

## Esportes eletrônicos na pauta da mídia sonora: levantamento de *podcasts* na plataforma de *streaming Spotify*<sup>1</sup>

Electronic sports on the agenda of sound media:  
survey of podcasts on the Spotify streaming platform

Los deportes electrónicos en la agenda de los medios sonoros:  
encuesta de *podcasts* en la plataforma de transmisión de *Spotify*

**Ariane Barbosa Lemos**

Universidade do Estado de Minas Gerais – MG – Brasil

Endereço Currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9980543065359206>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2050-3655>

E-mail: [prof.arianelemos@gmail.com](mailto:prof.arianelemos@gmail.com)

**Ayllana da Cunha Ferreira**

Universidade do Estado de Minas Gerais – MG – Brasil

Endereço Currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1268296667117703>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4958-1251>

E-mail: [ayllanaferreira@gmail.com](mailto:ayllanaferreira@gmail.com)

**Resumo:** Este trabalho apresenta um levantamento dos *podcasts* sobre esportes eletrônicos disponibilizados na plataforma de *streaming Spotify*. A pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, investiga a relação entre informação e entretenimento no contexto da cobertura dos esportes eletrônicos da mídia sonora. Os 35 programas identificados foram analisados considerando aspectos relacionados à “editoria” e ao “enfoque”. Os pontos discutidos revelam que o infotainment predomina diante da ausência de profissionalização da cobertura midiática dos esportes eletrônicos. Os achados apontam, ainda, a hibridização na especialização da cobertura midiática, mesclando recortes do jornalismo cultural e do esportivo.

**Palavras-chave:** Mídia sonora. Esportes eletrônicos. Infotainment. *Podcast*.

**Abstract:** This research presents a survey of podcasts on electronic sports made available on the Spotify streaming platform. Qualitative research, exploratory and descriptive,

---

<sup>1</sup>Este artigo apresenta um recorte dos resultados de pesquisa de TCC defendido e aprovado em março de 2021. Dados parciais foram publicados no 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na modalidade virtual em dezembro de 2020.

investigates the relationship between information and entertainment in the context of the coverage of electronic sports in the sound media. The 35 identified programs were analyzed considering aspects related to “editorial” and “focus”. The points discussed reveal that infotainment predominates in the absence of professionalization of media coverage of electronic sports. It also points out the hybridization in the specialization of media coverage, mixing clippings from cultural and sports journalism.

**Keywords:** Sound media. Esports. Infotainment. Podcast.

**Resumen:** Este documento presenta una encuesta de podcasts sobre deportes electrónicos disponibles en la plataforma de transmisión Spotify. La investigación cualitativa, exploratoria y descriptiva investiga la relación entre información y entretenimiento en el contexto de la cobertura de deportes electrónicos en medios sonoros. Los 35 programas identificados fueron analizados considerando aspectos relacionados con “editorial” y “enfoque”. Los puntos discutidos revelan que el infoentretenimiento predomina en ausencia de profesionalización de la cobertura mediática de los deportes electrónicos. También destaca la hibridación en la especialización de la cobertura mediática, mezclando recortes de periodismo cultural y deportivo.

**Palabras-clave:** Medios de sonido. Deportes electrónicos. Infoentretenimiento. Pódcast.

## Introdução

Com a popularização dos jogos de fliperama e o início das primeiras competições *online*, a partir dos anos 2000, os jogos eletrônicos tornaram-se uma fonte de renda e uma modalidade de profissão. Como resultado, surgiu a figura dos *cyber* atletas, jogadores profissionais de esportes eletrônicos. Antes, a modalidade era associada aos *games* e, por isso, considerada apenas ao lazer e ao entretenimento passou a ser vista como um setor de investimento que reúne plataformas de apostas em competições acaloradas capazes de mobilizar grandes torcidas e movimentar as redes sociais.

Este artigo dedica-se a estudar a categoria dos esportes eletrônicos tendo como recorte o contexto brasileiro. A intenção é caracterizar a cobertura midiática, especialmente aquela protagonizada pelos *podcasts*, um formato de mídia sonora em franca popularização. Assim, a reflexão proposta orienta-se pela seguinte indagação: **considerando os *podcasts* disponíveis na plataforma de *streaming Spotify*, quais são as características da cobertura midiática dos esportes eletrônicos?**

A partir dessa problematização tem-se uma pesquisa cujo objetivo é analisar os aspectos do infotainment na cobertura midiática do segmento, considerando o contexto brasileiro de produção de *podcasts*. Para isso, contou-se com um levantamento dos *podcasts* disponíveis na plataforma de *streaming Spotify* que a abordam a temática esportes eletrônicos. No mapeamento, tem-se um diagnóstico da cobertura midiática dedicada à modalidade, observando a relação entre informação e entretenimento e sistematizando as características da cobertura dos esportes eletrônicos.

Neste contexto, os eSports esportes eletrônicos têm um mercado consumidor próprio, indicando alto potencial econômico, devido à sua movimentação financeira com patrocínios, contratos publicitários e apostas, e midiática, tendo em vista da cobertura de temas correlacionados e da mobilização de público interessado na temática. Em outras palavras, “o grande sucesso que o cenário vem fazendo e a grande quantidade de dinheiro envolvida fizeram com que a mídia enxergasse o *eSport* como uma oportunidade.” (LIMA; MOTA, 2019, p. 03).

### **Esportes eletrônicos: características, origens e interesse midiático**

Um dos principais pesquisadores da história cultural, Johan Huizinga (1842-1975), analisa o jogo como elemento da cultura na obra *Homo Ludens*. O historiador aponta que os jogos são uma das formas pela qual a sociedade exprime sua interpretação da vida e do mundo. Portanto, eles são um elemento social, alimentado por várias particularidades do coletivo (HUIZINGA, 1980). Os diversos tipos de jogos convergiram para outras plataformas, um exemplo disso são os jogos de tabuleiro que no contexto digital inauguraram a categoria dos esportes eletrônicos.

No Brasil, a modalidade competitiva dos jogos digitais é regido pela Confederação Brasileira de *eSports* (CBeS). A entidade define a categoria como sendo uma competição na qual atletas ou equipes participam de competições e disputam premiações. Campos e Frange (2017, p. 61) apontam que há uma “[...] relação direta com a profissionalização do jogo e funciona como um símbolo, uma recompensa pelo esforço e dedicação dos jogadores ganhadores”. Dessa forma, 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).

### ***Profissionalização***

Para Dallegrave (2018), os jogos de fliperama são o primeiro passo na história dos *eSports*. A estreia de competições oficiais de esportes eletrônicos aconteceu em 19 de outubro de 1972, na Universidade *Stanford*, nos Estados Unidos. Na ocasião, jovens universitários criaram as Olimpíadas Intergaláticas de *Spacewar* com duas modalidades de competição. (HAGUI, 2018).

Até o fim da década de 1990, as competições passaram a ser realizadas com certa periodicidade, ampliando o número de participantes e de visibilidade. A partir dos anos 2000, com o maior acesso à internet e a popularização dos jogos de *console*<sup>2</sup>, os *eSports* conquistaram novos fãs e mais espaço no universo da cultura *nerd*. Como exemplo, segundo a Confederação Brasileira de *eSports*, tem-se a realização de dez campeonatos oficiais de *eSports* durante o ano 2000. Em 2010, foram 160. Em suma, a internet superou os limites físicos e geográficos, possibilitando novos tipos de competições, o surgimento de famosos torneios internacionais e a consolidação dos já existentes. Naquele mesmo ano, surgiram os primeiros times profissionais, compostos pelos *cyber* atletas. Um pouco após, em 2015, outro fato chama atenção. Aconteceu o primeiro evento com o tema principal “esportes eletrônicos”. Logo, a temática se tornou protagonista de eventos específicos e deixou estrelar entre as grandes atrações das feiras específicas.

Ao mesmo tempo que o público presencial crescia, acontecia um movimento paralelo no consumo *online*. Tanto é que, conforme aponta Reis (2018), estima-se que mais de 102 milhões de pessoas utilizaram a plataforma de *streaming* de jogos *Twitch-tv*, em 2018. A modalidade esportiva atingiu um novo patamar no qual as pessoas passaram a assistir e valorizar a transmissão das competições, antes mesmo de jogar. Como

---

<sup>2</sup>Nome dado a um aparelho eletrônico, semelhante a um microcomputador, dedicado a executar jogos eletrônicos.

exemplo, segundo *Sport TV* (2018), o Brasil tem cerca de 7,8 milhões de brasileiros que assistem a campeonatos, sendo a terceira maior audiência mundial.

### ***Cobertura da midiática***

Os *eSports* pautam a produção de produtos jornalísticos, integrando as agendas de dois tipos de cobertura dos veículos de comunicação: a cultural, devido ao vínculo de representatividade com determinado grupo social; e a esportiva, tendo em vista o interesse em cobrir as competições promovidas. Ou seja, à medida que o jornalismo de *games*, com ênfase em *eSports*, se enquadra em cultura, Campos e Frange (2012), Kurtz e Torrealba (2018) e Lima e Mota (2019) defendem a ideia de que o segmento é, primordialmente, parte do universo dos esportes tradicionais. Alinhando-se aos esportes, caberia aos *eSports* uma cobertura jornalística semelhante àquela feita dos eventos esportivos, a exemplo dos campeonatos de futebol.

Percebendo o potencial de audiência, grandes empresas de veículos de imprensa que cobrem os esportes tradicionais, como *Sport TV* e *ESPN*, criaram espaços em suas respectivas programações para a cobertura de pautas relacionadas aos esportes eletrônicos. 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.

Em um movimento anterior, a mídia alternativa tem demonstrado bastante interesse pela cobertura dos esportes eletrônicos. Levantamento realizado por Ioscote (2018) revela que o *YouTube* permanece sendo o principal veículo no qual a audiência do segmento consome conteúdo e se sente informada. O *Twitter* também foi citado para acompanhar os atletas, equipes e jornalistas especializados.

O jornalismo é visto como um elemento essencial para a consolidação do universo dos esportes eletrônicos. Entende-se que o fazer jornalístico contribui para a formação de senso crítico na sociedade e para o “confronto” dos grandes conglomerados, normalmente, apoiadas pelos outros segmentos devido ao alto poder financeiro de boicote. Iera

No que tange à relação entre esportes eletrônicos e *podcasts*, Freitas, Mendonça e Mustaro (2010) citam pesquisa feita pela *PodPesquisa* segunda a qual os *games* são o

quarto tema mais abordado, com 45,84%. A estrutura dos *podcasts*, atrelado à maior valorização de conteúdos subculturais, como assuntos de tribos urbanas dos *nerds*, emos, crista, entre outros, cria-se um espaço para o crescimento e fortalecimento dos esportes eletrônicos dentro do estilo, como explicam os autores. Além disso, existe também a relação com o público-alvo, em que o consumidor de *eSports* prefere a internet para se informar por oferecerem um tipo de conteúdo mais livre.

Considerando, também, a relação com o jornalismo transmídia, os *podcasts* se tornam uma opção para a interatividade e o envolvimento necessários para atrair consumidores (usuários/ouvintes), auxiliando os esportes eletrônicos na sua conquista por maior espaço dentro da indústria de entretenimento.

### **Levantamento: metodologia**

Para compreender as peculiaridades que constituem a cobertura feita pela mídia brasileira sobre os esportes eletrônicos, optou-se pela metodologia de levantamento. O principal método de coleta de dados é a análise de informações secundárias e a observação informal dos episódios dos *podcasts*. O levantamento foi realizado no *Spotify* na versão gratuita que permite acesso direto ao catálogo de áudios. A escolha por esta plataforma baseou-se na reportagem de Ferreira (2020) para a *Rock Content* que indica ser esta uma das mais acessadas pelo público brasileiro, tornando-se, portanto, uma referência para o estudo.

Entre os meses de setembro e novembro de 2020, foram realizadas buscas sistemáticas para identificar e mapear programas sobre esportes eletrônicos de forma parcial ou integral. Como primeiro passo, fez-se uma busca nas categorias disponíveis na plataforma, considerando as nomenclaturas: *games*, *RPG* e *videogame*. Na sequência, realizaram-se pesquisas aplicando palavras-chave relacionadas à cobertura e aos campeonatos de esportes eletrônicos.

Na filtragem dos programas identificados e de seus respectivos descritivos, foram analisados os *podcasts* que se autodeclararam específicos de esportes eletrônicos (integral) ou que se dedicam aos *games* e, eventualmente, produzem episódios abordando

a temática *eSports* (parcial). Nesse último aspecto, consideraram-se, apenas, aqueles em que os jogos foram o tema principal de abordagem.

### Levantamento: apresentação e discussão dos dados

O levantamento identificou e selecionou 35 programas conforme demonstrado no Quadro 1.

**Quadro 1** – *Podcasts* sobre esportes eletrônicos no *Spotify*

Programa	Episódio Analisado	Criação	Periodicidade	Equipe	Veículo associado	Outros canais de veiculação (continua...)
Around the Rift	#165	2019	Quinta-feira	Eduardo Souza, Alexandre Trevisan, Bernardo Pereira, Kauê Borges, Letícia Motta, Diego Oliveira e Gustavo Cima	Mais Esports	Site, Twitter, YouTube, Twitch
Café com o Celtic	Café com celtic e coreia	2018	Não informada	Celtic	Café com Celitic	- Site, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Twitch
Central Esports	#180	2017	Não informada	Rodrigo Guerra	ESPN Brasil	Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Twitch
Change Cast	#T1. Ep.16	2020	Sem periodicidade	Eduardo Camara	IBM	Facebook, Twitter, LinkedIn
CWG Convida LG	Investindo em e-sports	2020	Não informada	Jonhyzul (Streamer) e LKZ (CEO da CWG)	CWG	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube
Donos da Bola	-	2019	Não informada	Gates, Trick, Fapo, Galo	-	Twitter

Early Game	#24	2020	Quinta-feira	Alessandro Jodar, Roque Marques, Rodrigo Faber e Chandy Teixeira	Globo Esporte	<i>Site</i>
Empolcast	Retrospectiva Empoliga	2020	Não informada	Tiago "Maker" Vasconcelos	-	<i>Twitter</i>
Esports 3.0	A regulamentação dos esportes eletrônicos no Brasil	2020	Não informada	Leo De Biase e Luiz Gustavo Pacote	-	-
Final Level Cast	#39	2020	Quarta-feira	Dan Schettinni e Rodrigo Coelho	-	<i>Twitter, Facebook, Instagram, YouTube</i>
Game Mode	#2	2020	Não informada	Não informada	-	<i>Instagram, Twitter</i>
BurnCast	Giro da Semana #25	2020	Não informada	Guilherme Cepeda	Burn Company	<i>Facebook, Instagram</i>
Guerrilha Podcast	#1	2020	Não informada	João e Cris	Canal no Twitch	<i>Twich</i>
Mais eSports	Momento LPL Ep 4	2020	Segunda a sexta-feira	Eric Teixeira	Mais eSports	<i>Site, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Twitch</i>
Mais eSports Negócios	Como trabalhar no mercado de esports? #12	2019	Não informada	Lucas e Eric	Mais eSports	<i>Site, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube</i>
Marketin.gg	Panorama Global para Games e Esports	2020	Terça ou Quarta-feira	Cláudio Lima e Bernardo Mendes	-	<i>Site, Twitter</i>
NerdCast	NerdCast 725	2006	Sexta-feira	Alexandre Ottoni e Deive Pazos	Jovem Nerd	<i>Site, Facebook, Instagram, Twitter</i>

On Cast	-	2020	Não informada	Camila Couto e Weslei Silva	Valkirias Go Game	Instagram, Twitter
Overtalk	#3		Sem Periodicidade	Não informada	Liga Overtake	Instagram, YouTube
Passa a Call	Psk1	2020	Não informada	Paulo "Psik1" Augusto	-	Twitter, YouTube
Pausa Tática	#10	2019	Não informada	Diogo Oliveira	eSportsBR.com	YouTube
Ping - The Enemy	Especial de esports	2020	Segunda a sexta-feira	Não informada	Omelete	Site, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube
Player 1	Mulheres nos games online	2020	Não informada	Não informada	-	Site, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Twitch
Podcaster	Podcaster 75	2018	Quinta-feira	Tácio Schaepi	Associado ao próprio apresentador	Twitter
PodSix	Podsix #25	2020	Não informada	Não informada	-	Facebook, Instagram, Twitter
Pouco de Tudo, muito de nada	PTMN #4	2020	Não informada	Douglas Cândido e Samuel Antila	-	Instagram
Rádio Yuracan	-	2020	Não informado	Paulo Franco	Rádio Yuracan	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube
RakdosCast	Episódio 247	2015	Quarta ou Quinta-feira	Mp, Grilo e Teobaldo	-	Site, Facebook, Instagram, Twitter

Sakuras Senshi	#1	2020	Não informada	Bianca "Urie", Lana "Juno" e Carlota	Sakura Esports	Twitter
Sem Meme	Franquias e Semana 1 CBLOL 2020	2020	Não informada	Vinícius "Empolgou"; Nataka "natakasz"; Guilherme 'NightFury"	Empolgou CBLoL	Facebook, Twitter
THE CAST	Fala muito - Gestão em eSports	2018	Não informada	Henrique Woods	THE 360	Site, Facebook, Instagram, LinkedIn
The mitycast's Podcast	Teamfight Tactics	2019	Não informada	Não informada	-	-
Tropas Liberadas	#50	2019	Pontual (Durante o campeonato de League of Legends)	Melão	LoL Esports BR	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube
TryhardCast	Mulheres no Cenário Gamer!	2019	Não informada	Manager, Igor, Toshi e Gavetinha	-	Facebook, Instagram, Twitter
Vivendo de Esports	O marketeiro de Gamers Club	2020	Não informada	Julio Caldeira	-	Instagram, Twitter, YouTube

**Fonte:** elaboração própria, 2021.

A partir da análise do Quadro 1, é possível afirmar que os *podcasts* voltados para a temática são relativamente novos: 62,8% foram criados em 2020 e outros 36,2%, entre os anos de 2017 e 2019. Isso demonstra que a cobertura dos esportes eletrônicos tem potencial de demanda, além de evidenciar a sua expansão e valorização ocorridas a partir do ano de 2017. Importante registrar que os dois programas mais antigos são o *NerdCast* e o *RakdosCast*, datados de 2006 e 2015, respectivamente.

A maior parte dos programas não possui dados precisos acerca da periodicidade: 66% deles não divulgaram essa informação no texto de apresentação. Apenas 25% dos episódios possuem lançamentos periódicos registrados. Houve ainda a identificação de um programa com episódios pontuais – *Tropas Liberadas* –, com veiculação de inéditos somente durante o campeonato de *League of Legends*.

Com relação à estrutura da equipe, somente quatro dos 35 mapeados são produzidos por uma equipe formada por mais de três pessoas, indicando a possibilidade de acúmulo de funções. Em seis dos programas, não há qualquer identificação sobre o responsável pela produção e roteirização dos episódios. Outra marca desse cenário é a falta de jornalistas setoristas face à predominância dos editores de *blogs*. Ainda que esses exerçam funções diferentes quando comparados aos jornalistas, o profissional do entretenimento mostra-se como uma peça importante na engrenagem da cobertura midiática, sobretudo devido ao alto nível de interesse do público pela temática e à participação nas ações de divulgação promovidas pelos campeonatos (ligas), equipes e atletas.

Por outro lado, *podcasts* associados a grandes veículos de comunicação evidenciam seus objetivos, formato, equipe responsável e os temas abordados. Ou seja, uma demonstração de profissionalismo frente a seus concorrentes. *Globo Esporte*, *Sport TV*, *ESPN*, *Tech Tudo* e *Jovem Nerd* são alguns exemplos de parcerias. Ainda que cada um deles se enquadre em uma editoria específica, que dita a forma com que é feita a cobertura, a inclusão da temática é mais um aspecto da aproximação entre jornalismo, mídias alternativas e entretenimento para atrair novos públicos (CAMPOS; FRANGE, 2016).

Vale comentar que 25 dos 35 *podcasts* são divulgados nas redes sociais ou produzem conteúdo exclusivo para esses espaços. Isso reforça a predominância dos meios alternativos na cobertura (IOSCOTE, 2018; KURTZ; TORREALBA, 2018). As incidências são para perfis ativos no *Twitter*, *YouTube*, *Twitch*, *Instagram*, *Facebook*, *LinkedIn* e no site próprio. Em um cenário de popularização dos *eSports*, as plataformas de interação já consolidadas mostram-se como opções para aumentar o alcance e a visibilidade dos programas bem como popularizar e oferecer legitimidade ao universo estudado.

Na fase seguinte do levantamento, foram feitas escutas<sup>3</sup> de um episódio de cada um dos 35 *podcasts* mapeados. O procedimento foi feito com o objetivo de traçar

---

<sup>3</sup>No caso dos programas que se autodeclaram especializados na cobertura dos esportes eletrônicos (integral), optou-se por ouvir a última edição então divulgada à época do levantamento; para aqueles com pautas mais plurais (parcial), optou-se por ouvir uma edição específica com o tema dos esportes eletrônicos. No Quadro 1, conforme exposto, há o registro de qual episódio foi analisado na fase de identificação das características narrativas dos *podcasts*. Das 35 edições ouvidas e estudadas, três delas não estão mais

elementos sobre dois principais aspectos: a editoria, categorizada neste estudo como ‘cultura’, ‘esporte’, ‘tecnologia, mídia e *games*’ ou ‘negócios e marketing’; e o enfoque, entendido como sendo de informação e/ou entretenimento (SANTOS *et al.*, 2015).

### **Editorias**

O levantamento aponta que 13 programas se alinham a tecnologia, mídia e *games*; oito programas às de cultura; seis não têm definição clara; cinco relacionam-se à editoria de negócios e *marketing*; e três estão diretamente alinhadas à de esportes. A classificação foi feita a partir da leitura dos descritivos de cada *podcast* disponível na plataforma *Spotify* e da escuta de uma edição, conforme dito.

Para *podcasts* enquadrados na editoria ‘cultura’, é possível visualizar o conceito de *homo ludus* proposto por Huizinga (1980), no qual considera o universo dos jogos como parte fundamental da formação identitária e cultural da sociedade. Além disso, considerou-se a noção de cultura *nerd* e *geek* como parte da cultura *gamer* (ARCURI, 2017). Nessa abordagem, os termos dialogam, debatem e expõem novas formas de se comunicar, relacionar e produzir conteúdo focados nas tribos urbanas e nas suas peculiaridades. No *podcast Sakura Senshi*, por exemplo, enquadrado como cultura, as apresentadoras Bianca Lano e Carlota discutem sobre séries, design gráfico, filmes, *games* no geral e o papel das mulheres no cenário de *eSports*.

Para a editoria ‘esportes’, foram identificados os programas que se apropriaram das estruturas narrativas e jargões dos esportes tradicionais para melhor tradução de seu conteúdo. Para mais, foram evidenciados os programas que trouxeram maior relevância sobre temáticas envolvendo a vida dos atletas e pautas esportivas pertinentes para a Sociedade do Espetáculo (LIMA; MOTA, 2019). O *podcast Around The Rift*, associado ao portal *Mais e-Sports*, é um exemplo disso. Embora seu principal objetivo seja compartilhar notícias e novidades dos esportes eletrônicos, os responsáveis pela cobertura tratam os campeonatos da mesma forma

---

disponíveis na plataforma o que comprometeu a sua correta identificação no quadro, tendo em vista que esta ação de registro foi posterior ao processo de escuta dos episódios selecionados.

que os torneios de esportes tradicionais, explorando linguagens e os elementos narrativos do jornalismo esportivo.

Já a editoria ‘tecnologia, mídia e *games*’ trata, especificamente, sobre o universo digital e dos jogos, explorando questões técnicas, novidades, atualizações nos *games*, entre outras. *Pig – The Enemy*, *podcast* produzido pelo *Omelete*, enquadra-se nesta categoria. Seguindo a mesma linha editorial do veículo ao qual está associado, o objetivo é integrar os esportes eletrônicos como parte do setor da tecnologia, cabendo sua análise e seu tratamento serem enquadrados em inovação tecnológica.

A editoria ‘negócios e marketing’ diz respeito aos programas que abordam esportes eletrônicos numa perspectiva mercadológica. Portanto, seu conteúdo é voltado para a formação e capacitação profissional nos mais variados setores que compõem o campo, além dos dados financeiros do setor, como a expansão e o faturamento das marcas e temas correlatos. Em *Vivendo de Esports*, por exemplo, Julio Caldeira realiza entrevistas com profissionais dos *eSports* para demonstrar um pouco mais do mercado para compreender como é, e de que forma se dá o trabalho dessas pessoas.

### ***Enfoque***

O levantamento também contempla os enfoques da informação e do entretenimento e a possível relação entre eles. Nesta etapa, identificou-se a forma com que o conteúdo é apresentado nos programas ouvidos. Foram mapeadas três modalidades: ‘entretenimento/diversão’ (17); ‘informação’ (16); ‘informação, entretenimento/diversão’ (2). Considerou-se como ‘informação’ os *podcasts* que visam informar o ouvinte a respeito de pautas de interesse público, adotando uma estrutura semelhante à dos noticiários de rádio. Já ‘entretenimento/diversão’ representa programas que criam conteúdos próprios e tratam os *eSports* enquanto diversão e lazer, resultando em um formato mais informal e menos jornalístico. Já a categoria ‘informação, entretenimento/diversão’ é um mix dos dois formatos e oscila entre a notícia e o entretenimento.

Por ser produzido de forma direcionada, os *podcasts* tratam temáticas específicas, a partir de conteúdos exclusivos e relevantes para os seus consumidores (CHAGAS, 2020). Diferentemente dos programas de rádio, no qual o interesse público e o valor

notícia são prioridades, na mídia sonora, cada detalhe é planejado de modo a cumprir com uma solicitação, uma encomenda do seu consumidor.

Além disso, o infotainment faz-se presente por meio da apropriação de elementos e técnicas do jornalismo para construção de sua abordagem e apresentação do seu conteúdo. O uso de entrevistas associado à técnica de debates remete às tradicionais mesas-redondas, frequentemente presentes nos programas de rádio e de TV. Outro exemplo, é a transmissão de notícias em forma de boletins e retrospectivas da semana, apontando os resultados dos campeonatos e ou acontecimentos marcantes para o setor.

Mesmo nos programas com enfoque mais voltado ao entretenimento, nos quais a diversão e o lazer sobrassem a função informativa, as entrevistas e notícias, muito utilizadas no jornalismo, têm seu valor. Nesses casos, fica evidente a importância desse formato na construção de uma narrativa profissional. Mesmo na diversão, diferentes pontos de vista são necessários para trazer credibilidade, já que apresentam mais de uma interpretação para um mesmo fato. Já as notícias mostram-se como fundamentais para embasar as discussões e expor acontecimentos de interesse do público.

Em programas com cunho informativo, acontece o mesmo fenômeno: a união e integração entre unidades noticiosas, de diferentes formatos, com o propósito de construir um produto mais interessante e pertinente para o público-alvo. O jornalismo tradicional sustenta-se na neutralidade, enquanto o atual jornalismo, resultante da emergência de novas mídias (*podcast*) e temáticas contemporâneas (*eSports*), o objetivo é informar, à medida que diverte. Neste cenário, as redes sociais mostram-se como opção prioritária para a divulgação desses materiais, visto que permitem maior aproximação e diálogo com o público.

### **Considerações finais**

A análise dos dados do mapeamento realizado permite dizer que: (a) a cobertura dos *eSports* é plural, cabendo nuances do entretenimento e da informação na sua abordagem; (b) o segmento ainda está em formação, por isso, adota e se apropria de elementos de diferentes editoriais do jornalismo para a construção de sua narrativa; (c)

faz-se necessário a aplicação de técnicas jornalísticas para melhor profissionalizar o segmento; e (d) estudar os *eSports* exige um esforço para compreender um contexto cultural, social e econômico de produção de conteúdo.

Um dos principais pontos perceptíveis é a pluralidade entre editoriais: tecnologia, mídia e *games*; negócios e marketing; cultura e esportes. A abrangência e a variedade de enfoques podem ser um ponto positivo quando norteiam e guiam a cobertura midiática de um segmento novo, criando parâmetros de análise e compreensão. No entanto, pode ser um ponto negativo ao dificultar a categorização e a identificação das características do próprio segmento, visto que os esportes eletrônicos se tornam um híbrido à medida que não é nada em específico. Ao analisar a situação a partir do macro, do levantamento, depara-se com uma relação complexa, a pluralidade é uma característica do tipo de cobertura, ou seja, é o resultado dos outros fatores. Mas é, também, causadora de tudo isso, da falta de profissionalismo, da relação sensível entre editores de *blogs* e jornalistas.

O levantamento aponta tratar-se de um campo de atuação profissional e cobertura midiática em autodescoberta e projeção. A cobertura midiática dos esportes eletrônicos busca por uma identidade alinhada mais à cobertura jornalística, especialmente, com uma abordagem mais do viés esportivo e econômico do segmento. Além disso, entende-se que é uma cobertura marcada pela subjetividade, visto que não possui limites definidos, a paixão e a emoção sobressaem, muitas vezes, ao valor notícia. Como resultado, transforma-se em um ponto de encontro para profissionais de diferentes setores, produzindo um produto que não se enquadra nas características do jornalismo nem dos criadores de conteúdo. Por último, é restrita quando, ao mesmo tempo em que é plural, é exclusiva em alguns aspectos referentes ao seu formato, gerando ambiguidades.

A relação dos pontos abordados no levantamento indica temáticas que podem tornar-se objetos de estudos futuros. Além da continuidade, atualização e ampliação do levantamento proposto, novas pesquisas podem se orientar pelo pluralismo de vozes e temáticas na cobertura midiática dos esportes eletrônicos; o (não)profissionalismo; o papel das desenvolvedoras de *games* e sua relação com a

imprensa; a importância da experiência do jornalista para a cobertura imparcial e objetiva, dentre outras temáticas.

## Referências

ARCURI, Mariana Conde Moraes. Quadrinhos e febre geek: relato de uma ida à comic com experience. **Revista Escrita**, n. 22, 2017. DOI:

<https://doi.org/10.17771/pucrio.escrita.28871>.

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.

CCXP. **Para nós o mundo é assim**. [s. l.], [s. d.]. Disponível:  
<https://www.ccxp.com.br/a-ccxp>. Acesso em: 26 fev. de 2021.

CHAGAS, Luãn. Podcast consolida-se como formato diverso e de grande alcance no Brasil. [Entrevista concedida a Safira Campos]. **Pnb online**, [s.l.], 03 mai. 2020. Disponível em: <https://www.pnbonline.com.br/geral/podcast-consolida-se-como-formato-diverso-e-de-grande-alcance-no-brasil/65732>. Acesso em: 26 fev. 2021.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESPORTS. **O que são eSports?** [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <http://cbesports.com.br/esports/esports-o-que-sao/>. Acesso em: 03 maio 2021.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DALLEGRAVE, Letícia. E-Sports como entretenimento: análise de conteúdo do Campeonato Brasileiro de League of Legends. In: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. **Anais[...]**. Intercom, 2018.

FERREIRA, Kellison. Saiba como ouvir podcasts usando os 7 melhores agregadores disponíveis. **RockContent**, [s.l.], 29 jan. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/como-ouvir-podcast/>. Acesso em: 03 maio 2021.

FREITAS, Beatriz; MENDONÇA, Raphael Leal; MUSTARO, Pollyana N. Análise de Podcasts Brasileiros sobre Jogos Eletrônicos. **Trilha de Games & Cultura**, 2010. Florianópolis: IX SB Games, 1010.

HAGUI, Lucas. Space Invaders e Spacewar: os primeiros campeonatos de eSports do mundo.

Versus, [s.l.], 13 set. 2018. Disponível em: <https://vs.com.br/artigo/space-invaders-e-spacewar-os-primeiros-campeonatos-de-esports-do-mundo>. Acesso em: 03 maio 2021.

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.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

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.

NEWZOO. Newzoo Global Esports Market Report. **Newzoo**, [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>. Acesso em: 26 fev. 2021.

REIS, Igor Silva. **Análise dos fatores que influenciam o consumo e intenção de uso da plataforma de streaming Twitch TV no Brasil**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018.

SANTOS, Heloísa Souza. *et al.* Infotainment: Os Novos Rumos Do Jornalismo Na Cultura Da Convergência. In: XX Congresso de Ciência da Comunicação na Região Sudeste, 2015, Uberlândia. **Anais [...]** Uberlândia: Intercom, 2015.

SOUZA, Doralice Lange de; SANTOS, Silvan Menezes dos; MEZZARROBA, Cristiano. Jornalismo Esportivo e Infoentretenimento: a (possível) sobreposição do infoentretenimento à informação no conteúdo jornalístico dos esportes. **Revista Corpoconsciência**, Cuiabá, v. 21, nº 2, maio/ago., 2017.