

A COBERTURA JORNALÍSTICA DAS COPAS DE 2019 NO GLOBOESPORTE.COM¹

Vinicius Augusto do Nascimento Monteiro,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Breno Brey D'auria,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Lucas Barbosa da Silva,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Otávio Bonjiovane Lourenço,
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Silvan Menezes dos Santos,
Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

RESUMO

O presente estudo visou analisar a cobertura jornalística do grupo Globo sobre as seleções brasileiras na Copa do mundo de futebol feminino e a Copa américa de futebol masculino, ambas realizadas no ano de 2019, em períodos concomitantes. Desenvolvemos um estudo de análise de produto midiático, com abordagem quanti-qualitativa dos dados. Como ferramenta analítica das notícias, utilizamos a teoria do enquadramento, subsidiada pelo modelo analítico dos 5 E's do esporte. A análise midiática realizada dos constructos noticiosos perpassa por pontos como a data de veiculação, autoria, sexo dos autores e autoras, fonte de entrevista das notícias e o sexo dessas fontes. Os resultados reforçam a ideia de que o cenário é tendencioso a dedicar mais espaço jornalístico ao futebol masculino.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol de mulheres; Enquadramento midiático; Copa do Mundo de futebol feminino.

INTRODUÇÃO

É conhecida a tendência de dedicação de espaço jornalístico, por parte das Organizações Globo, de acordo com a detenção ou não dos direitos comerciais de transmitir o produto esportivo em questão (PIRES; LISBOA, 2015). Além disso, também é sabido no

¹ O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

Brasil a histórica desigualdade, entre homens e mulheres, no espaço esportivo e midiático que se dedica para eles em detrimento delas.

Diante das questões anteriormente apontadas, o objetivo do presente estudo foi compreender como as Organizações Globo construíram a narrativa jornalística sobre as seleções brasileiras em seu portal de notícias, o Globoesporte.com, sendo detentora dos direitos de transmissão para a televisão aberta tanto da Copa do Mundo FIFA de futebol feminino, como da Copa América Conmebol de futebol masculino, ambas realizadas no ano de 2019.

DESENVOLVIMENTO

Desenvolvemos um estudo de análise de produto midiático, com abordagem quanti-qualitativa dos dados. Recolhemos as notícias publicadas no portal Globoesporte.com, uma semana antes de cada uma das Copas, durante a realização de ambas e uma semana após o encerramento delas.

Como ferramenta analítica das notícias, utilizamos a teoria do enquadramento, subsidiada pelo “modelo analítico dos 5 E’s do esporte” (MARCHI JUNIOR, 2015). Para Mendonça e Simões (2012), os enquadramentos midiáticos funcionam como “molduras balizadoras de sentidos”.

Para Marchi Junior (2015), o fenômeno esportivo se constitui na atualidade de maneira complexa, podendo ser explicado a partir das dimensões da Ética, da Estética, do Espetáculo, da Emoção e, por fim, da Educação, que engloba todas as anteriores. Neste trabalho consideramos as quatro primeiras e a elas adicionamos a dimensão do que denominamos como esportividade. Em consonância com a definição do autor, consideramos o enquadramento das notícias e das entrevistas da seguinte forma:

- Ética: notícias que englobassem a arbitragem, o VAR, fair play, doping, questões de gênero.
- Estética: notícias sobre saúde, lesões e preparo físico de atletas.
- Espetáculo: noticiário que envolvesse questões econômicas, mercadológicas, burocráticas, midiáticas ou publicitárias do esporte.
- Emoção: matérias jornalísticas sobre torcedores, envolvimento das torcidas e relatos dos jogadores e jogadoras acerca da experiência esportiva.

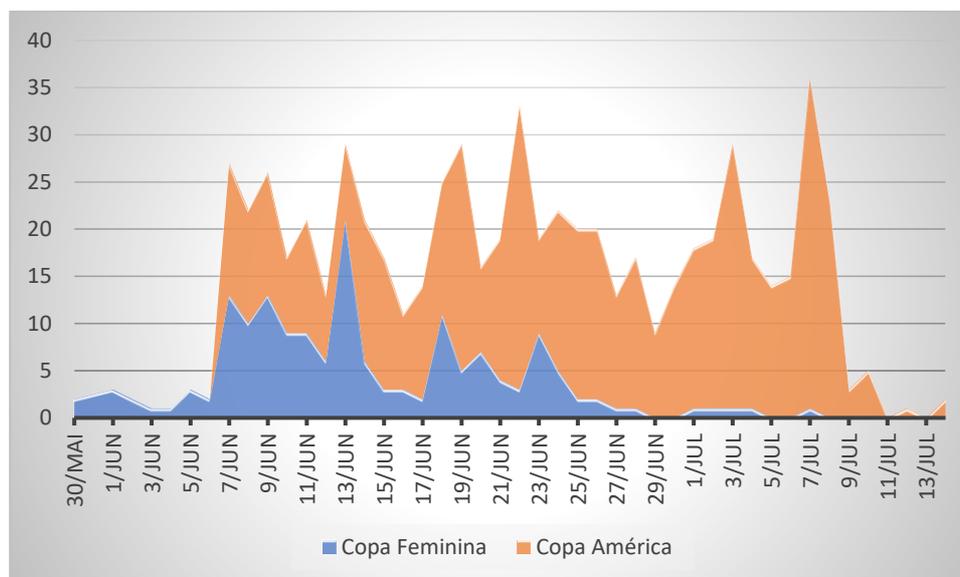


- Esportividade: reportagens que falassem do jogo propriamente dito e de questões atléticas, como treinamento, técnica, tática, estratégia.

ACHADOS DA PESQUISA

Conforme o gráfico 1, sobre a seleção brasileira masculina durante os 38 dias de recolhimento de dados, mapeamos 506 notícias publicadas com média de 13,31 publicações diárias. Por outro lado, sobre a seleção feminina durante os 45 dias de coleta, identificamos 164 notícias com média de 3,64 por dia.

Gráfico 1. Cobertura jornalística diária da Copa América de Futebol Masculino e da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019 no portal Globoesporte.com



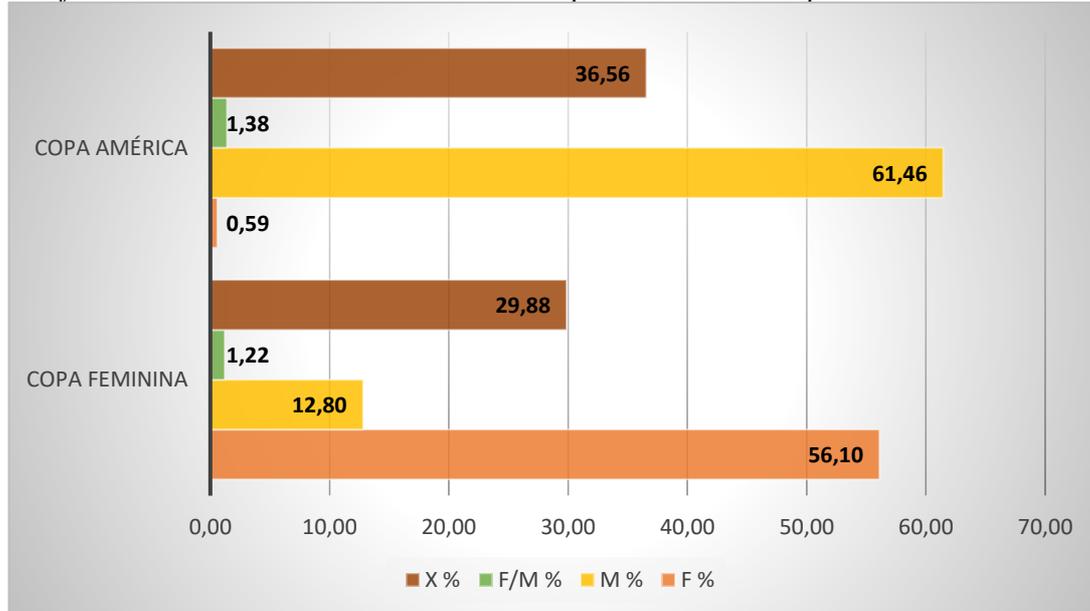
Fonte: Elaborada pelos próprios autores.

Ao considerarmos as participações das duas seleções nas suas respectivas Copas e recontarmos a produção noticiosa sobre elas até o encerramento das suas participações nas competições, ainda assim encontramos uma diferença abrupta de espaço jornalístico. Até o dia 23 de junho de 2019, dia da eliminação das brasileiras nas oitavas-de-final para a seleção francesa, encontramos 148 publicações, que contabilizam média de 6,16 notícias por dia. Mesmo assim evidencia-se a distinção de espaço e atenção jornalística dedicada pelo Globoesporte.com entre as duas seleções. Quando comparadas as coberturas, vemos que as mulheres não tiveram metade do espaço que os homens obtiveram no portal.



Referente ao sexo dos produtores e produtoras das notícias, identificamos que na Copa do Mundo Feminina as mulheres ocuparam maior parte da cobertura, com 56,71%. Na Copa América, 61,46% das notícias foram elaboradas por homens, conforme gráfico 2.

Gráfico 2. Sexo dos autores das notícias da Copa América e da Copa do Mundo Feminina.



Fonte: Elaborada pelos próprios autores.

Importa destacar no Gráfico 2, que apesar da proporcionalidade da participação de jornalistas do mesmo sexo referente às respectivas competições, ou seja, predominância de mulheres na Copa Feminina e de homens na Copa Masculina, a mesma regra não se aplicou de modo oposto. No campeonato delas, o portal globoesporte.com veiculou 12,8% de notícias assinadas por homens. Pelo outro lado, na disputa deles, a cobertura contou com 0,59% de constructos noticiosos de autoria de mulheres.

O tamanho da equipe de jornalistas dedicados à cobertura das Copas e a proporção de participação desses profissionais na produção de notícias sobre ambas as seleções também são indicativos da subvalorização das mulheres no portal Globoesporte.com. Na Copa América o portal contou com 60 repórteres assinando as notícias e na Copa do Mundo Feminina foram 35 os autores e autoras identificadas, ou seja, praticamente metade da equipe.

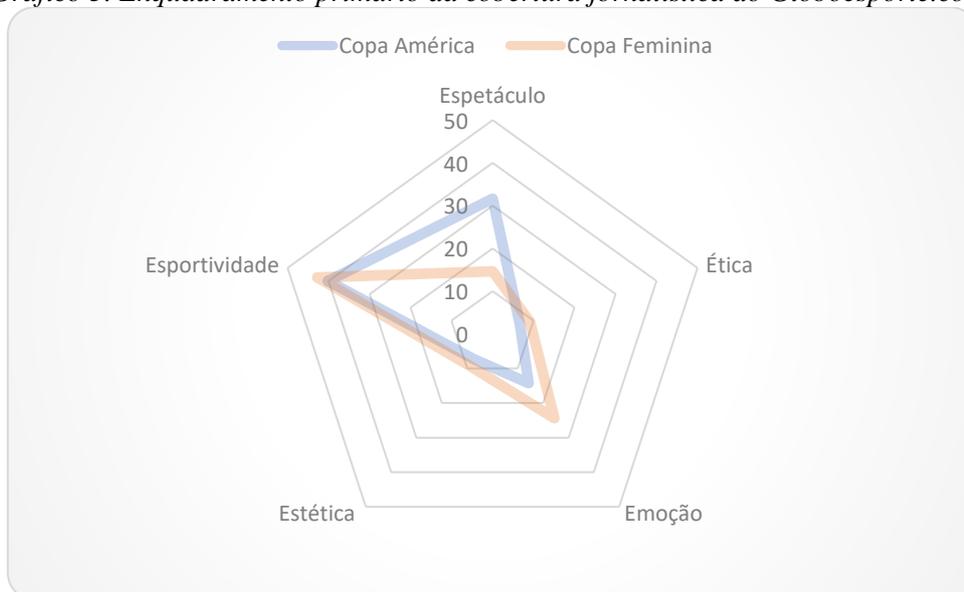
Na competição masculina, observamos 38,1% das notícias assinadas por redações do Grupo Globo. Outros dois jornalistas participaram da produção de aproximadamente 32% das

publicações cada um e os demais 58 profissionais produziram entre 4,74% e 0,19% da cobertura do portal na Copa América, colaborando com cerca de 30% do total.

Por outro lado, na competição das mulheres, identificamos 29,2% da produção noticiosa advinda de redações do conglomerado de mídia. Solitariamente, uma jornalista participou de 45,1% da cobertura, enquanto 34 diferentes jornalistas contribuíram com proporções entre 5,5 e 0,6% das notícias publicadas sobre a seleção brasileira feminina, contabilizando cerca de 26% do total.

Sobre os tipos de enquadramento midiático-esportivo, observamos no gráfico 3 a tendência do portal em enquadrar a Copa América mais nas dimensões da esportividade (40,1%) e do espetáculo (31,6%). Com relação à Copa Feminina, a primeira dimensão de enquadre seguiu como na competição masculina (esportividade com 42%), mas diferentemente vemos na sequência a dimensão da emoção (24,4%) como segundo maior foco da cobertura.

Gráfico 3. Enquadramento primário da cobertura jornalística do Globoesporte.com.

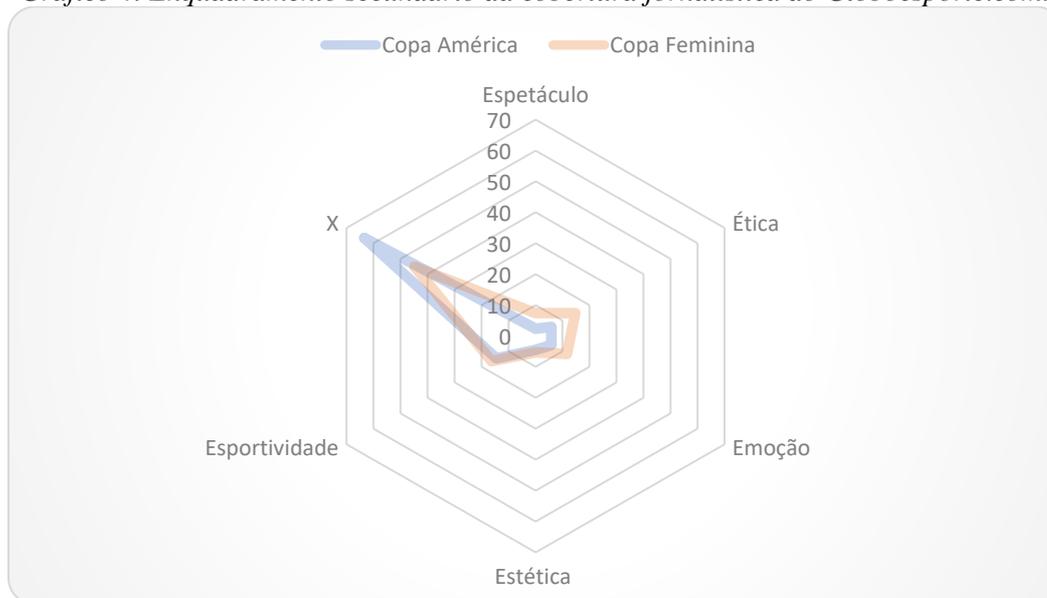


Fonte: Elaborada pelos próprios autores.

Destacamos, diante desses dados, que não houve, ao menos proporcionalmente, uma diminuição esportiva das mulheres no conjunto da cobertura jornalística do Globoesporte.com. Paralelamente a isso, ressaltamos o enfoque maior à dimensão emocional do esporte na produção noticiosa sobre elas durante a competição.

No gráfico 4 a seguir, visualizamos que a cobertura de ambas as Copas ocorreu, tendencialmente, com enquadramentos noticiosos isolados. Vemos que 63,4% das notícias da Copa América e 44,7% da Copa Feminina não possuíam elementos secundários na composição das notícias.

Gráfico 4. Enquadramento secundário da cobertura jornalística do Globoesporte.com.

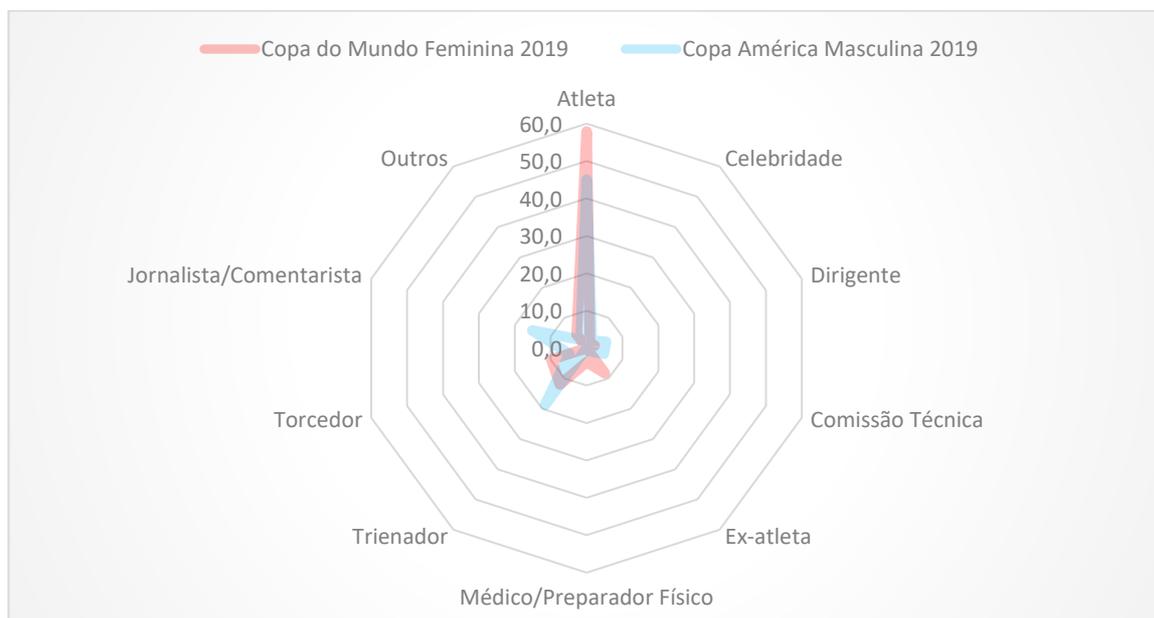


Fonte: Elaborada pelos próprios autores.

Destaca-se, no entanto, a leve preponderância da dimensão ética como elemento secundário na cobertura da competição feminina. Isso se deve à presença das questões de gênero e da luta das mulheres por igualdade em 14,7% dos constructos noticiosos veiculados naquele contexto. Todavia, visto que aquela seria uma ambiência propícia para o levantamento e veiculação de informações sobre a temática, podemos apontar um indício de silenciamento da pauta na cobertura do portal.

Quanto às fontes das entrevistas, a cobertura das copas analisadas (Feminina e América) concentrou a maioria de suas fontes nos(as) atletas (59,23% e 45,01%, respectivamente), conforme revela o Gráfico 5. Os jornalistas/comentaristas são o número com maior divergência entre as copas. Enquanto na Copa América, a categoria representa 15,10% dos entrevistados, na Copa do Mundo o total é de apenas 2,3%.

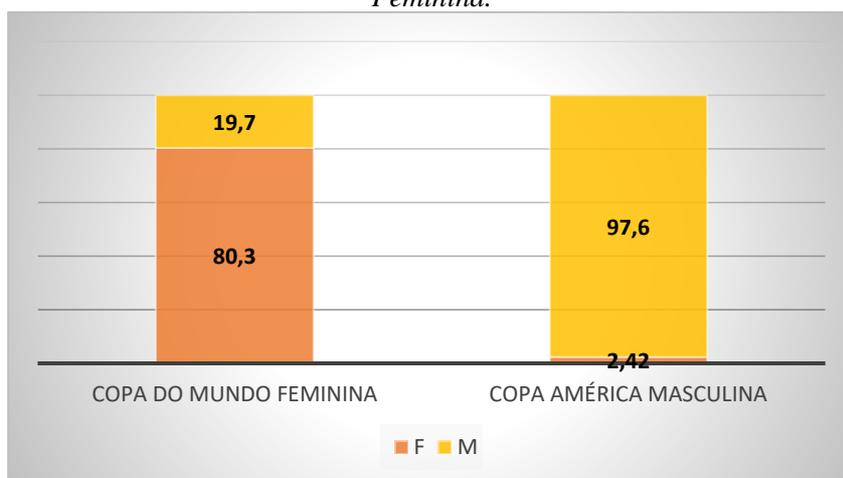
Gráfico 5. Fonte das entrevistas das notícias da cobertura jornalística do Globoesporte.com.



Fonte: Elaborada pelos próprios autores.

Com relação ao sexo das fontes das notícias, conforme o Gráfico 6 a seguir, vemos que a presença das mulheres como entrevistadas na Copa América é praticamente inexistente. Por outro lado, observamos que os homens ainda ocuparam cerca de 20% do espaço das entrevistas veiculadas na cobertura da Copa Feminina.

Gráfico 6. Sexo das fontes das entrevistas nas notícias da Copa América e da Copa do Mundo Feminina.



Fonte: Elaborada pelos próprios autores.

Percebe-se que não há abertura para a fala das mulheres sobre o futebol praticado por eles. Todavia, vemos que a mídia em questão reproduz a ideia de que eles estão habilitados



para falar, comentar e analisar o futebol delas. Este dado configura, por sua vez, mais um elemento distintivo de como a mídia contribui fortemente com o imaginário social de que os autorizados a falar sobre futebol são majoritariamente os homens, seja o praticado por eles ou jogado por elas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Temos indícios de que o investimento midiático do Grupo Globo no futebol das mulheres, comprando os direitos de transmissão para Copa do Mundo de futebol feminino, não significou aumento do espaço jornalístico em seu portal de notícias. Neste ínterim, observamos que mesmo a Copa Feminina sendo um espaço propício para a circulação de informações sobre as questões de gênero e a luta das mulheres no esporte, esta foi uma dimensão do esporte secundarizada pela cobertura do portal.

Chamamos atenção, por fim, ao risco de o time de mulheres da seleção brasileira se transformar em uma relevante peça de entretenimento para a indústria midiática brasileira. Contudo, dessa forma elas podem acabar não sendo compreendidas como fenômeno de interesse público, que carece, portanto, de atenção e espaço jornalístico para a veiculação e circulação de informação.

THE NEWSPAPER COVERAGE OF THE 2019 CUPS ON GLOBESPORTE.COM

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the news coverage of the Globo group on the Brazilian teams in the women's soccer World Cup and the Men's Soccer America Cup, both held in 2019, in concurrent periods. We developed a media product analysis study, with a quali-quantitative approach to data. We used the framing theory as an analytical tool for the news, subsidized by the analytical model of the 5 E's of sport. The media analysis carried out on the news constructs goes through points such as the broadcast date, authorship, sex of the authors, source of the news interview and the sex of these sources. The results reinforce the idea that the scenario is biased towards dedicating more journalistic space to men's football.

KEYWORDS: *Women's soccer; Media framework; Women's Soccer World Cup.*

LA COBERTURA PERIÓDICA DE LAS COPAS DE 2019 EN GLOBOESPORTE.COM



CONBRACE
CONICE 2021
DE 12/09 A 17/12

Educação Física e
Ciências do Esporte
no tempo presente:

Defender Vidas,
Afirmar as Ciências

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la cobertura informativa del grupo Globo sobre las selecciones brasileñas en el Mundial de fútbol femenino y la Copa América de fútbol masculina, ambas realizadas en 2019, en periodos concurrentes. Desarrollamos un estudio de análisis de productos mediáticos, con un enfoque cuantitativo y cualitativo de los datos. Como herramienta analítica de las noticias, utilizamos la teoría del encuadre, subvencionada por el modelo analítico de las 5 E's del deporte. El análisis mediático realizado sobre los constructos informativos pasa por puntos como la fecha de emisión, la autoría, el sexo de los autores y autoras, la fuente de la entrevista informativa y el sexo de estas fuentes. Los resultados refuerzan la idea de que el escenario está sesgado a dedicar más espacio periodístico al fútbol masculino.

PALABRAS CLAVES: Fútbol de mujeres; Encuadre de medios; Copa Mundial de Fútbol Femenino.

REFERÊNCIAS

MARCHI JUNIOR, W. O esporte “em cena”: perspectivas históricas e interpretações conceituais para a construção de um modelo analítico. *The Journal of the Latin American Socio-cultural Studies of Sport*, v. 5, n. 1, p. 46–67, 2015.

MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 27, n. 79, p. 187–235, 2012.

PIRES, G. D. L.; LISBÔA, M. M. *Quem será “mais Brasil” em Londres/2012?: enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos*. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015.

