



## **Podolski é Brasileiro: Enquadramento do Globoesporte.com à estadia do Jogador Lukas Podolski , durante a Copa Do Mundo, no Brasil <sup>1</sup>**

Juciane de Jesus ALEIXO<sup>2</sup>  
Carla Conceição da Silva PAIVA<sup>3</sup>  
Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

### **RESUMO**

Propomos, neste artigo, analisar as matérias do portal Globoesporte.com sobre a estadia do jogador alemão Lukas Podolski, no Brasil, durante a Copa do Mundo de dois mil e quatorze. Através da teoria do enquadramento, foi possível verificar os processos de seleção, exclusão e ênfase na produção das notícias, relacionadas ao atacante da seleção da Alemanha, veiculadas entre os meses de junho e julho. A análise mostra que o veículo jornalístico privilegiou as postagens do jogador em suas redes sociais, em detrimento de assuntos relacionados diretamente ao futebol, e enfatizou a proximidade do jogador com a cultura do país. Além, de destacar características de Podolski, geralmente associadas ao povo brasileiro, como alegria e simpatia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Esportivo; Enquadramento; Globoesporte.com; Copa do Mundo; Podolski.

### **INTRODUÇÃO**

O esporte é uma atividade que mexe com a emoção das pessoas, principalmente o futebol que possui torcedores apaixonados sempre querendo saber sobre os últimos acontecimentos de seu time do coração. Qual o próximo adversário? Quais jogadores serão contratados para a próxima temporada? O técnico sai ou continua? Qual o desempenho do time nos campeonatos? São questões que o jornalismo esportivo procura elucidar para manter o público informado sobre o que acontece no meio futebolístico.

O futebol começou a ser praticado no Brasil nas primeiras décadas do século XX, sendo alvo de desconfiança por partes de críticos como Graciliano Ramos, que chegou a afirmar que “Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho” (COELHO, 2003, p. 7). O escritor não podia imaginar

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Comunicação Social Jornalismo em Multimeios da UNEB, email: jualeixo06@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social Jornalismo em Multimeios da UNEB, email: ccspaiva@gmail.com



que a atividade se tornaria o esporte mais popular do país e ganharia destaque nos veículos jornalísticos.

A popularização do futebol iniciou nos anos de 1920, e quando o público começou a se interessar pelo assunto, esse esporte passou a ganhar mais espaço na mídia, e, conseqüentemente, o jornalismo esportivo foi se desenvolvendo. Assim, essa especialidade jornalística, desde o seu surgimento no Brasil, esteve fortemente ligada ao futebol e, apesar de outros esportes serem apresentados nos meios de comunicação, é ele que recebe mais destaque, ainda mais em ano de Copa do Mundo, em que a maioria dos veículos de comunicação do país dedica grande parte da grade de programação à cobertura do evento.

Além das transmissões ao vivo dos jogos, feitas pelos canais detentores dos direitos de transmitir a copa, os programas esportivos falam quase que exclusivamente sobre o campeonato e as seleções participantes. Os portais da Internet também, a todo o momento, trazem notícias sobre os jogos e os atletas. Eles mostram o desempenho dos jogadores em campo, bem como também trazem aspectos pessoais e o que os atletas fazem quando não estão concentrados com suas seleções.

Por noticiar a vida pessoal dos jogadores, o jornalismo esportivo recebe críticas de estudiosos da área, que consideram que a mídia esportiva está cada vez mais voltada ao entretenimento, deixando a informação em segundo plano.

Partindo das considerações anteriores, propomos neste trabalho analisar, a partir da Teoria do Enquadramento, as matérias do portal “Globoesporte.com” sobre a estadia do jogador da seleção alemã Lukas Podolski, no Brasil, durante a Copa do Mundo de 2014, fazendo uma reflexão sobre como o entretenimento está presente nas coberturas esportivas e como os meios de comunicação enfocam a vida dos jogadores fora do campo.

## **JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL: ASPECTOS HISTÓRICOS**

As primeiras abordagens dos esportes nos jornais do Brasil ocorreram no início do século XX e recebiam pouco destaque, pois nesse período, não era dada muita importância aos acontecimentos esportivos. Nem o esporte mais popular do país na época, o remo, tinha espaço nas páginas dos periódicos, sendo, portanto a cobertura esportiva praticamente inexistente nos veículos de informação. Segundo Coelho (2003), as primeiras coberturas esportivas eram feitas com simples comentários sem trazer



detalhes sobre as competições, já que os esportes, de maneira geral, não eram vistos como um acontecimento que merecesse virar notícia.

O primeiro jornal a noticiar os esportes enquanto competição foi o *Fanfulha*, que escrevia para italianos residentes em São Paulo, nos anos de 1910. De acordo com Bretones (2010), o periódico tinha páginas de divulgações esportivas e atingia um público grande. Em uma dessas páginas o jornal trouxe um aviso convidando estrangeiros a fundar um clube de futebol no Brasil e foi a partir desse aviso que foi fundado o *Palestra Itália*, que, mais tarde, se tornou o *Palmeiras*, um dos times mais conhecidos no país. Depois o *Fanfulha* passou a ampliar as publicações sobre futebol, trazendo relatos que ocupavam a página inteira do jornal e informações sobre os jogos de clubes italianos.

Essas primeiras publicações não podem ser consideradas como o jornalismo esportivo contemporâneo, mas elas foram muito importantes para o desenvolvimento do mesmo, pois fez registros históricos que servem como base para pesquisas (COELHO, 2003). O mesmo autor afirma que “não fossem aqueles relatos ninguém jamais saberia, por exemplo, quando e qual foi o primeiro jogo do velho *Palestra*. Nem do velho *Corinthians*, nem do *Santos*, nem que o futebol do *Flamengo* só nasceu em 1911, apesar de o clube ter sido fundado para a prática do remo 16 anos antes.” (p. 8)

Com o passar do tempo, os esportes foram conquistando mais espaço nas páginas dos jornais, principalmente, com o crescimento do futebol, que, na década de 1920, começou a se popularizar no país. Como reflexo disso, no início da década de 1930, é lançado o *Jornal dos Sports*, primeiro diário voltado, exclusivamente, para esportes. (BRETONES, 2010)

Na década de 1950, o jornalismo esportivo ganhou aspectos narrativos do romance e da dramaturgia com as crônicas de Nelson Rodrigues e Mário Filho. O sucesso de suas narrativas foram tão grandes que, a partir delas, os clássicos cariocas ganharam denominações como “*Fla-Flu*”, “*Clássico Vovô*” e “*Clássico dos milhões*”. Nessa época, também, os jogadores passaram a ser vistos como ídolos. Era o começo da reverência aos atletas, como afirma Coelho (2003), “A dramaticidade servia para aumentar a idolatria em relação a este ou àquele jogador. Seres mortais alçados da noite para o dia à condição de semideuses” (pg. 17-18).

No começo dos anos 1990, surgem os canais especializados em esporte na TV fechada, levando o jornalismo esportivo a ganhar ainda mais espaço nos meios de comunicação. Hoje o esporte é destaque nos jornais, tendo um caderno exclusivo para



notícias relacionadas a essa atividade, bem como, nas grades de programação das TVs, há a presença dos programas voltados ao diversos esportes, além das coberturas de eventos com transmissões ao vivo (BARTHOLO e SOARES, 2006). Sem falar na Internet, que possibilitou uma maior interação com o público e um grande fluxo de circulação de notícias.

### **JORNALISMO ESPORTIVO: INFORMAÇÃO OU ENTRETENIMENTO?**

O jornalismo esportivo tem alcançado mais espaço e ao mesmo tempo tem voltado seu conteúdo para o entretenimento. Segundo Barbeiro e Rangel (2010), “Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos.” (p. 45). Talvez por não se tratar de notícias consideradas “pesadas”, como é o caso de reportagens sobre política e economia, mas por ter como tema, geralmente, acontecimentos que trazem divertimento.

Nesse sentido, Sousa (2005) afirma que o esporte tem relação com atividades lúdicas da sociedade, sendo, em si, uma forma de lazer e entretenimento; e figura na mídia como espetáculo para as massas, garantindo retorno financeiro e audiência. Mas, o conteúdo do jornalismo esportivo como está configurado atualmente é somente entretenimento ou tem caráter informativo? Qual o limite do entretenimento na mídia esportiva?

Segundo Messa (2005), o jornalismo esportivo diário está mais para um jornalismo de variedades, do qual o tema não é o esporte em si, mas os conglomerados que compõem uma rede mercadológica. Pois, não existe informação sobre os esportes, mas sim propaganda sobre o esporte e publicidade de marcas, além de sensacionalismo e merchandising e mesmo quando há a cobertura efetiva de uma competição, a imprensa não descreve os lances do jogo com propriedade, porque são poucos os que entendem de fundamentos técnicos e táticos dos desportos. Sendo assim, o que acaba se destacando é uma espetacularização dos eventos esportivos.

Essa tendência de espetacularização das coberturas esportivas, segundo Sousa (2005), foi influenciada pela televisão e trouxe um interesse pela vida particular dos personagens envolvidos no universo das competições esportivas.



No fim do século XX, a influência da televisão aumentou e a receita de sucesso dos seus programas passou a ser incorporada pelos jornais: ao lado do noticiário básico de resultados convivem estórias sobre as estrelas dos espetáculos esportivos. A vida pessoal dos jogadores – e não mais apenas dos jogadores de futebol – passou a fazer parte das estórias noticiáveis pelas páginas esportivas, com direito a chamada em primeira página (SOUSA, 2005, p.93).

Assim, o que é apresentado, atualmente, no jornalismo esportivo, não fica restrito apenas as informações sobre resultados de competições, táticas de jogo ou movimentação do mercado no meio futebolístico, mas extrapola as linhas de campo, destacando o que os jogadores fazem fora dele.

Nesse sentido, a mídia também cria a imagem de heróis do esporte, aqueles que se destacarão dentre os demais atletas e que aparecerão mais nos noticiários esportivos. Como em todo espetáculo, é preciso eleger os protagonistas que levarão o público a querer acompanhar o enredo e não perder nenhum ato. Ou seja, a mídia precisa criar personagens que levem público a consumir cada vez mais notícias sobre os mesmos. Quando um veículo começa a dar ênfase a um atleta, com o intuito de exaltá-lo, sua imagem passa a ser vista por um número maior de pessoas e, conseqüentemente, passa a ser querido ou admirado por uma parcela significativa do público (MEDEIROS, 2011).

Como consequência disso, hoje, os atletas são tratados como celebridades e como tal despertam o interesse o público em acompanhar suas vidas. Segundo Mello (2012), o que leva as pessoas a quererem saber o que acontece na vida particular dos famosos é a necessidade de sentir-se pertencente a um grupo e se reconhecerem nas celebridades. “Isso as ajuda a se reconhecer, pois estão vendo que aquela celebridade, que está acima do plano real, também possui defeitos e também comete erros” (p. 22).

As redes sociais ajudaram nessa identificação do público com as celebridades na medida em que elas usam essas ferramentas para fazer postagens de cunho pessoal ou divulgação de fotos em momentos do dia a dia. Dessa forma, quem acompanha esses famosos sente-se próximo dos mesmos. Para Herschmann e Pereira, 2003, *apud* Mello (2012), o material biográfico veiculado no ambiente midiático nos dá a sensação de fazermos parte de uma só coletividade, nela incluída ídolos, heróis e celebridades.

No caso específico do futebol, a mídia, geralmente, exalta a alegria como característica marcante de alguns jogadores, a dita “malandragem brasileira”. Assim, criam a imagem deles como representantes típicos do povo brasileiro, o que leva o público a uma identificação com os mesmos, aumentando a sensação de pertencimento ao coletivo.



## TEORIA DO ENQUADRAMENTO

Para auxiliar na análise de como o globoesporte.com noticiou a estadia do jogador da seleção alemã Lukas Podolski, no Brasil, optamos pela teoria do enquadramento como metodologia. Gaye Tuchman foi quem incorporou tal conceito ao conhecimento jornalístico. Esse teórico foi referenciado pelos estudos de Erving Goffman, que concebia o enquadramento como uma reunião de princípios organizacionais, que governam acontecimentos sociais, e o envolvimento subjetivo dos indivíduos nesses eventos (CARVALHO, 2009).

Segundo Mendonça e Simões (2012, p. 189), “quando um indivíduo se insere em uma situação, é preciso compreender qual é o quadro que a conforma e, conseqüentemente, qual o posicionamento que deve adotar perante ele”. Assim, o enquadramento, para Goffman, seria uma forma de analisar a maneira como cada sujeito se envolve subjetivamente em uma situação social e como ele percebe os quadros que estão à sua frente. Dessa forma, enquadrar parte de uma perspectiva individual sobre os fatos.

O quadro não deve ser confundido com uma interpretação generalizada de vários indivíduos, mas sim como um esquema interpretativo único e pessoal que cada um aplica sobre uma determinada faixa de atividade. Trata-se, então, de uma capacidade subjetiva de ordenar as peças detectadas pela percepção e transformá-las em conjuntos significantes diante da consciência individual (HANGAI, 2012, p. 2)

Goffman ainda diz que, o sujeito, diante de uma determinada situação, procurará entender o que ela significa, lançando mão, de suas experiências sociais, valendo-se de suas estruturas cognitivas, que vão auxiliá-lo nesse processo de entendimento. Isso vai implicar na seleção de um aspecto específico dentro da situação total, sendo que essa perspectiva se sobressairá sobre os outros aspectos envolvidos na situação. (CARVALHO, 2009).

Na prática jornalística, segundo Rothberg (2008), o uso da teoria do enquadramento leva em consideração três categorias básicas: seleção, exclusão e ênfase.

Um enquadramento (framing) é construído através de procedimentos como seleção, exclusão ou ênfase de determinados aspectos e informações, de forma a compor perspectivas gerais através das quais fatos e circunstâncias são dados a conhecer. Trata-se de uma idéia central que organiza a realidade dentro de determinados eixos de apreciação e entendimento, que envolvem inclusive o uso de expressões, estereótipos, sintagmas etc. (ROTHBERG, 2008, p. 165)



A seleção tem a ver com a identificação dos dados utilizados para a produção das notícias, a exclusão é o exercício de identificar elementos que não são apresentados no texto, mas que são necessários para compreender o fato. Já a ênfase, está relacionada aos destaques, passíveis de identificação, como o uso expressivo de palavras e/ou expressões que se evidenciam, sejam nos títulos das matérias ou nos elementos gráficos (ROTHBERG, 2010).

Dessa forma, no processo de enquadrar, são destacados determinados aspectos, através do uso de elementos discursivos como expressões e estereótipos e excluindo outras informações, compondo, assim, perspectivas gerais através das quais os acontecimentos sociais são apresentados aos receptores.

### **“PODOLSKI É BRASILEIRO”**

O Brasil sediou a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e recebeu delegações de 32 seleções nacionais em 12 cidades sedes das partidas. O campeonato começou no dia 12 de junho e terminou dia 13 de julho, tendo o título ficado com a seleção da Alemanha. Durante o período, a imprensa pautou como as delegações foram recepcionadas e o que os jogadores faziam nos tempos livres dos treinos e jogos. Nesse sentido, o globoesporte.com criou páginas dedicadas a cada seleção, onde era possível acompanhar os times, incluindo a atuação dentro do gramado e a estadia deles nas cidades em que passaram.

O portal globoesporte.com foi lançado em 2005 e é líder nesse segmento no Brasil, contando com uma estrutura de 100 profissionais em sua redação no Rio de Janeiro. Ele ainda tem ramificações nas filiais da Rede Globo em estados como Pernambuco, Bahia, São Paulo, Paraná e Sergipe. O site não só veicula o que é transmitido pelo programa da TV Globo Esporte, mas também produz seus próprios conteúdos (MELLO, 2012).

Propomos, neste trabalho, analisar o conteúdo da página da seleção da Alemanha no “globoesporte.com”, no período de 10/06/2014 a 15/07/2014, buscando identificar as categorias de seleção, exclusão e ênfase, e refletir sobre como foi feito o enquadramento, desse veículo, à passagem do atacante Lukas Podolski pelo Brasil.

Durante toda a copa, Podolski foi reserva da seleção alemã, jogando 54 minutos e não marcando nenhum gol, mas mesmo assim foi um dos atletas que mais se destacou no Brasil, conquistando os torcedores brasileiros e sendo destaque na mídia. Mas o que



fez esse jogador para receber tanta atenção por parte dos veículos do jornalismo esportivo?

O alemão começou a chamar atenção a partir de publicações feitas em suas redes sociais Twitter e Instagram, algumas escritas em português. As plataformas *online* trouxeram uma proximidade entre o público e os famosos, como já mencionado, e também podem se tornar fonte de possíveis notícias, quando as publicações feitas pelas celebridades repercutem entre os usuários dessas redes, como foi o caso do jogador alemão.

Destacamos a seguir, os aspectos observados na cobertura do Globoesporte.com. As informações selecionadas pelo portal para compor as notícias sobre Podolski estavam relacionadas às postagens do jogador em sua conta pessoal do Twitter, enfatizando o encantamento dele com o Brasil e os brasileiros, e como o mesmo foi simpático durante o tempo que ficou hospedado no país e pouco mencionou dados referentes ao futebol. Na produção das matérias, foi frequente o uso de print screens, da rede social, que contextualizavam as informações contidas nos textos.

A primeira reportagem analisada, em que Podolski é personagem, foi veiculada no dia 10/06 e tem como título “Podolski posta foto com a comissão técnica alemã: “Time por trás do time””. A notícia fala do dia de folga da seleção da Alemanha e mostra como os jogadores aproveitavam as praias de Santa Cruz de Cabralia, na Bahia, onde ficaram hospedados durante a Copa, e comenta que o jogador é bastante frequente nas redes sociais. Assim, a informação que norteou essa matéria foi uma postagem do jogador no Twitter, dando ênfase à diversão do time alemão no país, bem como a assiduidade dele nas mídias sociais.

No mesmo dia foi postada uma matéria que tinha como título “Simpático, Podolski posa para foto com fãs na Bahia: “Ótimo apoio”” Nessa reportagem, mais uma vez há a citação de que o jogador é um usuário assíduo das redes sociais. “Na concentração no “Campo Bahia”, que fica em Santa Cruz de Cabralia, o jogador de 29 anos tem postado muitas fotos nas redes sociais”, diz a matéria. Também percebemos a ênfase no termo “simpático”, para caracterizar o futebolista. Destacar expressões faz parte do processo de enquadrar determinado fato, no sentido de realçar um aspecto específico do tema, e simpatia foi um dos atributos mais utilizados pelo Globoesporte.com para se referir ao atacante.

Outro tópico enfatizado, pelo portal, foi a impressão que o alemão teve do Brasil. No dia 29/06/2014 foi postada a matéria intitulada como “Podolski elogia o





Brasil e diz que "não teria lugar melhor para uma Copa". O subtítulo ressaltava "Hospedado com o restante da delegação em Santa Cruz Cabralia, na Bahia, o jogador da seleção alemã exaltou a energia das pessoas e a beleza do "país do futebol". A matéria já começa afirmando "os atletas da seleção da Alemanha estão realmente encantados com o Brasil". Dessa forma, no enquadramento da matéria, foi destacada a admiração do jogador pela beleza das paisagens brasileiras e pelas pessoas do lugar onde ficou hospedado, ou seja, no processo de construção da notícia os elementos salientados se referiam aos sentimentos que o jogador teve pelo país.

De maneira semelhante, analisamos a matéria do dia 03/07 "Podolski se encanta com praia do Rio: "Abismado, nunca vi nada semelhante" que falava sobre o deslumbramento do jogador com o Brasil, tendo como fonte uma publicação de Podolski no Twitter. O conteúdo do texto, ainda, diz "Mas o Rio de Janeiro, local do próximo compromisso do país tricampeão mundial, foi o que mais deixou Lucas Podolski de queixo caído no Brasil até o momento".

Na matéria do dia 06/07/2014 "Podolski brinca com Schweinsteiger e imita pose de colega em coletiva", mais uma vez é noticiada uma publicação do jogador no Twitter, onde ele faz uma brincadeira com o companheiro de seleção. E, novamente, faz questão de ressaltar assiduidade do jogador nas redes sociais: "o meia-atacante Lukas Podolski, do Arsenal, é um dos atletas mais ativos da Alemanha nas redes sociais". A partir disso, inferimos que as postagens de Podolski nas redes sociais orientaram o enquadramento da notícia, em detrimento das informações relacionados ao futebol ou à Copa.

Os aspectos ligados ao campeonato não foram totalmente excluídos pelo Globoesporte.com. Em algumas matérias analisadas, podemos perceber informações a respeito das atividades da seleção da Alemanha, como em que cidades seriam os próximos jogos e qual o possível adversário, porém não deixam de mencionar as postagens de Podolski nas mídias sociais e enfatizar isso no texto. A exemplo da notícia do dia 07/07/2014 "Alemanha começa viagem rumo a BH, e Podolski posta: "#tudonosso", que ainda faz uso do termo carismático para adjetivar o jogador com a intenção de direcionar tal perspectiva aos receptores do conteúdo jornalístico.

O emprego da expressão carismático também é feito na matéria, veiculada dia 10/07, "Com postagens em português, amigo torna Podolski fenômeno de carisma". A notícia falava a respeito do sucesso do jogador nas redes sociais com suas postagens em língua portuguesa e trazia a repercussão disto no Twitter, onde os usuários do microblog



criaram memes com possíveis situações em que Podolski se tornaria ainda mais brasileiro. Assim, no que se refere a enquadramento, o discurso textual foi organizado no sentido de ressaltar a proximidade do jogador com o Brasil e os brasileiros.

No dia 11/07/2014, o Globoesporte.com destaca mais uma postagem do atacante em português: “Podolski posta na chegada ao Rio de Janeiro: "Sabe de nada, inocente"” e atribui o sucesso do jogador no Brasil ao comportamento do mesmo nas redes sociais, repetindo o mesmo tratamento das informações feito anteriormente.

Um dia após a final da Copa, 14/07/2014, o portal postou a notícia “Lukas Podolski se despede e deixa recado ao Brasil: "Um dia eu volto"”. O texto relata “Depois de conquistar o coração dos brasileiros com simpatia e mensagens em português, alemão usa mais uma vez as redes sociais, dessa vez para um "até logo"”. E continuou dizendo que os brasileiros aprenderam a gostar do jogador e comentou sobre a campanha "#FicaPodolski", feita por usuários do Twitter, pedindo a permanência do futebolista no Brasil. Dessa maneira, o uso das mídias sociais e a simpatia do esportista guiaram a abordagem feita pelo portal, que fez disso uma angulação específica sobre o tema.

Portanto, os aspectos selecionados pelo Globoesporte.com para enquadrar a estadia do jogador, foram as postagens dele nas redes sociais, enfatizando como ele se divertiu durante a passagem pelo Brasil e ficou encantado com as belezas naturais e as pessoas, além de destacar a proximidade de Podolski com a cultura do país, ressaltando algumas características, nele, geralmente associadas ao povo brasileiro, como alegria e simpatia. Em contrapartida, foram excluídos os aspectos relacionados diretamente com o futebol. Também não foi mencionado que essa aproximação com a cultura local pode ter sido ações de estratégia de marketing da seleção da Alemanha. Mesmo que fossem manifestações espontâneas do jogador, mencionar isso nas matérias deixaria o leitor com uma visão mais crítica sobre o fato.

Em suma, as matérias, que tiveram Podolski como personagem, foram guiadas por suas ações nas mídias sociais, ou seja, foram as fotos dele com os amigos, com a comissão técnica, os comentários feitos por ele, que viraram notícia e não sua atuação na seleção alemã. Portanto, a vida pessoal do mesmo foi o que apareceu no noticiário esportivo. Isto nos leva a inferir que o entretenimento, nesse caso, ficou em primeiro plano, em detrimento das informações relacionadas ao futebol em si.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo esportivo se desenvolveu e se especializou nas últimas décadas. Se no início do século XX, ele tinha pouco espaço nas páginas dos jornais brasileiros, hoje recebe destaque nos veículos de comunicação do país. Em contrapartida, essa especialidade jornalística, também, tem sido alvo de críticas por ter voltado seu conteúdo para o entretenimento e por, muitas vezes, enfatizar fatos que não têm relação direta com mundo dos esportes.

Ao analisar, a partir da teoria do enquadramento, as matérias do Globoesporte.com fez sobre a estadia do jogador Lukas Podolski na Copa do Mundo do Brasil, conclui-se que, o site foca as publicações do atacante nas redes sociais e utiliza adjetivos como “alegre” e “simpático” para se referir ao jogador, características estas geralmente associadas ao povo brasileiro. Ou seja, foi construída uma perspectiva que mostra Podolski “abrasileirado”. Assim, o jogador, que pouco participou das partidas, que a seleção da Alemanha disputou, se destacou não por sua atuação nos jogos, mas por suas atividades extracampo.

A presença de fatos considerados irrelevantes no jornalismo esportivo é questionada. Já que este segmento é tido como jornalismo especializado porque não ser especializar de fato? Porque não destacar os aspectos do esporte, suas regras, táticas ou fazer um trabalho investigativo sobre os fatores relacionados ao mercado por trás dos times?

Portanto, consideramos necessário fazer uma reflexão a respeito do tipo de informação que é transmitida aos receptores, nas coberturas dos eventos esportivos, em especial eventos de grande porte como a Copa do Mundo. É importante perceber como é feita a seleção de determinada informação, e como alguns aspectos são ocultados, enquanto outros são enfatizados. Entendemos que, apresentar criticamente os fatos, que envolvem o mundo do esporte, deveria ser parte do processo de construção das notícias no jornalismo esportivo, para que sejam formados leitores críticos, que se apropriem de conteúdos que ultrapassem o superficialismo, comumente, apresentado em muitos meios de comunicação.

## REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto, RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.



BARTHOLO, Tiago Lisboa; SOARES, Antonio Jorge. **A Transformação do Tênis em fenômeno midiático no Brasil a partir de Guga**. Revista Esporte e Sociedade, número 2, Março/Junho de 2006. Disponível em <<http://www.lazer.eefd.ufrj.br/espsoc/pdf/es207.pdf>> Acesso em 28 Abr 2015

BRETONES, Marcos Jardim de Amorim. **Redação Sportv: uma experiência de jornalismo esportivo crítico**. 2010. Monografia (graduação). Centro Universitário de Brasília. 56f. Disponível em <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1087/2/20654435.pdf>> Acesso em 28 Abr 2015.

CARVALHO, **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**. 2009. Disponível <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>> Acesso em 05 Mai 2015

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

HANGAI, Luis Antonio. **A Framing Analysis de Goffman e sua aplicação nos estudos em Comunicação**. Revista Ação Midiática, Vol 2. número 1. 2012. Disponível em <[ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/acaomidiatica/article/download/.../19303](http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/acaomidiatica/article/download/.../19303)> Acesso em 06 Maio 2015

HERSCHMANN, M., PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (orgs.). **Mídia, Memória & Celebidades**. Estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro : E-Papers, 2003, v.1. p.206

MEDEIROS, Jefferson. **A espetacularização midiática sobre os denominados heróis-singulares da ginástica artística**. 2011. Monografia (graduação). Universidade Estadual da Bahia. 59f. Disponível em <<http://dspace.bc.uepb.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/1833>> Acesso em 27 Abr 2015.

MELLO, Jessica Cabral de. **Jogadores de Futebol e Celebidades: uma análise do caso Neymar**. 2012. Monografia (graduação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 99f. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54469/000855714.pdf?sequence=1>> Acesso em 29 Abr 2015

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimaraes. **Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito**. Rev. bras. Ci. Soc. vol.27 no.79 São Paulo June 2012. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092012000200012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092012000200012&script=sci_arttext)> Acesso em 09 Mai 2015

MESSA, Fábio de Carvalho. **Jornalismo esportivo não é só entretenimento**. 2005. In: 8º Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. Disponível em <<http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/jornalismo-esportivo-nao-e-so-entretenimento%5B169%5D.pdf>> Acesso em 27 Abr 2015



ROTHBERG, Danilo. **Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica.** Revista Opinião Pública, Campinas, vol. 14, número 1, junho de 2008. Disponível em : < <http://www.scielo.br/pdf/op/v14n1/06.pdf>> Acesso em 10 Maio 2015.

ROTHBERG, Danilo. **O conceito de enquadramento e sua contribuição à crítica de mídia.** In: CHRISTOLOFELTTI, Rogério (org.). Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom 2010, 2010.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Cobertura Esportiva na Televisão: Jornalismo ou Entretenimento?** 2005. Dissertação (mestrado). Universidade Federal de Pernambuco. 158f. Disponível em < <http://hdl.handle.net/123456789/3427>> Acesso em 05 Maio 2015.