

## Esportes eletrônicos: mapeamento da cobertura midiática feita por *podcasts* na plataforma de *streaming Spotify*

Ayllana da Cunha FERREIRA<sup>1</sup>

Ariane Barbosa LEMOS<sup>2</sup>

GT 3 – Convergência e Plataformas Digitais

### RESUMO

O trabalho estuda a cobertura midiática dos esportes eletrônicos no Brasil e realiza um mapeamento na plataforma de *streaming* de áudio *Spotify*. Durante o mês de setembro de 2020, foram feitas buscas de *podcasts* sobre *eSports*, na categoria de jogos, a fim de mapear o perfil das produções focadas na temática. Ao todo, foram identificados e analisados 24 programas. O estudo aponta que a cobertura dos esportes eletrônicos é plural e abrangente e demonstra que o emprego de técnicas jornalísticas pode oferecer mais credibilidade e profissionalismo às produções.

**Palavras-chave:** Esportes Eletrônicos. Cobertura Jornalística. *Podcasts*.

### INTRODUÇÃO

Na publicação *Homo Ludens*, Huizinga (1980) analisa o jogo como parte da cultura. O historiador aponta que a modalidade é uma forma de a sociedade exprimir sua interpretação da vida e do mundo, identificando-o como um elemento social alimentado por várias particularidades do coletivo (HUIZINGA, 1980). A compreensão sobre os jogos e a sua relação com a sociedade também são discutidas por Bernardo (2016). O autor parte da noção de *Homo Ludus* de Huizinga e assinala o surgimento da cultura como parte do universo lúdico da vida social, ao mesmo tempo em que aponta a emergência dos jogos como uma manifestação da cultura. Ou seja, para o autor, não é possível separar os jogos, incluindo os eletrônicos, das relações sociais e da formação cultural e identitária da população.

Segundo Lima e Mota (2019), a cultura *gamer* é vista como a manifestação de um conjunto de relações sociais, políticas, econômicas, entre outras, que envolvem os *games* enquanto modalidade competitiva. Nessa mesma linha, Bernardo (2016) indica a lógica do capitalismo como agente de transformação dos jogadores digitais, que jogam

---

<sup>1</sup> Graduanda em Jornalismo, UEMG Divinópolis, [ayllanaferreira@gmail.com](mailto:ayllanaferreira@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutora em Ciência da Informação, UEMG Divinópolis, [prof.arianelemos@gmail.com](mailto:prof.arianelemos@gmail.com)



de forma *online*, em profissionais, criando um universo a partir da competição de videogame. O autor afirma que:

O eSport pertence também ao universo do jogo. E embora seja construído como videogame, em uma mídia digital com alto poder de imersão, não é apenas isso. O eSport é carregado pelo universo simbólico e narrativo do esporte, com rituais, profissionalização e a corrupção do universo lúdico. No entanto, também não é apenas esporte. É uma simbiose entre o esporte e o videogame, que cria uma terceira atividade, também com raízes lúdicas, mas que conta com uma série de peculiaridades. (BERNARDO, 2016, p. 43).

Apesar de sua forte relação com o esporte, a cobertura midiática dos *eSports*, como os esportes eletrônicos são conhecidos, também se alinha à editoria de cultura, sobretudo devido à aproximação do tema à espetacularização da notícia. Percebendo potencial em atrair um perfil de telespectador que não fazia parte da sua audiência – o jovem moderno aliado da tecnologia que gasta a maior parte do seu tempo consumindo conteúdos disponíveis nas redes sociais e não na televisão –, emissoras e canais buscam aproveitar do momento de ascensão dos esportes eletrônicos para inserir a temática na grade de programação, ora alinhada ao jornalismo esportivo ora ao jornalismo cultural. Isso porque “[...] as empresas enxergaram o potencial do mercado de games e apostaram nele como forma de se conectar com as novas gerações.” (CAMPOS; FRANGE, 2016, p. 62-63).

As estratégias adotadas foram diversas: desde a criação de abas em seus portais de notícia e produção de *podcast*, até o desenvolvimento de vídeos para canal personalizado no *YouTube*, plataforma de compartilhamento de vídeos. A mídia alternativa também se apresenta como protagonista desta cobertura, segundo Ioscote (2018), o *YouTube* permanece sendo o principal veículo no qual a audiência dos esportes eletrônicos consome conteúdo e se sente informada.

Para entender um pouco mais sobre essa relação, jornalismo e entretenimento, é importante retornar aos primeiros anos de destaque dos esportes eletrônicos, a partir dos anos 2000, quando o crescimento se tornou exponencial e as pessoas começaram a buscar conteúdo sobre a temática (FIA, 2018). No início, a modalidade competitiva ainda era vista como “joguinho de criança”, não houve acolhimento imediato pelos outros setores da economia, nem pela mídia tradicional, como explicam Kurtz e Torrealba (2018). Por conseguinte, canais não jornalísticos se apropriaram do discurso



jornalístico para produzir conteúdo especializado e informar públicos de interesse. Além deles, redes de entretenimento criaram estruturas próprias para transmitir campeonatos e programas de entretenimento.

Nesses termos, este trabalho realiza um levantamento contextualizado na cobertura de mídia sobre os esportes eletrônicos. Alinhando ao engajamento da mídia alternativa, o estudo delimita-se no contexto digital e, especialmente, o formato de *podcast*. A pesquisa se justifica na contribuição para a literatura da área e no auxílio à compreensão da temática, posto que busca caracterizar a cobertura dos esportes eletrônicos.

## **METODOLOGIA**

Optou-se pela metodologia de mapeamento dos *podcasts* que abordam a temática de jogos eletrônicos, tendo como campo de pesquisa um dos principais agregadores de conteúdo consumidos no Brasil, a plataforma *Spotify*. Os dados coletados consideraram os *podcasts* que se dedicam à cobertura do *eSports*, parcial ou integralmente, com o propósito de identificar e mapear as características do jornalismo esportivo e/ou cultural presentes nas respectivas coberturas. O principal método de coleta de dados adotado foi a análise de informações secundárias. Gums et al. (2019) citando Gil (2008) explicam que o levantamento de dados é uma metodologia ideal para a compreensão de um fato, já que permite uma visão geral de todos os seus cenários a partir de uma pesquisa exploratória.

## **DISCUSSÕES/RESULTADOS**

A coleta de dados neste estudo considerou a plataforma de *streaming Spotify*. Durante o mês de setembro de 2020, foram realizadas buscas de forma a identificar programas que abordassem a temática dos esportes eletrônicos. O levantamento considerou os resultados de pesquisas com as palavras-chaves *eSports* e esportes eletrônicos, nas categorias videogame, jogos e RPG do *Spotify*. Na sequência, procedeu-se com a leitura dos descritivos dos programas identificados e de seus episódios. Não foram considerados os *podcasts* desprovidos de texto de apresentação.

Todos os programas com a expressão “esportes eletrônicos” e suas variáveis tiveram, pelo menos, um episódio ouvido para o levantamento. Ao todo, foram mapeados 24 programas. A análise identificou sete tipos de unidades noticiosas: resumo



da semana, com os principais acontecimentos no período; notícias; debates; entrevistas; cobertura de campeonatos; e opiniões. Nas editorias, observaram-se conteúdos nas áreas de tecnologia, mídia e *games*; esportes; cultura; diversão e entretenimento, além da categoria de negócios e marketing. Já no quesito enfoque, foram encontradas quatro modalidades relacionadas ao jornalismo e entretenimento: notícia (exclusivamente informativo); entretenimento (curiosidades); de notícia e entretenimento; e lazer (conteúdos aleatórios feito por fãs, para fãs).

Na plataforma, não foram identificadas informações que permitissem apontar, com precisão, a periodicidade de veiculação dos episódios inéditos. Também não permite afirmar se todos os 24 programas continuam ativos. As exceções são *podcasts* vinculados a outros veículos de comunicação (*Omelete*, *ESPN*, *LoL eSports BR*/canal de notícias do jogo *League of Legends*), *Meio&Mensagem*, *Mais Esportes*, *Jovem Nerd e Globo Esporte*) e/ou feitos por profissionais com carreiras já consolidadas. Cita-se o exemplo o *Podcaster*, assinado pelo renomado apresentador do Campeonato Brasileiro de *League of Legends*, Tácio Schaeppi. O programa, relacionado à editoria de cultura e em formato de entrevistas, é veiculado às quintas-feiras, desde 2018, sendo divulgado, também, no *Twitter*.

Da análise feita, é possível afirmar que apenas três dos programas mapeados são apresentados e/ou produzidos por mais de três pessoas; outros nove deles são apresentados somente por uma pessoa. Todos os programas estão conectados a, no mínimo, uma grande rede-social para divulgação dos episódios, embora uma minoria divulgue quais são os endereços de acesso.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O levantamento se mostrou desafiador. Primeiro, pela falta de informação disponibilizadas e parâmetros técnicos para o cadastro de *podcasts* exigidos pela própria plataforma. Nem todos os *podcasts* possuíam descrição, já que não é um item obrigatório. Muitos foram categorizados de forma incorreta ou indevida – em categorias sem relação com a temática – não forma relacionados a qualquer categoria. Além disso, houve programas cujo descritivo não o relacionava com a temática, adotando um tom jocoso e limitador para a compreensão de seu próprio conteúdo. A análise dos dados permite considerar, ainda, a necessidade de ampliar e aprofundar pesquisas em todos os



*podcasts* do *Spotify* e em outras plataformas de *streaming* para tornar a proposta de mapeamento mais completa e precisa.

Apesar de tais limitações, foi possível chegar às seguintes inferências: (a) no universo dos *podcasts*, falta certo rigor metodológico para a sua profissionalização; (b) é necessário o emprego de técnicas jornalísticas para trazer credibilidade ao conteúdo produzido; e (c) assim como ocorre com outros segmentos, é preciso responsabilidade e técnicas eficientes para melhor reconhecimento e valorização do produto (*podcasts* sobre o tema).

Pode-se dizer que os esportes eletrônicos não são apenas sobre cultura, tecnologia e esportes. Na verdade, é um segmento novo, com características que se inspiram nessas editorias, em contraponto, possuem nuances próprias, que precisam ser analisadas individualmente. O estudo aponta que o universo dos esportes eletrônicos é plural e abrangente. Portanto, para qualquer estudo posterior, é indispensável considerar a pluralidade que molda e norteia toda a sua cobertura, seja ela jornalística ou não.

## REFERÊNCIAS

BERNARDO, Kaluan Boranini. **E-Sports**: um estudo de caso sobre como a relação entre esporte e videogame se dá na sociedade capitalista contemporânea. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2016.

CAMPOS, Anderson Gurgel; FRANGE, Marcelo Bechara. Jornalismo no mundo dos e-sports: reflexões sobre os desafios para a cobertura dos esportes eletrônicos na prática jornalística. **Revista Comunicare**. São Paulo, 2017.

FIA – FUNDAÇÃO E INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO. eSports (Esportes Eletrônicos): O que é, História e Games. **FIA**, São Paulo, 17 dez. 2018. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/esports/>. Acesso em: 23 jun. 2020.

GUMS, Elyson et al. Pesquisa exploratória de podcasts brasileiros voltados à Divulgação Científica. In: XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2019, Porto Alegre. **Anais [...]** Porto Alegre: Intercom, 2019.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1980.

IOSCOTE, Fabia. Mídia e e-Sports: o contexto midiático e a representação dos jogadores de esportes eletrônicos. In: **XVII SBGames**, 2018, Foz do Iguaçu. Foz do Iguaçu: SBGames 2018, 2018.





**V Simpósio de Discursividades Midiáticas - Frutal - MG - 23 a 26/11/2020**  
**LabDim - Laboratório de Discursividades Midiáticas e Práticas Socioculturais**

KURTZ, Adriana Schryver; TORREALBA, Alex Bruno Dudschig. Os e-sports com uma nova alternativa para o jornalismo esportivo. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2018, Cascavel. **Anais [...]** Cascavel: Intercom, 2018.

LIMA, Luísa Guimarães; MOTA, Guilherme. Jornalismo Esportivo no âmbito dos E-sports: uma análise da cobertura jornalística da sua possível inserção nos jogos olímpicos. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2019, Goiânia. **Anais [...]** Goiânia: Intercom, 2019.