dos dias atuais vem perdendo um pouco de sua essência, principalmente para a questão publicitária; fazendo surgir o chamado “jornalismo soft”. Nota-se que já é algo corriqueiro em boa parte da esfera esportiva, como afirma Abiahy. “O jornalismo soft é uma zona de fronteira sem demarcação entre o jornalismo e a publicidade” (2005, p.16). Muitas publicações e, em especial, os famosos debates ao fim da rodada do campeonato, têm levado mais em conta fatores mercadológicos do que o próprio jornalismo, com o intuito de, justamente, atrair mais público.

O esporte acabou se tornando um produto midiático e da cultura de massa, mas a verdade é que tais atitudes das matérias só contribuem com tal visão, além do fato do jornalismo, que deveria ser imparcial e passar credibilidade, ter se tornando algo escasso. A transformação do esporte em espetáculo, fez com que empresas adotassem o



marketing e apelassem para o visual a fim de promover o seu “show”. Por isso, surge a seguinte questão: será isso jornalismo esportivo ou entretenimento?

O jornalismo esportivo acabou se tornando refém dessa nova ideologia de mercado e perdeu muito na questão da espontaneidade, ação e emoção. “O recurso do esporte é o espetáculo, necessário ao campo da comunicação, pois gera audiência, e aos negócios, pois valoriza a marca do discurso do belo, forte e saudável.” (SILVA, 2009, p.71)

Outro fator que pode comprometer esse jornalismo é o problema da “falação esportiva”. Os veículos, então, introduzirão no esporte diversas outras temáticas, como ídolos, vida pessoal, assuntos dentro e fora das competições, a derrota, a superação, entre outros.

Pode-se dizer que a imprensa é que recria, engendra, produz os discursos sobre o esporte, construindo uma grande “falação esportiva”. Nesse sentido, o esporte é deslocado de seu campo primordial (da prática do jogo) para o campo da “falação”, onde a mídia é a principal mediadora entre estes discursos sobre o esporte praticado e moldado para ser assistido. (BORELLI, 2002, p. 16)

Assim, chega-se a conclusão de que a temática esportiva sofre com intervenções mercadológicas para atender a um público diferente. “O jornalismo soft” pode ser uma das influências para a mudança da essência jornalística de esportes, porém não é só ele. As redações também exercem suas parcelas. A transmissão do esporte perdeu a paixão, o espontâneo e apelou para a espetacularização visual, mesclando-se ao entretenimento. Não quer dizer que uma editoria tenha mudado em sua totalidade a veiculação nessa área, mas nota-se que uma parte do jornalismo especializado de esportes está sendo destinada a outras temáticas.

### 3. METODOLOGIA

A coleta de matérias para análise ocorreu no site *globo.com*, na página principal de esportes, *globoesporte.com*, por ser um portal que apresenta várias atualizações diárias, além de muito conhecido e acessado. O período de análise foi de 11 a 17 de abril de 2011, sendo, portanto, uma semana. Arquivamos os *links*, uma vez que o site mantém o arquivo *online*. Ao todo, foram analisadas 280 matérias da seção esportiva principal do



portal, sendo observado duas vezes ao dia, uma na parte da manhã e outra, da tarde. Destas, selecionamos 21 notícias que condiziam com o objetivo do trabalho, que é analisar e identificar textos de outras temáticas que foram publicados no espaço destinado ao jornalismo especializado em esportes.

Para a identificação dessas matérias, elaboramos um quadro de análise para elencar a temática e o gênero textual predominante, além da posição da veiculação no site. O gênero textual seguia a classificação proposta por Marques de Melo (2003), sendo dividida em: Informativo (Nota, Notícia, Reportagem e Entrevista), Interpretativo (Grande Reportagem) e Opinativo. Para a definição da posição de veiculação, optamos entre Principal e Secundária. E, para finalizar, para as temáticas, observamos a ocorrência das seguintes temáticas: Celebidades, Policial, Política, Vida Pessoal, e a Outras. Assim, conseguimos selecionar as matérias com base no objetivo proposto.

#### 4. ANÁLISE

Na página inicial do portal, figuram, diariamente, uma média de seis notícias principais que recebem um maior destaque na diagramação *online*, além das demais que são secundárias e até sub-secundárias. Dessa forma, das 21 (7,5%) matérias analisadas de um total de 280, 47,6% foram classificadas como principais e o restante, composto por secundárias, somaram um total de 52,4% .

Com relação às fontes do *corpus*, a maioria são jornalistas do portal *globoesporte.com*. Eles poderiam ter sido designados tanto para cobrir tal evento ou acontecimento quanto para escreverem a notícia ou reportagem dentro da própria redação. Um ponto interessante a se notar é que, em algumas, era o próprio portal que assinava a matéria, como a do encontro do vocalista do U2 Bono com o ex-jogador Ronaldo (APÓS, 2011), sem que fosse identificada autoria específica. Também se percebe que o portal procura, sempre que possível, utilizar os correspondentes e agências para publicar matérias com informações referentes a fatos ocorridos em outros países, como a Espanha, Argentina, entre outros.

Das matérias selecionadas, o gênero mais comum foi a notícia, representando 61,9%. Pode-se explicar esse número pela linha editorial, pois sendo um portal de internet de caráter informativo e atualizado diariamente, é compreensível que relatos



noticiosos sejam o padrão encontrado. O gênero reportagem abrange 28,6%. Assim, observa-se que ele tem um papel importante no conteúdo do site, pois em períodos de parada das principais competições esportivas, complementa a ausência de notícias. Em último lugar, vem o gênero entrevista, caracterizando apenas 9,5%. O número pequeno deste gênero é justificável por questões de pouca demanda do público, sendo publicadas apenas quando o entrevistado tem um conhecimento diferenciado em relação ao conteúdo de outros veículos ou é uma celebridade, como a entrevista feita ao jogador de futebol Roger, do Cruzeiro, elegendo as cinco melhores novelas (MIGUEL, 2011).

Do total de matérias analisadas na página esportiva do portal, apenas 7,5% apresentam outras temáticas. Pode ser um número pequeno, porém nota-se que estas receberam um destaque com quase a mesma proporção que as demais condizentes com o objetivo proposto. Entre essas temáticas, chega-se a conclusão de que 42,8% pertencem à temática das celebridades, abordando a questão do ídolo ou do personagem em uma ação, como a matéria que trata da visita do jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho à Academia Brasileira de Letras e, posteriormente, sendo chamado de Doutor (JÚNIOR, 2011). Outros 42,8% falam sobre vida pessoal, como o caso do jogador de futebol Marlos, do São Paulo, que pretende construir um canil em sua cidade para cães de rua. Além disso, mostra os dois cães de estimação que tem em casa, com nomes de jogadores (CANÔNICO, 2011). Fechando o restante das matérias, 14,4% abordam a questão policial, como a notícia que tratava da casa do irmão de Messi, jogador do Barcelona, que foi baleada na Argentina (RESIDÊNCIA, 2011).

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com a massificação do esporte, a sua espetacularização e a tendência mercadológica do jornalismo especializado, nota-se que matérias de outras temáticas estão sendo incorporadas no jornalismo esportivo, podendo ser pelo fato de não haver notícia naquele dia, como relata Paulo Vinícius Coelho (2009), quando diz que os jornalistas esportivos que cobrem times de futebol fazem piadas durante o treino, conversam e não vão em busca da informação. Ou, simplesmente, para atender a um público que gosta desse tipo de informação, como relata Maffesoli (2004) quando diz que as pessoas não observam somente os assuntos na mídia, mas querem ser vistos por ela, participar dela.



Esta tendência fica clara no corpus analisado do *globoesporte.com*. A princípio, um número talvez pouco significativo, 7,5% das matérias não abordam fatos sobre esportes. Porém, das vinte e uma matérias tratando sobre a vida pessoal de um atleta, como celebridades, e até fatos policiais, receberam destaque como principais quase que a mesma proporção das secundárias. Isto demonstra que o espaço destinado a outros assuntos é adotado como estratégia de marketing pelo portal, que certamente monitora o interesse dos seus usuários para esse tipo de assunto.

Assim, pode-se concluir que o jornalismo especializado, juntamente com o “jornalismo soft” e de mercado, acaba por ampliar a essência do jornalismo esportivo. Com isso, a cobertura esportiva passa a ir além do esporte, apelando para temas que satisfaçam um público cada vez maior e mais exigente. O entretenimento se torna um grande aliado do jornalismo esportivo, além de matérias que envolvam os atletas, principalmente fora das competições. O processo de massificação do esporte, conseqüentemente, acarreta uma mudança, ainda que pequena, mas perceptível, na área jornalística especializada.

## 6. REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. *O jornalismo especializado na sociedade da informação*. 2005. In: **BOCC – Biblioteca on-line de ciências da comunicação** Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 18 abr 2011.

*APÓS suspense, Ronaldo revela: Bono é mais um no 'bando de loucos'*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2011/04/apos-suspense-ronaldo-revela-bono-e-mais-um-no-bando-de-loucos.html>. Acesso em: 14 abr 2011.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação na Contemporaneidade). Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, Disponível em: [http://www.casperlibero.edu.br/rep\\_arquivos/2009/12/2/1259775426.pdf](http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2009/12/2/1259775426.pdf). Acesso em: 18 abr 2011.

BORELLI, Viviane. *O esporte como uma construção específica no campo jornalístico*. In: **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador/Bahia, 2002. Disponível em: [http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19083/1/2002\\_NP18BORELLI.pdf](http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19083/1/2002_NP18BORELLI.pdf). Acesso em: 18 abr 2011.



CANÔNICO, Leandro. *Ao lado de Lionel e Henry, Marlos sonha construir abrigo para cães*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/sao-paulo/noticia/2011/04/ao-lado-de-lionel-e-henry-marlos-sonha-construir-abrigo-para-caes.html>. Acesso em: 12 abr 2011.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009. (Coleção Comunicação)

JÚNIOR, Jair. *Na ABL, Ronaldinho rejeita o rótulo de doutor, mas manda sua letra*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/flamengo/noticia/2011/04/na-abl-ronaldinho-rejeita-o-rotulo-de-doutor-e-manda-sua-letra.html>. Acesso em: 11 abr 2011.

MAFFESOLI, Michel. *A Comunicação sem fim*. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (Orgs.). **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 20-32.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo** – Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro. 3.ed. Campos do Jordão : Ed. Mantiqueira, 2003.

MIGUEL, Fernando Martins Y. *Top 5: artista nos campos e nas telas, Roger lista as melhores novelas*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2011/04/top-5-artista-nos-campos-e-nas-telas-roger-lista-melhores-novelas.html>. Acesso em: 11 abr 2011.

SILVA, Verônica Lima Nogueira da. **Jornalismo esportivo ou entretenimento: Discussão sobre a possibilidade de uma cobertura crítica**. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Brasília. Brasília. Disponível em: [http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde\\_arquivos/39/TDE-2010-09-10T102939Z-5032/Publico/2009\\_VeronicaLimaNdaSilva.pdf](http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_arquivos/39/TDE-2010-09-10T102939Z-5032/Publico/2009_VeronicaLimaNdaSilva.pdf). Acesso em: 18 abr 2011.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

*RESIDÊNCIA do irmão de Messi é alvo de disparos. Mãe do craque estaria na casa*. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-argentino/noticia/2011/04/residencia-de-irmao-de-messi-e-alvo-de-disparos-mae-do-craque-estaria-na-casa.html>. Acesso em: 11 abr 2011.