



UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA

Para além dos 90 Minutos: As Redes Sociais no Jornalismo Desportivo

Beyond the 90 Minutes: Social Media in Sports Journalism

Projeto de Graduação

1º Ciclo de Ciências da Comunicação

Universidade Fernando Pessoa

Isabel Martins de Oliveira Cardoso- 2023114434

Orientador:

Professor Dr. Renato Pinto Ferreira

Junho 2026

Para além dos 90 Minutos: As Redes Sociais no Jornalismo Desportivo

Beyond the 90 Minutes: Social Media in Sports Journalism

Projeto de Graduação

1º Ciclo de Ciências da Comunicação

Universidade Fernando Pessoa

Isabel Martins de Oliveira Cardoso- 2023114434

Orientador:

Professor Dr. Renato Pinto Ferreira

Junho 2026

Agradecimentos

A conclusão deste projeto representa o fim de uma etapa muito importante da minha vida académica e o culminar de três anos de aprendizagem, crescimento e descoberta. Por isso, gostaria de deixar uma palavra de agradecimento a todas as pessoas e instituições que contribuíram, direta ou indiretamente, para este percurso.

Ao Professor Doutor Renato Pinto Ferreira, meu orientador, agradeço a disponibilidade, a orientação e a confiança demonstradas ao longo da realização deste projeto. Obrigada pelo acompanhamento constante, pelos conselhos e pela forma como sempre me incentivou a desenvolver este trabalho com rigor e dedicação.

À Universidade Fernando Pessoa, agradeço todo o conhecimento transmitido ao longo da licenciatura, bem como as experiências e oportunidades que contribuíram para a minha formação académica e pessoal. Foi nesta instituição que desenvolvi competências, construí amizades e dei os primeiros passos para o meu futuro profissional.

Ao Porto Canal, deixo um agradecimento especial pela oportunidade de realizar o estágio curricular em jornalismo desportivo. A experiência vivida permitiu-me conhecer de perto a realidade da profissão, aplicar conhecimentos adquiridos ao longo do curso e crescer enquanto futuro profissional da área da comunicação.

À minha família, o meu mais profundo agradecimento. Obrigado pelo apoio incondicional, pela paciência e pelo incentivo permanente ao longo de todo o meu percurso. Foram sempre o meu maior suporte e a principal razão para nunca desistir dos meus objetivos.

Por fim, agradeço a todos aqueles que, de alguma forma, fizeram parte desta caminhada e contribuíram para que esta etapa fosse possível.

A todos, o meu sincero obrigado.

Resumo

O presente projeto de graduação analisa o impacto das redes sociais no jornalismo desportivo, procurando compreender de que forma estas plataformas têm transformado os processos de produção, circulação e consumo da informação desportiva. Partindo da evolução do modelo tradicional centrado na televisão para um contexto marcado pela conectividade digital, pretende-se entender como as redes sociais influenciam o funcionamento do jornalismo desportivo e a relação estabelecida entre os meios de comunicação, os jornalistas e o público. São igualmente abordados os benefícios associados às plataformas digitais, bem como alguns dos riscos provenientes da sua utilização. Complementando a componente teórica, é desenvolvido um estudo de caso centrado na presença da Seleção Nacional Portuguesa na rede social Instagram no Mundial de 2026. Através da observação dos conteúdos publicados ao longo do início da competição, procura-se verificar de que forma os fenómenos analisados teoricamente se manifestam na prática, evidenciando o papel das redes sociais na comunicação desportiva contemporânea. Conclui-se que as redes sociais não substituem os meios tradicionais, mas transformam profundamente a forma como a informação desportiva é produzida, distribuída e consumida, assumindo atualmente um papel central no ecossistema mediático e no desenvolvimento do jornalismo desportivo.

Palavras-chave: Jornalismo desportivo; Redes sociais; Comunicação digital; Informação desportiva; Seleção Nacional Portuguesa.

Abstract

This graduation project analyzes the impact of social media on sports journalism, seeking to understand how these platforms have transformed the processes of production, circulation, and consumption of sports information. Starting from the evolution of the traditional television-centered model to a context marked by digital connectivity, it seeks to understand how social media influences the functioning of sports journalism and the relationship established between the media, journalists, and the public. The benefits associated with digital platforms are also addressed, as well as some of the risks arising from their use. Complementing the theoretical component, a case study is developed focusing on the presence of the Portuguese National Team on the Instagram social network in the 2026 World Cup. Through observation of the content published throughout the beginning of the competition, it seeks to verify how the phenomena analyzed theoretically manifest themselves in practice, highlighting the role of social media in contemporary sports communication. To conclude, social media do not replace traditional media, but profoundly transform the way sports information is produced, distributed and consumed, currently assuming a central role in the media ecosystem and in the development of sports journalism.

Keywords: Sports journalism; Social media; Digital communication; Sports information; Portuguese National Team

Índice Geral

Introdução	1
Capítulo I - A Circulação da Informação Desportiva: da Emissão Televisiva às Redes Sociais	3
Capítulo II - As Redes Sociais como Amplificadoras do Jornalismo Desportivo.	7
2.1. Amplificação de alcance	8
2.2. Amplificação temporal	10
2.3. Redes sociais como ferramenta de proximidade com o público	12
Capítulo III - Mudanças nas Rotinas do Jornalista Desportivo na Era das Redes Sociais	15
3.1. Redes sociais como ferramenta de trabalho	16
3.2. Pressão da instantaneidade	18
Capítulo IV - Benefícios das Redes Sociais no Jornalismo Desportivo	21
4.1. Democratização do acesso à informação desportiva	21
4.2. Maior visibilidade para modalidades e atletas menos mediáticos	23
4.3. Reforço do envolvimento e da cultura desportiva	24
4.4. Complementaridade entre televisão e redes sociais	25
4.5. Novas oportunidades para os meios de comunicação	26
Capítulo V – Riscos das Redes Sociais no Jornalismo Desportivo	29
5.1. Desinformação, fake news e os desafios da verificação	29
5.2. Rumores de transferências e cultura da especulação	31
5.3. Clickbait, sensacionalismo e lógica algorítmica	32
5.4. Polarização dos adeptos e degradação do debate público	33
5.5. Exposição excessiva dos atletas e questões éticas	34
5.6. Fragmentação da informação e cultura da reação imediata	36
Capítulo VI - Estudo de Caso: A Presença da Seleção Nacional Portuguesa nas Redes Sociais no Mundial 2026	38
6.1. Enquadramento e metodologia de observação	38
6.2. Análise da presença da seleção nacional portuguesa no Instagram	39
Conclusão	49
Referências Bibliográficas	51

Índice de Figuras

Figura 1 - Storie do treino da Seleção (2026)	40
Figura 2 - Storie do treino da Seleção (2026)	40
Figura 3 – Reel do treino da Seleção (2026)	41
Figura 4 - Storie do treino da Seleção (2026)	41
Figura 5 - Storie da conferência de imprensa da Seleção (2026)	41
Figura 6 – Storie da conferência de imprensa da Seleção (2026)	41
Figura 7 - Storie da conferência de imprensa da Seleção (2026)	42
Figura 8 – Reel da deslocação da Seleção (2026)	42
Figura 9 – Publicação da deslocação da Seleção (2026)	42
Figura 10 – Publicação do 11 inicial da Seleção (2026)	42
Figura 11 – Storie a anunciar golo da Seleção (2026)	43
Figura 12 – Storie a anunciar golo da Seleção (2026)	43
Figura 13 – Storie a anunciar o resultado final do jogo da Seleção (2026)	44
Figura 14 – Storie dos adeptos durante o jogo da Seleção (2026)	44
Figura 15 – Publicação do ambiente dos adeptos durante o jogo da Seleção (2026)	44
Figura 16 – Reel do apoio dos adeptos da Seleção (2026)	44
Figura 17 – Storie de jogador com adepto antes do jogo da Seleção (2026)	45
Figura 18 – Publicação do treinador com adepta da Seleção (2026)	45
Figura 19 – Publicação de jogador com adeptos da Seleção (2026)	46
Figura 20 – Publicação de jogador com adeptos da Seleção (2026)	46
Figura 21 – Publicação de jogador com influencer (2026)	46
Figura 22 – Reel de jogador com adeptos da Seleção (2026)	46

Introdução

As transformações tecnológicas observadas nas últimas décadas modificaram profundamente o modo como a informação é produzida, distribuída e consumida. O desenvolvimento da internet e, sobretudo, a consolidação das redes sociais como espaços centrais de comunicação alteraram significativamente o ecossistema mediático, permitindo a criação de novas formas de circulação dos conteúdos e novas dinâmicas de interação entre os meios de comunicação e o público. Neste contexto, o jornalismo desportivo, marcado pela rapidez, pela atualidade e pelo forte envolvimento emocional dos seus públicos, é considerado uma das áreas onde estas mudanças se tornaram mais notórias.

A escolha deste tema deve-se não apenas à sua relevância no panorama mediático contemporâneo, mas também ao contacto direto com a realidade do jornalismo desportivo proporcionado pelo estágio curricular realizado no Porto Canal. A experiência desenvolvida em contexto de redação possibilitou testemunhar de perto as transformações introduzidas pelas plataformas digitais e compreender a crescente importância das redes sociais nos processos de produção, circulação e consumo da informação desportiva.

O desenvolvimento do trabalho dispõe de uma abordagem predominantemente teórica, fundamentada através da revisão de literatura e da análise de diferentes contributos académicos relacionados com o jornalismo desportivo, os media digitais e as redes sociais. Complementarmente, é desenvolvido um estudo de caso centrado na presença da Seleção Nacional Portuguesa no Instagram no Mundial de 2026, procurando observar, num contexto real e atual, a forma como os fenómenos anteriormente analisados se manifestam na prática.

O trabalho encontra-se organizado em seis capítulos. O primeiro aborda a evolução da circulação da informação desportiva, desde o modelo tradicional centrado na televisão até à emergência das redes sociais. O segundo aborda o papel destas plataformas enquanto amplificadoras do jornalismo desportivo. O terceiro centra-se nas alterações introduzidas nas rotinas dos jornalistas. O quarto e o quinto capítulos são dedicados, respetivamente, aos benefícios e aos riscos associados à crescente presença das redes sociais no jornalismo

desportivo. Por fim, o sexto capítulo apresenta um estudo de caso sobre a presença da Seleção Nacional Portuguesa nas redes sociais no Mundial de 2026.

Este projeto de graduação pretende, assim, contribuir para uma melhor compreensão do impacto das redes sociais no jornalismo desportivo, demonstrando como estas plataformas transformaram as práticas jornalísticas e se afirmaram como elementos centrais na comunicação desportiva contemporânea.

Capítulo I - A Circulação da Informação Desportiva: da Emissão Televisiva às Redes Sociais

Durante várias décadas, a televisão assumiu um papel central na divulgação dos acontecimentos desportivos, constituindo-se como um dos principais meios de acompanhamento da informação desportiva. A notícia encontrava-se fortemente associada ao momento da emissão televisiva: o público assistia aos telejornais, aos programas de debate, aos resumos dos jogos ou aos comentários desportivos, num modelo mediático caracterizado pela linearidade, pela definição de horários e por uma lógica de receção relativamente pontual. Logo, a circulação da informação estava dependente sobretudo do meio que a emitia e do tempo televisivo em que essa informação era disponibilizada ao público.

No âmbito do presente trabalho, a análise foca-se particularmente na realidade televisiva do jornalismo desportivo e na forma como esta se articula, nos dias de hoje, com as redes sociais e os ambientes digitais. Esta escolha relaciona-se também com a experiência pessoal de estágio desenvolvida no Porto Canal, contexto que permitiu um contacto mais próximo com as dinâmicas de produção, adaptação e circulação da informação desportiva no panorama mediático contemporâneo. Embora as alterações associadas ao digital sejam igualmente visíveis na rádio, na imprensa escrita e noutros meios de comunicação, o foco principal desta investigação incide sobretudo sobre o espaço televisivo e sobre as alterações provocadas pela crescente presença das plataformas digitais na circulação dos conteúdos desportivos.

Neste modelo tradicional, o acesso à informação encontrava-se condicionado ao tempo de emissão, sendo necessário que os espectadores aguardassem pelos horários definidos pelos canais televisivos para acompanhar os principais acontecimentos desportivos. A cobertura mediática seguia, por isso, uma estrutura relativamente previsível e fechada, na qual a visibilidade das notícias diminuía progressivamente após a transmissão, sendo rapidamente substituída por novos acontecimentos informativos. Desta forma, o ciclo noticioso apresentava uma duração mais limitada e dependente da lógica temporal da própria televisão.

Contudo, com o desenvolvimento da internet e, posteriormente, com a ampliação das redes sociais e das plataformas digitais, este modelo alterou-se profundamente. A informação deixou de permanecer limitada ao espaço televisivo e passou a circular de forma contínua através de diferentes meios e plataformas, permitindo uma difusão mais rápida, permanente e descentralizada dos conteúdos informativos. Neste novo contexto mediático, os acontecimentos desportivos passaram a gerar fluxos constantes de informação, prolongando-se muito para além do momento da transmissão televisiva.

Henry Jenkins (2006), em “Convergence Culture: Where Old and New Media Collide”, ao desenvolver o conceito de convergência mediática, explica esta transformação ao definir a convergência como o “flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences” (Jenkins, 2006, p. 2). Através desta perspetiva, compreende-se que os conteúdos deixam de estar associados a um único suporte e passam a circular entre diferentes meios e plataformas. O autor acrescenta ainda que a convergência não corresponde à substituição dos media tradicionais pelos novos media, mas antes à interação entre ambos, afirmando que: “If the digital revolution paradigm presumed that new media would replace old media, convergence assumes that old and new media will interact in more complex ways” (Jenkins, 2006, p. 6). Assim, as redes sociais não eliminam a relevância da televisão no jornalismo desportivo, mas contribuem para ampliar, prolongar e transformar a circulação da informação.

No caso específico do jornalismo desportivo, estas alterações tornaram-se particularmente evidentes devido ao elevado dinamismo associado ao desporto e ao forte interesse do público relativamente aos acontecimentos desportivos. A internet permitiu uma atualização constante das notícias, enquanto as redes sociais passaram a funcionar como canais imprescindíveis de distribuição, circulação e prolongamento da informação.

José van Dijck e Thomas Poell (2013), no artigo “Understanding Social Media Logic”, analisam esta realidade através do conceito de social media logic, definido como os “...processes, principles, and practices through which these platforms process information, news, and communication...” (van Dijck & Poell, 2013, p.5). Através deste conceito, os autores procuram analisar como as redes sociais não funcionam apenas como canais de distribuição de conteúdos, mas também como estruturas que influenciam os

próprios processos de produção e circulação da informação. Segundo van Dijck e Poell (2013), a lógica destas plataformas estende-se a diferentes áreas da vida pública, condicionando a forma como os conteúdos são produzidos, distribuídos e consumidos. Neste sentido, a circulação da informação deixa de depender exclusivamente dos meios tradicionais e passa também a ser influenciada pelas dinâmicas algorítmicas, pela lógica das plataformas digitais e pela interação constante dos utilizadores.

Esta transformação modifica consideravelmente o próprio ciclo de vida da notícia desportiva. Em vez de existir apenas um momento principal de consumo informativo associado à emissão televisiva, os conteúdos passam a circular de forma contínua ao longo do tempo e em diferentes plataformas. Antes do início de um jogo, por exemplo, surgem frequentemente nas redes sociais conteúdos relacionados com as equipas titulares, os suplentes, a chegada dos jogadores ao estádio, o ambiente vivido entre os adeptos ou os momentos de preparação das equipas. Durante o evento desportivo, multiplicam-se publicações relacionadas com golos, lances polémicos, reações de adeptos ou outros momentos importantes do jogo. Após o final das partidas, são publicados resumos, análises, entrevistas, bastidores e conteúdos adicionais que prolongam a atenção mediática em torno do acontecimento desportivo. Assim, o jogo deixa de existir somente enquanto transmissão televisiva e passa a integrar um fluxo mediático contínuo e permanente.

Neste novo cenário comunicacional, a circulação da informação passa também a depender da participação ativa dos utilizadores. Axel Bruns (2011) descreve esta transformação através do conceito de *gatewatching*, defendendo que o modelo tradicional de *gatekeeping* associado aos meios de comunicação foi profundamente alterado pelos ambientes digitais participativos. Como afirma o autor no artigo “Gatekeeping, Gatewatching, Real Time Feedback: New Challenges for Journalism”: “The old gatekeeping monopoly of the mass media has been challenged by the new practice of gatewatching” (Bruns, 2011, p. 117). Este ponto de vista defende que o controlo da circulação informativa já não pertence exclusivamente aos jornalistas e às instituições mediáticas. Neste contexto, os utilizadores possuem igualmente um papel fulcral na observação, seleção, avaliação e partilha de conteúdos informativos, contribuindo ativamente para a disseminação da informação nas plataformas digitais.

Paralelamente, a crescente presença das redes sociais no jornalismo desportivo integra-se num contexto mais amplo de transformação das estruturas comunicacionais contemporâneas. Manuel Castells (2010), na obra “The Rise of the Network Society”, explica que a expansão da internet deu origem a uma sociedade em rede, caracterizada pela centralidade das redes de informação na organização social. Como descreve o autor, “Networks constitute the new social morphology of our societies” (Castells, 2010, p. 500). Esta perspetiva evidencia que a comunicação deixa de depender somente de estruturas lineares e hierarquizadas, passando a desenvolver-se através de redes interligadas, dinâmicas e descentralizadas. Desta forma, a circulação da informação torna-se mais rápida, permanente e distribuída entre múltiplos atores e plataformas, originando novas formas de produção, partilha e consumo de conteúdos.

Assim, pode afirmar-se que as redes sociais desempenham atualmente um papel fundamental na transformação do jornalismo desportivo, alterando profundamente os modos de produção, circulação e consumo da informação. A notícia deixa de estar limitada a um momento específico de emissão televisiva e passa a integrar um fluxo contínuo de conteúdos, característico de um ambiente digital marcado pela atualização permanente, pela convergência mediática e pela circulação em rede.

Capítulo II - As Redes Sociais como Amplificadoras do Jornalismo Desportivo

Se anteriormente foi possível compreender a mudança do modelo tradicional de difusão da informação para um contexto de circulação contínua em ambiente digital, importa agora perceber de forma mais concreta quais são os efeitos dessa transformação no jornalismo desportivo. A consolidação das redes sociais no ecossistema mediático contemporâneo provocou alterações profundas na forma como o jornalismo desportivo circula, alcança o público e se mantém presente no espaço mediático. Se no passado os meios de comunicação dependiam sobretudo da emissão televisiva, da publicação impressa ou do acesso direto aos websites institucionais, atualmente a informação desenvolve-se num ambiente digital marcado pela conectividade permanente, pela multiplicação de plataformas e pela intensa circulação de conteúdos entre utilizadores.

Neste contexto, as redes sociais não devem ser entendidas apenas como ferramentas complementares de divulgação, mas como estruturas que ampliam significativamente o impacto do jornalismo desportivo. Essa amplificação manifesta-se em diferentes dimensões: na expansão do alcance dos conteúdos, no prolongamento temporal da circulação informativa e no reforço da proximidade entre os meios de comunicação e o público. O acontecimento desportivo deixa, assim, de existir apenas no momento da transmissão e passa a integrar um fluxo contínuo de produção, partilha, comentário e recirculação de informação.

No caso do desporto, esta transformação adquire uma relevância particular devido à forte componente emocional associada aos acontecimentos desportivos. Jogos, conferências de imprensa, convocatórias, lesões, transferências ou declarações polémicas tornam-se facilmente conteúdos partilháveis, debatidos e reinterpretados nas plataformas digitais. As redes sociais criam, deste modo, um ambiente propício à amplificação mediática dos acontecimentos, permitindo que a informação circule com maior intensidade, velocidade e permanência no espaço público digital.

2.1. Amplificação de alcance

Uma das consequências mais visíveis da presença das redes sociais no jornalismo desportivo corresponde à ampliação do alcance da informação. No modelo mediático tradicional, o acesso às notícias encontrava-se mais dependente do momento da emissão televisiva, da leitura do jornal ou da procura deliberada por parte do público. A circulação da informação desenvolvia-se, por isso, de forma relativamente mais limitada, permanecendo associada aos espectadores do canal televisivo, aos leitores do jornal ou aos utilizadores que acediam diretamente aos websites dos órgãos de comunicação social.

Com o desenvolvimento das plataformas digitais, esta lógica sofre alterações profundas. A notícia deixa de depender exclusivamente do espaço onde foi originalmente publicada e passa a circular entre múltiplos ambientes digitais, podendo ser encontrada, partilhada e comentada por públicos extremamente diversificados. O conteúdo jornalístico já não chega apenas ao espectador habitual do noticiário desportivo ou ao adepto que procura intencionalmente informação sobre determinado clube ou competição. Passa igualmente a alcançar utilizadores que seguem páginas de clubes, perfis de comentadores, contas de atletas, hashtags associados a eventos desportivos ou até contactos pessoais que partilham conteúdos relacionados com o acontecimento.

Esta transformação permite ao jornalismo desportivo ultrapassar significativamente os limites da audiência tradicional. Por um lado, possibilita o contacto com públicos mais jovens, cujos hábitos de consumo informativo estão cada vez mais associados às plataformas digitais e menos dependentes da televisão convencional. Por outro lado, favorece uma circulação geográfica muito mais ampla, uma vez que os conteúdos podem ser visualizados, comentados e redistribuídos por utilizadores localizados em diferentes contextos nacionais e internacionais. Um vídeo curto publicado após um golo, uma reação a um lance polémico ou uma entrevista rápida realizada no final de um jogo pode alcançar milhares de pessoas em poucos minutos, independentemente do local onde essas pessoas se encontram.

A amplificação do alcance não se manifesta apenas no aumento quantitativo da audiência. Ela traduz-se igualmente numa diversificação das formas de contacto com a informação desportiva. A notícia pode surgir sob a forma de texto, vídeo curto, stories, publicação

em direto, resumo audiovisual, clip isolado ou publicação centrada num momento específico do jogo. Esta multiplicidade de formatos facilita a adaptação dos conteúdos às características das diferentes plataformas digitais e aos hábitos de consumo dos utilizadores, aumentando o potencial de circulação e visibilidade da informação.

No contexto do jornalismo desportivo, esta expansão manifesta-se de forma particularmente evidente. Tal como já foi referido, antes de um jogo, os meios de comunicação podem publicar conteúdos relacionados com a chegada das equipas ao estádio, as escolhas dos treinadores, o ambiente vivido pelos adeptos ou os momentos de preparação das equipas. Durante o evento, multiplicam-se publicações associadas a golos, substituições, reações dos adeptos, decisões de arbitragem ou lances em destaque. Posteriormente, continuam a circular entrevistas, análises, bastidores e resumos do acontecimento. Cada um destes conteúdos pode autonomizar-se relativamente ao contexto original da emissão televisiva e circular de forma independente, atingindo utilizadores que nem sequer acompanharam o jogo ou o programa em direto.

Renato Santarém (2017), na dissertação “Jornalismo Desportivo: Tendências dos Estudantes Universitários no Consumo de Informação Desportiva” reforça esta transformação ao afirmar que “o impresso comprado no dia seguinte é hoje substituído por informação disponibilizada em plataformas online ao minuto. Nunca a palavra facilidade fez tanto sentido se atentarmos na quantidade de conteúdo de jaez desportivo à disposição”. (Santarém, 2017, p. v). O autor acrescenta ainda que a evolução das plataformas digitais ampliou significativamente as possibilidades de acesso à informação desportiva, permitindo que os conteúdos sejam disponibilizados em múltiplos formatos, como texto, imagem, vídeo e áudio, e consumidos em qualquer momento e a partir de qualquer lugar. Esta realidade contribuiu para uma experiência informativa mais imediata, acessível e globalizada (Santarém, 2017, p. v).

Esta lógica de circulação alargada contribui também para reforçar a visibilidade e a projeção dos próprios órgãos de comunicação social. Ao circularem nas redes sociais, os conteúdos não apenas informam o público, mas promovem simultaneamente o meio que os produziu. Uma publicação com forte alcance pode direcionar novos utilizadores para o website do canal, para as páginas institucionais ou até para os próprios programas televisivos, funcionando como ponte entre diferentes plataformas e espaços mediáticos.

Desta forma, as redes sociais ampliam o jornalismo desportivo porque tornam a informação mais acessível, mais partilhável, mais visível e potencialmente mais global. A notícia deixa de permanecer limitada a uma audiência relativamente estável e passa a integrar uma rede de circulação alargada, em que o seu alcance se multiplica através da conectividade digital, da adaptação formal dos conteúdos e da participação constante dos utilizadores.

2.2. Amplificação temporal

Para além de ampliarem o alcance da informação, as redes sociais alteram profundamente a dimensão temporal do jornalismo desportivo. No modelo tradicional, o consumo informativo encontrava-se fortemente associado a momentos específicos de emissão, como o telejornal, os programas de debate desportivo ou a leitura diária do jornal. A notícia era consumida de forma relativamente concentrada e pontual, permanecendo dependente dos horários definidos pelos meios de comunicação.

Com a consolidação das plataformas digitais, esta lógica temporal transforma-se significativamente. A informação desportiva passa a circular de forma contínua ao longo do dia, sendo constantemente atualizada, republicada, comentada e revisitada pelos utilizadores. O contacto com a atualidade deixa de ocorrer apenas em momentos específicos e passa a integrar uma lógica de atualização permanente, em que o público acompanha os acontecimentos em tempo real e regressa repetidamente aos conteúdos ao longo do dia.

Esta transformação não significa apenas que a notícia “permanece disponível” durante mais tempo, significa sobretudo que o consumo informativo se torna mais frequente, fragmentado e recorrente. Os utilizadores consultam redes sociais várias vezes ao longo do dia, acompanham notificações, regressam a conteúdos anteriormente publicados, revêm lances específicos em diferentes formatos e mantêm-se atentos a novas reações, comentários ou desenvolvimentos associados ao acontecimento desportivo.

No caso do desporto, esta amplificação temporal torna-se especialmente notória porque os acontecimentos desportivos geram narrativas que ultrapassam largamente o momento

do jogo. O interesse do público não se limita ao apito inicial ou final. Pelo contrário, o acompanhamento começa antes do evento, intensifica-se durante a realização da partida e prolonga-se posteriormente através de análises, comentários, entrevistas, reações, debates e conteúdos derivados. As redes sociais permitem precisamente essa continuidade, mantendo o acontecimento ativo no espaço público durante períodos muito mais longos.

Mais do que uma simples sucessão de conteúdos antes, durante e depois do jogo, aquilo que verdadeiramente se altera é o próprio hábito de consumo informativo do público. O utilizador deixa de possuir um único momento privilegiado de contacto com a notícia e passa a viver num regime de atualização constante. A informação desportiva transforma-se num conteúdo consultado repetidamente em deslocações, intervalos, tempos mortos ou simultaneamente a outras atividades quotidianas. O consumo deixa, assim, de ser concentrado e passa a assumir um carácter distribuído, contínuo e permanente.

José Piteira (2022), na dissertação “A Investigação no Jornalismo Desportivo: Análise da Imprensa Desportiva Portuguesa” reforça esta ideia ao afirmar que “o ciclo noticioso atualmente é constante, com uma duração de 24 horas por dia, sete dias por semana. O público pretende atualizações em tempo real, e uma produção de conteúdos audiovisuais nas redes sociais ou on-demand.” (Piteira, 2022, p. 8). Esta perspetiva demonstra que a amplificação temporal não corresponde apenas a uma maior duração abstrata da notícia, mas sim à existência de um fluxo contínuo de atualização e circulação informativa.

O mesmo estudo acrescenta ainda que “Da mesma forma que o número de plataformas onde podem ser publicados conteúdos sobre desporto aumentou, também houve um aumento da carga de trabalho dos jornalistas desportivos.” (Piteira, 2022, p. 8). Esta observação revela que a intensificação temporal não afeta somente o público, mas também os próprios profissionais da comunicação, que passam a operar num contexto de produção contínua e de permanente necessidade de atualização. Ou seja, os efeitos da amplificação temporal fazem-se sentir não apenas na forma como a informação é consumida, mas também na forma como é produzida.

Outro fenómeno relevante associado a esta amplificação temporal corresponde à repetição e recontextualização constante dos conteúdos. Um golo, uma declaração polémica ou um momento específico do jogo pode surgir inicialmente numa transmissão em direto, reaparecer posteriormente num vídeo curto, ser recortado para stories, voltar a circular através de comentários ou integrar análises posteriores. O mesmo acontecimento é, assim, revisitado e reinterpretado várias vezes, prolongando a sua presença mediática e reforçando a sua centralidade no debate público.

Consequentemente, a informação desportiva deixa de ser apenas mais rápida e passa também a ser mais persistente. Continua a circular, reaparece em diferentes contextos e mantém-se presente no quotidiano digital dos utilizadores. O público não se limita a “ver” a notícia; acompanha-a, revisita-a e mantém uma ligação contínua aos acontecimentos desportivos ao longo do dia.

Assim, as redes sociais ampliam temporalmente o jornalismo desportivo porque transformam a notícia num objeto de consumo contínuo, recorrente e prolongado. A informação deixa de estar associada a um único momento de emissão e passa a integrar os hábitos digitais quotidianos dos utilizadores, acompanhando permanentemente a sua relação com a atualidade desportiva.

2.3. Redes sociais como ferramenta de proximidade com o público

Para além de ampliarem o alcance e intensificarem a dimensão temporal da informação, as redes sociais alteram também profundamente a relação estabelecida entre o jornalismo desportivo e o público. No modelo mediático tradicional, a comunicação desenvolvia-se sobretudo de forma unidirecional: os meios de comunicação produziam e difundiam conteúdos, enquanto o público assumia essencialmente um papel recetor. Com a emergência das plataformas digitais, esta relação torna-se mais interativa, imediata e participativa.

No contexto do jornalismo desportivo, esta proximidade assume uma relevância particular devido à forte componente emocional associada ao desporto. Jogos, decisões de arbitragem, declarações polémicas, derrotas inesperadas ou momentos históricos geram reações intensas por parte dos adeptos, tornando o desporto num dos espaços mediáticos com maior potencial de envolvimento coletivo. As redes sociais oferecem precisamente um ambiente favorável à expressão dessa dimensão emocional, permitindo que os utilizadores comentem, debatam, partilhem opiniões, criem memes e reajam em tempo real aos acontecimentos desportivos.

Desta forma, o público deixa de assumir apenas uma posição passiva relativamente à informação e passa a participar ativamente na sua circulação, interpretação e recontextualização. Os utilizadores comentam publicações, concordam ou discordam das análises apresentadas, discutem lances polémicos, criticam jogadores e treinadores ou reagem imediatamente aos acontecimentos que marcam o jogo. O jornalismo desportivo deixa, assim, de funcionar apenas como espaço de transmissão informativa e passa igualmente a assumir-se como espaço de mediação de conversas públicas em torno do desporto.

As redes sociais tornam-se também espaços de formação de comunidades digitais associadas ao acompanhamento desportivo. Adeptos, seguidores, comentadores e utilizadores interessados reúnem-se em torno de conteúdos, equipas, competições ou acontecimentos específicos, criando ambientes digitais marcados pela partilha e pela participação coletiva. Assim, a informação jornalística deixa de circular de forma isolada e passa a integrar dinâmicas contínuas de comentário, interpretação e reaproveitamento simbólico dos conteúdos. Segundo Papacharissi (2015), no livro “Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics”, estas dinâmicas não resultam apenas das características tecnológicas das plataformas, mas sobretudo das narrativas que os utilizadores constroem e partilham em torno dos acontecimentos, criando ligações emocionais e um sentimento de proximidade entre pessoas que acompanham o mesmo evento. Como afirma a autora, “Technologies network us but it is narratives that connect us to each other, making us feel close to some and distancing us from others” (Papacharissi, 2015, p. 5).

Esta proximidade produz igualmente alterações na relação entre os próprios órgãos de comunicação social e as suas audiências. Os meios passam a obter um contacto mais imediato com as reações do público, percebendo rapidamente quais os conteúdos que geram maior mobilização, quais os temas que suscitam mais debate e quais os formatos que produzem maiores níveis de interação. Simultaneamente, os utilizadores sentem-se mais próximos dos meios de comunicação, uma vez que podem responder diretamente às publicações, interagir com jornalistas ou participar em debates públicos associados aos acontecimentos desportivos. Neste contexto, Bossio (2017), no capítulo “News in Social Media Environments: Journalism in a ‘Post-Truth’ World”, integrado na obra “Journalism and Social Media: Practitioners, Organisations and Institutions”, defende que a possibilidade de as audiências comunicarem diretamente com os produtores de notícias, ou até produzirem os seus próprios conteúdos informativos, alterou significativamente a forma como as organizações jornalísticas produzem e distribuem informação. Como afirma a autora, “The ability of online audiences to either directly communicate with the producers of news, or to produce their own news, has influenced the ways in which news media organisations produce and distribute news.” (Bossio, 2017, p. 138).

No contexto desportivo, esta dinâmica torna-se particularmente intensa devido ao elevado potencial emocional dos conteúdos. Um golo decisivo, uma expulsão controversa, uma arbitragem polémica, uma derrota inesperada ou uma declaração mediática podem gerar milhares de reações em poucos minutos. A circulação de comentários humorísticos, memes, respostas impulsivas ou debates mais elaborados demonstra como a informação desportiva se transforma facilmente numa experiência coletiva e partilhada.

Neste sentido, as redes sociais não apenas ampliam a circulação da notícia, mas transformam igualmente a forma como ela é vivida pelo público. O jornalismo desportivo passa a desenvolver-se num ambiente mais participativo, relacional e comunitário, em que a informação continua a assumir um papel central, mas passa a existir acompanhada por uma camada permanente de reação, debate, comentário e envolvimento coletivo.

Capítulo III - Mudanças nas Rotinas do Jornalista Desportivo na Era das Redes Sociais

A crescente presença das redes sociais no ecossistema mediático contemporâneo não transformou apenas os modos de circulação e consumo da informação desportiva. Alterou igualmente, de forma profunda, as próprias rotinas profissionais dos jornalistas e a maneira como o trabalho jornalístico é atualmente desenvolvido. Se, durante várias décadas, o exercício do jornalismo assentava em práticas relativamente estáveis, organizadas em torno de horários definidos, fontes institucionais e processos de produção mais previsíveis, a consolidação das plataformas digitais introduziu um ambiente informativo muito mais acelerado, permanente e competitivo.

No contexto do jornalismo desportivo, estas transformações tornaram-se particularmente visíveis devido à intensidade mediática associada ao desporto e à necessidade constante de atualização dos acontecimentos. Jogos, conferências de imprensa, transferências, lesões, declarações de jogadores ou reações de adeptos geram diariamente um elevado volume de informação que circula de forma contínua nas plataformas digitais. Neste cenário, o jornalista deixa de trabalhar apenas em função dos ritmos tradicionais da televisão ou da redação e passa a integrar um ecossistema informativo marcado pela atualização permanente, pela multiplicidade de fontes e pela necessidade de resposta imediata.

As redes sociais introduzem, assim, novas exigências ao nível da recolha, verificação, seleção e difusão da informação. O jornalista passa a desenvolver a sua atividade num ambiente em que os acontecimentos surgem e circulam em tempo real, obrigando a uma adaptação constante das práticas profissionais. Desta forma, as plataformas digitais deixam de assumir apenas uma função complementar e passam a influenciar diretamente o próprio exercício do jornalismo desportivo.

3.1. Redes sociais como ferramenta de trabalho

No modelo mediático tradicional, o trabalho do jornalista desportivo encontrava-se fortemente dependente de fontes institucionais e de mecanismos mais formais de acesso à informação. Conferências de imprensa, entrevistas presenciais, comunicados oficiais, contactos telefónicos ou observação direta dos acontecimentos constituíam os principais instrumentos utilizados pelos profissionais para recolher dados e construir as suas peças jornalísticas. O processo de produção noticiosa desenvolvia-se, por isso, de forma relativamente mais estruturada e previsível, permitindo uma maior organização do trabalho e um controlo mais rigoroso sobre as fontes utilizadas.

Com o desenvolvimento das redes sociais, esta lógica sofreu alterações profundas. As plataformas digitais passaram a integrar o quotidiano dos jornalistas como ferramentas centrais de trabalho, influenciando não apenas a divulgação dos conteúdos, mas também os próprios processos de recolha e identificação da informação. Clubes, jogadores, treinadores, dirigentes, comentadores e outras figuras relevantes do universo desportivo utilizam atualmente as redes sociais para comunicar diretamente com o público, tornando estas plataformas espaços privilegiados de produção de conteúdos com potencial interesse jornalístico.

Neste novo contexto, o jornalista passa a desenvolver uma atividade de acompanhamento permanente das redes sociais, procurando identificar conteúdos relevantes que possam ser transformados em notícia. Uma publicação realizada por um jogador, uma reação após um jogo, um comentário feito durante uma transmissão em direto ou até um conteúdo aparentemente informal, como um story ou um vídeo curto, podem rapidamente adquirir relevância mediática e originar novas peças jornalísticas. Assim, a informação deixa de surgir exclusivamente através dos espaços institucionais tradicionais e passa também a emergir de ambientes digitais descentralizados e permanentemente ativos.

As redes sociais permitem igualmente um acesso mais imediato aos acontecimentos, reduzindo significativamente a distância temporal entre o momento em que algo acontece e o momento em que o jornalista toma conhecimento dessa informação. Lesões, transferências, reações de adeptos, declarações polémicas ou mudanças de última hora podem ser identificadas quase instantaneamente através das plataformas digitais,

possibilitando uma resposta mais rápida por parte dos meios de comunicação social. Ao mesmo tempo, estas plataformas oferecem aos jornalistas um contacto constante com tendências, debates e temas que mobilizam o espaço público desportivo, permitindo acompanhar em tempo real aquilo que gera maior atenção e envolvimento junto do público.

Neste contexto, Zhang e Li (2019), no artigo “From Social Media with News: Journalists’ Social Media Use for Sourcing and Verification”, defendem que as redes sociais passaram a integrar diversas etapas do processo de produção jornalística, deixando de funcionar apenas como espaços de divulgação de conteúdos. Segundo os autores, estas plataformas são atualmente utilizadas pelos jornalistas para procurar ideias para notícias, identificar e contactar fontes, verificar informações, divulgar conteúdos e interagir com o público, assumindo um papel cada vez mais relevante nas rotinas profissionais. Esta perspetiva demonstra que as redes sociais se afirmam como uma ferramenta de trabalho indispensável no jornalismo contemporâneo, particularmente em áreas marcadas pela constante atualização informativa, como o jornalismo desportivo. Como afirmam Zhang e Li (2019), “Social media is involved in many aspects of news production, such as story idea seeking, news sourcing, information verification, news story presentation, post-production content dissemination and promotion, and audience engagement” (Zhang e Li, 2019, p. 3).

No entanto, esta transformação traz também novos desafios para o exercício da profissão. A enorme quantidade de conteúdos disponíveis nas redes sociais obriga os jornalistas a desenvolver uma capacidade de seleção e verificação cada vez mais exigente. Nem toda a informação publicada possui valor noticioso, credibilidade ou relevância jornalística, tornando-se necessário distinguir entre conteúdos relevantes, rumores, especulações ou informações potencialmente falsas. Neste sentido, o jornalista deixa de atuar apenas como produtor de informação e assume também um papel fundamental de filtragem, contextualização e validação dos conteúdos que circulam nas plataformas digitais.

Por outro lado, a crescente dependência das redes sociais enquanto ferramenta de trabalho contribui para alterar a própria organização das rotinas profissionais. O jornalista deixa de trabalhar exclusivamente em função da lógica da redação ou dos horários de emissão e passa a desenvolver a sua atividade num ambiente informativo contínuo, onde novos

conteúdos podem surgir a qualquer momento. O acompanhamento permanente das plataformas digitais transforma-se, assim, numa dimensão central do trabalho jornalístico contemporâneo.

Desta forma, as redes sociais deixam de ser apenas canais de distribuição e passam a assumir-se como ferramentas estruturantes do próprio processo de produção jornalística. Muitas notícias deixam inclusive de nascer nas redações tradicionais e passam a emergir diretamente das plataformas digitais, sendo posteriormente selecionadas, desenvolvidas e contextualizadas pelos jornalistas. O exercício do jornalismo desportivo passa, assim, a desenvolver-se num espaço mediático mais rápido, mais descentralizado e fortemente condicionado pelas dinâmicas do ambiente digital.

3.2. Pressão da instantaneidade

Para além de alterarem as ferramentas e os processos de trabalho, as redes sociais introduziram também uma nova lógica temporal no exercício do jornalismo, marcada pela valorização da rapidez e pela necessidade de atualização constante. No modelo tradicional, os jornalistas dispunham, geralmente, de um intervalo de tempo mais alargado para recolher informação, confirmar dados, organizar conteúdos e preparar a sua divulgação. Ou seja, o ciclo noticioso apresentava ritmos relativamente mais estáveis, permitindo uma abordagem mais estruturada e, em muitos casos, mais aprofundada dos acontecimentos.

Com a consolidação das plataformas digitais, esta lógica sofreu alterações notórias. A informação passou a circular em tempo real, sendo continuamente atualizada, comentada e partilhada entre utilizadores e meios de comunicação. Neste contexto, os jornalistas enfrentam uma pressão crescente para acompanhar o ritmo acelerado das redes sociais, sendo frequentemente obrigados a publicar conteúdos de forma quase imediata para evitar perder relevância ou ficar atrás da concorrência.

Alfred Hermida (2010), no artigo “Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism”, defende que as redes sociais contribuíram para o surgimento de um ambiente informativo caracterizado pela circulação contínua de conteúdos em tempo real. Segundo

o autor, “ambient journalism presents a multi-faceted and fragmented news experience as people contribute to the flow of news and information through multiple platforms” (Hermida, 2010, p. 301). Esta perspectiva evidencia que a informação deixa de circular de forma linear e passa a integrar um fluxo permanente de atualizações, comentários e partilhas, alterando profundamente o funcionamento tradicional do jornalismo.

Neste contexto, a pressão da instantaneidade emerge como uma das principais consequências da transformação digital do ecossistema mediático. A necessidade de acompanhar continuamente o fluxo informativo das plataformas digitais leva os jornalistas a trabalhar num ambiente marcado pela urgência e pela atualização constante. A rapidez de publicação torna-se um fator competitivo relevante, uma vez que a informação circula de forma praticamente imediata entre diferentes meios, plataformas e utilizadores.

A lógica do breaking news tornou-se, assim, uma das características mais marcantes do jornalismo contemporâneo. A necessidade de divulgar rapidamente acontecimentos relevantes reduz frequentemente o tempo disponível para a confirmação dos factos, aumentando o risco de imprecisões, erros ou divulgação de informação incompleta.

Neste contexto, Porlezza (2019), no artigo “Accuracy in Journalism”, observa que a aceleração do ciclo noticioso provocada pelos ambientes digitais levou muitos órgãos de comunicação a privilegiar, em determinadas situações, a publicação imediata em detrimento da verificação prévia da informação, aumentando o risco de erros e imprecisões. Como refere o autor, “As journalism moved online and the immediacy of the news cycle requested a faster pace of publication, news outlets often adopted the strategy to publish first and to verify second...” (Porlezza, 2019, p.1).

Embora a rapidez constitua atualmente uma exigência do ambiente digital, continua a ser fundamental garantir os princípios de rigor, verificação e credibilidade que sustentam a prática jornalística.

Esta pressão da instantaneidade produz igualmente efeitos ao nível da qualidade da informação. A prioridade atribuída à rapidez tende, por vezes, a favorecer conteúdos mais imediatos, reduzindo o espaço disponível para análises aprofundadas, contextualização ou reflexão crítica sobre os acontecimentos. No caso específico do jornalismo desportivo, esta tendência manifesta-se através da publicação constante de atualizações relacionadas

com jogos, transferências, declarações, rumores ou reações, frequentemente divulgadas num curto espaço de tempo e sujeitas a sucessivas atualizações.

Ao mesmo tempo, a aceleração do ritmo informativo altera profundamente as próprias condições de trabalho dos jornalistas. A necessidade de acompanhar continuamente múltiplas plataformas digitais, monitorizar acontecimentos em tempo real e responder rapidamente aos novos desenvolvimentos cria um ambiente profissional mais exigente e intensivo. O jornalista deixa de trabalhar apenas em função dos horários tradicionais da redação ou da emissão televisiva e passa a operar num regime de disponibilidade praticamente permanente, em que a informação pode surgir e ganhar relevância a qualquer momento.

No contexto desportivo, esta pressão torna-se ainda mais intensa devido ao elevado volume de acontecimentos que diariamente alimentam o espaço mediático. Jogos, conferências de imprensa, declarações de jogadores, rumores de transferências, publicações nas redes sociais ou reações dos adeptos geram constantemente novos conteúdos suscetíveis de rápida circulação pública. Consequentemente, os jornalistas são frequentemente confrontados com a necessidade de produzir informação num espaço temporal muito reduzido, conciliando simultaneamente rapidez, competitividade e responsabilidade profissional.

Assim, pode afirmar-se que as redes sociais não apenas aceleram o ritmo do jornalismo desportivo, mas transformam profundamente as próprias condições em que este é praticado. O exercício da profissão passa a desenvolver-se num ambiente mediático marcado pela urgência, pela atualização permanente e pela forte pressão temporal, obrigando os jornalistas a adaptar continuamente as suas rotinas de trabalho às exigências impostas pelo ecossistema digital contemporâneo.

Capítulo IV - Benefícios das Redes Sociais no Jornalismo Desportivo

Depois de analisadas as transformações provocadas pelas redes sociais na circulação da informação desportiva e nas próprias rotinas do jornalista, importa compreender de que forma estas plataformas podem também representar benefícios significativos para o jornalismo desportivo. Embora as redes sociais introduzam novos desafios, sobretudo ao nível da rapidez, da verificação e da pressão profissional, não deixam de constituir ferramentas importantes para a valorização, expansão e diversificação da informação desportiva.

Como referido anteriormente, as redes sociais não substituem os meios tradicionais, nomeadamente a televisão, mas passam a funcionar em articulação com estes, ampliando as possibilidades de circulação dos conteúdos e criando novas formas de contacto com o público. Neste sentido, os benefícios das redes sociais devem ser compreendidos não apenas em termos de rapidez ou visibilidade, mas também ao nível do acesso à informação, da valorização de modalidades menos mediáticas, do envolvimento dos públicos, da complementaridade entre televisão e plataformas digitais e das novas oportunidades abertas aos órgãos de comunicação social.

4.1. Democratização do acesso à informação desportiva

Um dos principais benefícios das redes sociais no jornalismo desportivo relaciona-se com a democratização do acesso à informação. Se, no modelo tradicional, o contacto com a atualidade desportiva dependia sobretudo dos horários televisivos, da compra de jornais ou da consulta deliberada de determinados meios, atualmente os conteúdos encontram-se disponíveis de forma mais imediata, gratuita e acessível através das plataformas digitais.

Esta transformação permite que um número mais vasto de pessoas acompanhe acontecimentos desportivos sem estar necessariamente dependente da emissão televisiva ou da cobertura dos meios tradicionais. A informação passa a estar disponível em diferentes momentos do dia, podendo ser consultada através de dispositivos móveis, redes sociais, notificações, vídeos curtos ou publicações dos próprios órgãos de comunicação.

Desta forma, o público ganha maior autonomia na forma como acede às notícias, podendo escolher quando, onde e através de que plataforma acompanha a atualidade desportiva.

No caso do jornalismo desportivo, esta democratização assume especial relevância porque o interesse pelo desporto ultrapassa frequentemente fronteiras geográficas, sociais e culturais. Adeptos que vivem longe da sua equipa, emigrantes, estudantes deslocados ou públicos internacionais podem acompanhar notícias, resultados, bastidores e reações através das redes sociais, mesmo quando não têm acesso direto à emissão televisiva original. Assim, a informação desportiva deixa de estar condicionada apenas à cobertura geográfica dos canais ou aos horários de transmissão e passa a circular de forma mais aberta e acessível. Neste contexto, Jimmy Sanderson (2011), no livro “It’s a Whole New Ballgame: How Social Media Is Changing Sports”, defende que as redes sociais ampliaram significativamente as possibilidades de acompanhamento da atualidade desportiva, reduzindo a dependência dos meios tradicionais e oferecendo ao público múltiplas formas de acompanhar os acontecimentos desportivos. Como refere o autor, “Fans use new media to watch games, discuss player transactions, form fan-based communities, and secure detailed information about their favourite athletes and teams. Never before have fans known so much about athletes, whether that happens via Twitter feeds, fan sites, or blogs, and never before have the lines between producer, consumer, enactor, fan and athlete been more blurred.” (Sanderson, 2011, p.103)

Desta forma, as redes sociais favorecem uma maior democratização do acesso à informação desportiva, tornando-a mais disponível, mais imediata e mais adaptada aos hábitos de consumo contemporâneos. O público deixa de estar limitado a um único momento de emissão e passa a ter acesso contínuo a conteúdos que antes poderiam ficar restritos a determinados espaços mediáticos.

4.2. Maior visibilidade para modalidades e atletas menos mediáticos

Outro benefício relevante das redes sociais no jornalismo desportivo prende-se com a possibilidade de dar maior visibilidade a modalidades, atletas e competições que tradicionalmente recebem menor atenção mediática. No contexto televisivo, o tempo de emissão é limitado e, por isso, tende a privilegiar os acontecimentos com maior impacto comercial, maior audiência e maior tradição mediática. Em Portugal, esta realidade torna-se particularmente evidente no predomínio do futebol, que ocupa grande parte da cobertura jornalística desportiva.

As redes sociais, por outro lado, permitem ultrapassar parte dessas limitações. Ao contrário da grelha televisiva, que depende de horários, alinhamentos e restrições de tempo, as plataformas digitais oferecem maior flexibilidade na publicação de conteúdos. Um momento relevante de uma modalidade menos mediática, uma conquista de um atleta individual ou uma competição com menor presença televisiva pode ser divulgado através de vídeos curtos, fotografias, entrevistas, stories ou publicações informativas, alcançando públicos que dificilmente teriam contacto com esses conteúdos através dos meios tradicionais. Neste sentido, Anjali Anand e Karthika C. (2023), no artigo “Role of Social Media in Promoting Less Popular Sports”, defendem que as redes sociais têm desempenhado um papel determinante no aumento da visibilidade de modalidades tradicionalmente menos mediáticas, permitindo-lhes alcançar públicos mais amplos e despertar um maior interesse junto dos adeptos. Como referem as autoras, “According to the survey, social media has enabled less popular sports to reach a wider audience, which has led to an increase in participation and engagement. Through social media platforms, fans can easily access live streams, highlights, and news updates, which has increased interest in these sports.” (Anand & Karthika, 2023, p. 217).

Esta possibilidade contribui para diversificar o ecossistema desportivo e reduzir a concentração da visibilidade em torno de um número limitado de modalidades. Modalidades como o futsal, o hóquei em patins, o andebol, o voleibol, o atletismo, o ciclismo ou o desporto feminino podem beneficiar da circulação digital, uma vez que as redes sociais permitem destacar momentos específicos, histórias pessoais, conquistas desportivas ou conteúdos de bastidores que não teriam necessariamente espaço na emissão televisiva convencional.

Além disso, as redes sociais permitem humanizar e valorizar atletas que, muitas vezes, permanecem afastados da cobertura mediática dominante. Através de entrevistas curtas, publicações de bastidores, conteúdos de treino ou momentos de celebração, os públicos podem conhecer melhor os percursos, dificuldades e conquistas desses atletas. Esta visibilidade contribui não apenas para aumentar o reconhecimento público, mas também para fortalecer a relação entre modalidades menos mediáticas e potenciais novos públicos.

Neste sentido, as redes sociais funcionam como um espaço de abertura e diversificação da informação desportiva. Ao permitirem que conteúdos de menor presença televisiva circulem com maior facilidade, contribuem para ampliar a cultura desportiva dos públicos e para valorizar a pluralidade do universo desportivo. Assim, o jornalismo desportivo pode deixar de estar tão centrado nas modalidades dominantes e passar a integrar uma visão mais ampla, inclusiva e diversificada do desporto.

4.3. Reforço do envolvimento e da cultura desportiva

Como mencionado anteriormente, as redes sociais alteram a relação entre os meios de comunicação e o público, tornando-a mais interativa e participativa. No entanto, para além dessa proximidade, estas plataformas contribuem também para reforçar o envolvimento dos públicos com o desporto e para ampliar a cultura desportiva no espaço público.

O desporto é, por natureza, uma área marcada por emoção, identificação e pertença coletiva. As redes sociais intensificam essa dimensão ao permitirem que os adeptos acompanhem, comentem e partilhem conteúdos de forma contínua. Esta participação não se limita à reação imediata aos acontecimentos; ela contribui para criar comunidades digitais em torno de clubes, modalidades, atletas e competições. Assim, o público deixa de acompanhar o desporto apenas como espectador e passa a integrá-lo como parte do seu quotidiano comunicacional.

Este envolvimento pode ter efeitos positivos para o jornalismo desportivo, uma vez que aumenta o interesse do público pelos conteúdos informativos e reforça a centralidade do desporto na esfera pública. Comentários, partilhas, debates, memes e reações permitem

que as notícias desportivas permaneçam em circulação e sejam apropriadas pelos utilizadores, gerando novas formas de discussão e interpretação. O jornalismo passa, assim, a beneficiar de uma audiência mais ativa, mais participativa e mais envolvida nos acontecimentos.

Para além disso, a circulação constante de conteúdos desportivos contribui para aumentar o conhecimento do público sobre diferentes aspetos do desporto. Através das redes sociais, os utilizadores podem contactar com análises, estatísticas, explicações táticas, entrevistas, histórias de atletas, bastidores e conteúdos educativos. Esta diversidade de informação pode contribuir para uma compreensão mais ampla do fenómeno desportivo, indo além do resultado ou do momento competitivo.

Assim, as redes sociais beneficiam o jornalismo desportivo ao reforçarem o envolvimento dos públicos e ao contribuírem para o desenvolvimento de uma cultura desportiva mais ativa, participativa e diversificada. O desporto deixa de ser apenas consumido em momentos específicos e passa a integrar uma experiência comunicacional contínua, partilhada e socialmente valorizada.

4.4. Complementaridade entre televisão e redes sociais

Um dos aspetos mais importantes a considerar é que as redes sociais não devem ser entendidas como substitutas da televisão, mas como plataformas complementares que ampliam e prolongam a experiência televisiva. Como foi referido no primeiro capítulo, a convergência mediática não implica necessariamente o desaparecimento dos meios tradicionais, mas antes a sua articulação com novos suportes e novas formas de circulação da informação.

No caso do jornalismo desportivo televisivo, esta complementaridade torna-se especialmente evidente. A televisão continua a desempenhar um papel relevante na transmissão de jogos, programas de análise, entrevistas e conteúdos informativos mais estruturados. Contudo, as redes sociais permitem preparar, acompanhar e prolongar esses mesmos conteúdos, criando uma relação mais contínua entre o meio televisivo e o público.

Antes de uma emissão, as plataformas digitais podem ser utilizadas para promover programas, anunciar convidados, divulgar horários ou criar expectativa em torno de determinado acontecimento desportivo. Durante a emissão, podem funcionar como espaço de comentário, reação e participação do público. Após a transmissão, permitem prolongar a visibilidade dos conteúdos através de excertos, resumos, melhores momentos, frases marcantes ou publicações complementares.

Esta articulação beneficia os meios de comunicação porque permite reforçar a sua presença em diferentes plataformas e adaptar os conteúdos a hábitos de consumo mais fragmentados. Um utilizador pode não assistir integralmente a um programa televisivo, mas entrar em contacto com partes relevantes desse conteúdo através das redes sociais. Da mesma forma, uma publicação nas redes pode despertar interesse pela emissão televisiva, funcionando como porta de entrada para o conteúdo principal.

No caso de meios como o Porto Canal, esta complementaridade revela-se especialmente importante, uma vez que as redes sociais permitem aproximar a emissão televisiva de públicos que consomem informação de forma cada vez mais digital e móvel. Assim, a televisão mantém a sua relevância enquanto meio estruturante, mas passa a beneficiar da capacidade das plataformas digitais para prolongar, adaptar e redistribuir os seus conteúdos.

Deste modo, a relação entre televisão e redes sociais deve ser entendida como uma relação de continuidade e reforço mútuo. As redes sociais ampliam a presença da televisão no quotidiano dos públicos, enquanto a televisão continua a oferecer enquadramento, credibilidade e estrutura aos conteúdos jornalísticos. Esta complementaridade fortalece o ecossistema mediático desportivo e permite uma circulação mais eficaz da informação.

4.5. Novas oportunidades para os meios de comunicação

Por fim, as redes sociais representam também novas oportunidades estratégicas para os meios de comunicação que trabalham na área do jornalismo desportivo. Para além de funcionarem como espaços de difusão, estas plataformas permitem reforçar a identidade

dos órgãos de comunicação, aproximar a marca do público e experimentar novos formatos de produção jornalística.

Num ambiente mediático cada vez mais competitivo, a presença digital tornou-se essencial para a afirmação dos meios de comunicação. As redes sociais permitem que os órgãos jornalísticos mantenham contacto regular com as suas audiências, divulguem conteúdos de forma mais imediata e construam uma identidade própria através da linguagem visual, do tom comunicativo e dos formatos utilizados. No caso do jornalismo desportivo, esta dimensão é crucial uma vez que, o público valoriza conteúdos rápidos, visuais, emocionais e facilmente partilháveis.

Estas plataformas oferecem ainda a possibilidade de experimentar formatos que dificilmente teriam espaço ou adequação na televisão tradicional. Vídeos curtos, bastidores, conteúdos verticais, diretos, entrevistas rápidas, publicações interativas, sondagens ou excertos de programas permitem diversificar a oferta informativa e adaptar os conteúdos às lógicas específicas de cada rede social. Esta adaptação contribui para tornar o jornalismo desportivo mais flexível, mais próximo das práticas digitais contemporâneas e mais capaz de responder aos diferentes hábitos de consumo do público.

Além disso, as redes sociais podem funcionar como instrumentos de fidelização. A publicação regular de conteúdos permite manter uma relação contínua com os utilizadores, criando hábitos de acompanhamento e reforçando a presença do meio de comunicação no quotidiano digital do público. Esta ligação pode contribuir para aumentar a notoriedade do órgão jornalístico e fortalecer a confiança dos utilizadores na sua cobertura desportiva.

As redes sociais representam, ainda, uma oportunidade para alcançar públicos que tradicionalmente poderiam estar mais afastados da televisão ou dos meios convencionais. Públicos jovens, utilizadores que consomem sobretudo conteúdos móveis ou pessoas que acompanham desporto através de excertos e publicações digitais podem estabelecer contacto com os meios jornalísticos precisamente através dessas plataformas. Neste sentido, as redes sociais permitem renovar audiências e adaptar o jornalismo desportivo às transformações dos hábitos mediáticos.

Assim, os benefícios das redes sociais no jornalismo desportivo não se limitam à maior circulação da informação. Estas plataformas contribuem também para a democratização do acesso, a valorização de modalidades menos mediáticas, o reforço do envolvimento dos públicos, a complementaridade entre televisão e ambiente digital e a criação de novas oportunidades para os meios de comunicação. Quando utilizadas de forma estratégica e responsável, as redes sociais podem, portanto, fortalecer o jornalismo desportivo e ampliar a sua relevância no ecossistema mediático contemporâneo.

Capítulo V – Riscos das Redes Sociais no Jornalismo Desportivo

Depois de analisados os benefícios das redes sociais no jornalismo desportivo, torna-se igualmente necessário refletir sobre os riscos que estas plataformas introduzem no ecossistema mediático contemporâneo. As mesmas características que permitem ampliar a circulação da informação, aproximar os públicos e reforçar a visibilidade dos conteúdos desportivos podem também gerar problemas significativos ao nível da credibilidade, da verificação, da qualidade informativa e da responsabilidade ética.

Neste sentido, as redes sociais não devem ser observadas apenas como espaços de oportunidade, mas também como ambientes marcados por tensões e desafios. A rapidez da circulação, a facilidade de publicação, a lógica algorítmica, a participação intensa dos utilizadores e a forte carga emocional associada ao desporto criam um contexto em que a informação pode ser facilmente distorcida, exagerada ou retirada do seu enquadramento original. Assim, o jornalismo desportivo passa a enfrentar o desafio de tirar partido das potencialidades das redes sociais sem abdicar dos princípios fundamentais da profissão, como o rigor, a verificação, a contextualização e a responsabilidade pública.

5.1. Desinformação, fake news e os desafios da verificação

Um dos principais riscos associados às redes sociais no jornalismo desportivo é a circulação de desinformação e de fake news. Como explicado anteriormente, estas plataformas permitem uma difusão rápida e ampla dos conteúdos, mas essa mesma rapidez pode dificultar a verificação da informação antes da sua partilha. Nas redes sociais, qualquer utilizador pode publicar uma suposta notícia, apresentar-se como fonte privilegiada ou divulgar informações não confirmadas, criando um ambiente em que a fronteira entre informação jornalística, rumor e especulação se torna muitas vezes pouco clara.

No contexto desportivo, este problema assume particular relevância. Notícias falsas sobre lesões de jogadores, convocatórias, declarações de treinadores, conflitos internos ou possíveis transferências circulam frequentemente nas plataformas digitais antes de

qualquer confirmação oficial. Uma publicação sem fundamento pode rapidamente ser partilhada por milhares de utilizadores e ganhar aparência de verdade apenas pela sua repetição. Casos recentes demonstram igualmente como conteúdos falsos podem adquirir grande visibilidade nas redes sociais antes de serem verificados. Durante o Mundial de 2026, circulou nas plataformas digitais um comentário criado com recurso à inteligência artificial e falsamente atribuído à companheira de João Neves, no qual eram dirigidas críticas a Cristiano Ronaldo, classificando-o como “egoísta” e sugerindo que deveria terminar a carreira. A alegada mensagem rapidamente se tornou viral e levou inclusivamente Georgina Rodríguez, mulher de Cristiano Ronaldo, a reagir ao seu conteúdo antes de se confirmar que se tratava de uma informação falsa. Este episódio ilustra como uma informação sem fundamento pode adquirir rapidamente aparência de credibilidade através da sua ampla circulação e da interação gerada nas redes sociais, mesmo quando a sua origem não é autêntica.

Este fenómeno coloca desafios importantes ao jornalismo desportivo. Por um lado, os jornalistas são pressionados a acompanhar aquilo que está a circular nas redes sociais, sobretudo quando determinado tema se torna viral. Por outro, têm a responsabilidade de confirmar a veracidade dos factos antes de os transformar em notícia. O problema surge quando a pressão para publicar rapidamente se sobrepõe ao processo de verificação, aumentando a possibilidade de erro ou de amplificação de informação falsa.

Desta forma, as redes sociais reforçam a importância do papel profissional do jornalista. Num ambiente marcado pela abundância de conteúdos e pela circulação acelerada de informação, o jornalismo torna-se essencial enquanto prática de seleção, confirmação e contextualização. O risco não está apenas na existência de fake news, mas também na possibilidade de os próprios meios jornalísticos, por pressão competitiva ou falta de confirmação, acabarem por contribuir para a sua disseminação.

Assim, a desinformação representa um dos maiores desafios das redes sociais no jornalismo desportivo, obrigando os profissionais a equilibrar rapidez e rigor. A função jornalística torna-se, neste contexto, ainda mais relevante, pois cabe aos meios de comunicação distinguir informação confirmada de boatos, rumores ou conteúdos manipulados.

5.2. Rumores de transferências e cultura da especulação

Um risco particularmente associado ao jornalismo desportivo, sobretudo no futebol, prende-se com a cultura dos rumores de transferências. Durante os períodos de mercado, as redes sociais tornam-se espaços de intensa circulação de informações, especulações e supostos exclusivos sobre jogadores, clubes e negociações. Neste contexto, qualquer publicação, comentário ou pista aparentemente insignificante pode transformar-se rapidamente num tema de discussão pública.

A lógica das redes sociais favorece este tipo de circulação. Um simples tweet, uma fotografia, uma alteração na biografia de um jogador, uma ausência num treino ou uma publicação ambígua pode ser interpretada como sinal de uma possível transferência. Muitas vezes, expressões como “fontes próximas”, “negociações avançadas” ou “interesse do clube” são suficientes para gerar grande mobilização entre adeptos, mesmo quando não existe confirmação oficial. O problema é que a especulação, quando repetida e partilhada de forma intensa, pode adquirir um estatuto de quase-notícia.

Neste contexto, José Luis Rojas Torrijos e Matheus Simões Mello (2021), no artigo “Football Misinformation Matrix: A Comparative Study of 2020 Winter Transfer News in Four European Sports Media Outlets”, demonstram que os períodos de mercado de transferências constituem um dos contextos mais propícios à circulação de informação especulativa no jornalismo desportivo. Através da análise de quatro importantes meios de comunicação europeus (Marca, Guardian Sport, A Bola e La Gazzetta), os autores verificaram que foram publicados mais conteúdos relativos a rumores e possíveis transferências do que notícias sobre negócios efetivamente concretizados, evidenciando o peso da especulação na cobertura jornalística deste período (Rojas Torrijos & Mello, 2021, p. 634).

Este fenómeno cria várias consequências. Em primeiro lugar, gera expectativas muitas vezes irrealistas nos adeptos, que passam a acompanhar rumores como se fossem factos consumados. Em segundo lugar, pode exercer pressão sobre atletas, clubes e agentes, sobretudo quando determinada informação falsa ou incompleta ganha grande visibilidade. Em terceiro lugar, pode condicionar o próprio trabalho jornalístico, na medida em que os

meios de comunicação sentem necessidade de acompanhar temas que já estão a circular intensamente nas redes sociais.

O risco, neste caso, está na transformação da especulação em conteúdo jornalístico. Quando o jornalismo desportivo se limita a reproduzir rumores apenas porque estes são virais, corre o risco de perder a sua função crítica e verificadora. Em vez de esclarecer o público, pode acabar por alimentar a ansiedade, a expectativa e a instabilidade em torno do mercado de transferências.

Neste sentido, a cultura do mercado demonstra como as redes sociais podem intensificar a dimensão especulativa do jornalismo desportivo. Embora o interesse por transferências faça parte da cultura futebolística contemporânea, o jornalismo deve distinguir entre informação confirmada, possibilidade em análise e simples rumor. Esta distinção é fundamental para preservar a credibilidade dos meios de comunicação e evitar que a lógica da viralidade substitua os critérios jornalísticos.

5.3. Clickbait, sensacionalismo e lógica algorítmica

Outro risco relevante das redes sociais no jornalismo desportivo está relacionado com o clickbait e com o sensacionalismo. Num ambiente digital marcado pela competição pela atenção, os conteúdos que geram mais cliques, reações, comentários e partilhas tendem a ganhar maior visibilidade. Esta lógica pode influenciar a forma como as notícias são apresentadas, levando os meios de comunicação a privilegiar títulos mais apelativos, imagens mais impactantes ou abordagens mais emocionais.

No jornalismo desportivo, esta tendência torna-se particularmente visível porque o desporto já possui, por natureza, uma forte carga emocional. Rivalidades clubísticas, polémicas de arbitragem, declarações de treinadores, conflitos entre jogadores ou derrotas inesperadas são facilmente transformados em conteúdos de grande impacto. O problema surge quando pequenos episódios são exagerados, frases são retiradas do contexto ou opiniões são apresentadas como conflitos graves apenas para gerar maior envolvimento nas plataformas digitais.

Expressões como “bomba”, “chocante”, “inesperado” ou “polémica” são frequentemente utilizadas para captar a atenção dos utilizadores. Embora possam aumentar o número de cliques, estas estratégias podem também empobrecer a qualidade informativa e aproximar o jornalismo de uma lógica mais espetacularizada. Em vez de contribuir para uma compreensão rigorosa dos acontecimentos, o conteúdo passa a privilegiar a reação imediata e o impacto emocional.

A lógica algorítmica das redes sociais reforça este problema. Como as plataformas tendem a valorizar conteúdos que geram interação, os meios de comunicação podem sentir-se pressionados a adaptar a sua produção às dinâmicas do algoritmo. Isto levanta uma questão crítica: até que ponto o jornalismo continua a ser orientado por critérios de relevância pública e não apenas por critérios de visibilidade digital?

Desta forma, o clickbait e o sensacionalismo representam riscos importantes para o jornalismo desportivo, pois podem comprometer a credibilidade dos meios e reduzir a qualidade do debate público. O desafio está em produzir conteúdos atrativos e adaptados às redes sociais sem transformar a informação desportiva num espetáculo permanente de conflito, exagero e emoção.

5.4. Polarização dos adeptos e degradação do debate público

As redes sociais também podem intensificar a polarização dos adeptos e contribuir para a degradação do debate público em torno do desporto. O desporto, especialmente o futebol, é uma área fortemente marcada por emoção, identidade e pertença clubística. Esta dimensão, quando transferida para o ambiente digital, pode gerar formas intensas de participação, mas também comportamentos agressivos, discursos extremados e conflitos permanentes entre comunidades de adeptos.

Nas redes sociais, os utilizadores tendem muitas vezes a interagir com conteúdos e pessoas que confirmam as suas próprias visões. Este fenómeno pode reforçar bolhas de opinião, em que cada adepto consome sobretudo informações favoráveis ao seu clube e interpreta os acontecimentos a partir de uma lógica de oposição ao rival. Assim, a

discussão desportiva pode tornar-se menos racional e mais emocional, dificultando uma análise equilibrada dos acontecimentos.

Esta polarização manifesta-se frequentemente em comentários agressivos, ataques a jornalistas, insultos a jogadores, acusações de parcialidade ou interpretações extremadas de lances e decisões de arbitragem. O debate deixa de se centrar na análise dos factos e passa a organizar-se em torno de posições clubísticas rígidas, onde qualquer opinião divergente é vista como provocação ou ameaça.

Para o jornalismo desportivo, este ambiente representa um desafio significativo. Por um lado, as redes sociais permitem perceber as reações do público e acompanhar o debate em tempo real. Por outro, os jornalistas podem tornar-se alvo de ataques, sobretudo quando as suas análises contrariam expectativas ou narrativas dominantes entre determinados grupos de adeptos. Isto pode criar um ambiente de pressão e hostilidade que afeta a liberdade crítica e a qualidade do debate jornalístico.

Assim, embora as redes sociais favoreçam a participação dos públicos, também podem contribuir para a radicalização das opiniões e para a degradação da conversa pública. O jornalismo desportivo deve, por isso, procurar manter um papel de mediação, rigor e equilíbrio, evitando ser absorvido pela lógica emocional e polarizada que frequentemente caracteriza o debate desportivo online.

5.5. Exposição excessiva dos atletas e questões éticas

Outro risco relevante prende-se com a exposição excessiva dos atletas no ambiente digital. Com as redes sociais, a vida pública e a vida privada dos desportistas tornam-se cada vez mais difíceis de separar. Publicações pessoais, imagens de bastidores, momentos familiares, erros privados ou reações emocionais podem rapidamente tornar-se virais, sujeitando os atletas a um escrutínio permanente por parte dos adeptos, dos media e do público em geral.

Esta exposição afeta de forma particular os atletas mais jovens ou aqueles que ainda se encontram em fases iniciais da carreira. Um erro cometido durante um jogo, uma

publicação mal interpretada ou uma atitude fora do contexto competitivo pode gerar milhares de comentários, críticas, memes ou ataques pessoais. A rapidez com que estas situações se espalham nas redes sociais pode transformar episódios pontuais em crises de reputação difíceis de controlar. Um exemplo recente desta realidade ocorreu durante o encontro entre Benfica e Real Madrid, na Liga dos Campeões de 2026, quando um confronto entre Gianluca Prestianni e Vinícius Júnior deu origem a alegações de comportamento discriminatório, com comentários racistas. O episódio ultrapassou rapidamente o contexto desportivo e tornou-se um dos assuntos mais debatidos nas redes sociais, gerando milhares de comentários, tomadas de posição e ataques dirigidos a ambos os jogadores. A ampla divulgação do caso levou inclusivamente à abertura de um processo disciplinar por parte da UEFA, demonstrando como um momento ocorrido em campo pode adquirir uma dimensão mediática muito superior através das plataformas digitais.

Casos como este evidenciam que a rápida disseminação de conteúdos nas redes sociais não levanta apenas questões relacionadas com a reputação dos atletas, mas também importantes desafios éticos para o jornalismo desportivo. Nem tudo o que se torna viral deve necessariamente ser amplificado pelos meios de comunicação. O facto de um conteúdo circular nas redes sociais não significa, por si só, que possua relevância jornalística ou interesse público. Cabe ao jornalista avaliar se determinado episódio contribui para a compreensão de um acontecimento desportivo ou se apenas expõe desnecessariamente a vida privada de um atleta.

Além disso, a exposição excessiva pode contribuir para fenómenos de cyberbullying, pressão psicológica e julgamento imediato. Atletas sujeitos a críticas constantes podem ver a sua imagem pública, autoestima e bem-estar emocional afetados por comentários agressivos ou campanhas de ataque nas redes sociais. Esta realidade exige maior responsabilidade por parte dos meios de comunicação, sobretudo quando lidam com figuras públicas em contextos de vulnerabilidade.

Assim, as redes sociais obrigam o jornalismo desportivo a refletir sobre os limites da exposição mediática. A ética jornalística torna-se fundamental para distinguir entre aquilo que é relevante para o público e aquilo que corresponde apenas à exploração da vida privada ou emocional dos atletas.

5.6. Fragmentação da informação e cultura da reação imediata

Por fim, um dos riscos mais significativos das redes sociais no jornalismo desportivo relaciona-se com a fragmentação da informação e com a cultura da reação imediata. Como referido anteriormente, as plataformas digitais favorecem conteúdos curtos, rápidos e facilmente partilháveis. Embora estes formatos possam tornar a informação mais acessível, também podem reduzir a complexidade dos acontecimentos e retirar-lhes contexto.

No desporto, esta fragmentação torna-se particularmente problemática. Um lance polémico, uma declaração de um treinador ou uma reação de um jogador pode ser isolado do seu contexto original e circular como se representasse a totalidade do acontecimento. Um pequeno excerto de vídeo pode gerar interpretações precipitadas, sobretudo quando não é acompanhado de explicação, enquadramento ou análise mais profunda. Desta forma, o público pode formar opiniões com base em fragmentos e não em narrativas completas. Um exemplo ilustrativo desta realidade ocorreu em 2024, quando um pequeno excerto de vídeo mostrou aparentemente o jogador Conor Gallagher, do Chelsea, a cumprimentar uma criança e a ignorar outra criança, de pele negra, momentos antes de uma partida. O fragmento rapidamente se tornou viral nas redes sociais e originou milhares de críticas, com muitos utilizadores a acusarem o jogador de comportamento racista. No entanto, a divulgação posterior da gravação completa demonstrou que Gallagher tinha cumprimentado ambas as crianças, revelando que o vídeo inicialmente partilhado apresentava apenas uma parte da sequência e induzia uma interpretação incorreta dos acontecimentos. Perante a dimensão da polémica, o Chelsea publicou um comunicado oficial afirmando que o vídeo tinha sido “taken considerably out of context” e condenou os ataques e acusações dirigidos ao jogador nas redes sociais. Este episódio evidencia como a fragmentação da informação e a circulação de conteúdos descontextualizados podem alterar significativamente a perceção pública de um acontecimento e potenciar julgamentos precipitados antes da verificação dos factos.

Este episódio evidencia como a fragmentação da informação e a circulação de conteúdos descontextualizados podem alterar significativamente a perceção pública de um acontecimento e potenciar julgamentos precipitados antes da verificação dos factos. Esta dinâmica contribui igualmente para uma cultura de reação permanente, em que os

utilizadores são incentivados a comentar rapidamente, tomar posição, criticar, defender ou condenar acontecimentos antes de conhecerem o seu contexto completo. No jornalismo desportivo, isto traduz-se num ambiente em que cada erro, decisão ou momento polémico pode gerar milhares de comentários, memes, ataques ou julgamentos públicos em poucos minutos.

O problema desta cultura da reação imediata é que ela pode reduzir o espaço para a reflexão e para a análise ponderada. Em vez de compreender os acontecimentos na sua complexidade, o público é muitas vezes levado a reagir emocionalmente a excertos isolados. Esta tendência pode afetar também o próprio jornalismo, que corre o risco de se tornar mais reativo do que analítico, acompanhando a velocidade das redes em vez de oferecer contexto e profundidade.

Assim, a fragmentação da informação e a cultura da reação imediata representam desafios importantes para a qualidade do jornalismo desportivo. Num ambiente marcado pela rapidez e pela circulação de excertos, torna-se essencial que os meios de comunicação preservem a sua função de contextualização, análise e mediação. O jornalismo deve procurar resistir à tentação de apenas reproduzir fragmentos virais, assumindo antes a responsabilidade de explicar os acontecimentos de forma rigorosa, equilibrada e compreensível.

Em síntese, os riscos das redes sociais no jornalismo desportivo não anulam os seus benefícios, mas exigem uma utilização crítica, responsável e profissional destas plataformas. A rapidez, o alcance e a participação, que anteriormente foram apresentados como vantagens, podem também transformar-se em fatores de instabilidade, desinformação e pressão. Por isso, o desafio central do jornalismo desportivo contemporâneo consiste em aproveitar as potencialidades das redes sociais sem abdicar dos valores essenciais da profissão: rigor, verificação, contextualização, ética e responsabilidade pública.

Capítulo VI - Estudo de Caso: A Presença da Seleção Nacional Portuguesa nas Redes Sociais no Mundial 2026

6.1. Enquadramento e metodologia de observação

Após a análise teórica desenvolvida nos capítulos anteriores, considerou-se pertinente complementar o presente projeto através da realização de um estudo de caso que permitisse observar, na prática, algumas das transformações do jornalismo desportivo associadas à utilização das redes sociais. O principal objetivo desta análise consiste em verificar de que forma os fenómenos anteriormente abordados, como a circulação contínua da informação, a amplificação dos conteúdos, a proximidade com o público e a pressão da instantaneidade, se manifestam no contexto real da comunicação desportiva digital.

Inicialmente, a intenção era realizar esta observação tendo como objeto de estudo as redes sociais do Futebol Clube do Porto. Esta opção surgia de forma natural, não só pela relevância do clube no panorama desportivo nacional, mas também pelo facto de o estágio curricular que deu origem a este projeto ter sido realizado no Porto Canal, meio de comunicação pertencente ao universo do FC Porto. No entanto, aquando da realização deste estudo, a época desportiva do clube já se encontrava concluída, o que limitava significativamente a possibilidade de acompanhar um período competitivo ativo e de observar conteúdos produzidos em tempo real relacionados com jogos e eventos desportivos.

Perante esta limitação, optou-se por centrar a análise na Seleção Nacional Portuguesa, que se encontrava a participar no Mundial 2026, competição que gera uma atividade comunicacional intensa e contínua nas plataformas digitais. Esta opção permitiu acompanhar um contexto competitivo em desenvolvimento, possibilitando a observação de conteúdos publicados antes, durante e após os jogos, bem como diferentes estratégias de comunicação direcionadas aos adeptos.

A observação incidiu exclusivamente sobre a plataforma Instagram, por se tratar de uma das principais redes sociais utilizadas atualmente pelas organizações desportivas para comunicar com o público. Para além da elevada popularidade da plataforma, o Instagram apresenta uma grande diversidade de formatos comunicacionais, incluindo publicações, vídeos, reels, stories e conteúdos interativos, tornando-se particularmente relevante para os objetivos deste estudo.

Importa ainda referir que a análise se centra apenas na equipa principal masculina de futebol da Seleção Nacional Portuguesa. Esta delimitação justifica-se pelo facto de ser esta a equipa que participa na competição em análise e que concentra a maior parte da atividade comunicacional observada durante o período estudado. Assim, não foram considerados conteúdos relacionados com as seleções jovens, com a seleção feminina ou com outras modalidades desportivas.

O período de observação corresponde a duas semanas, durante as quais foram recolhidos registos visuais das publicações realizadas pela Seleção Nacional Portuguesa no Instagram. Este intervalo temporal abrangeu um jogo de preparação e o primeiro encontro oficial da Seleção na fase de qualificação para o Campeonato do Mundo de 2026, permitindo observar a comunicação desenvolvida em diferentes contextos competitivos. Os registos incluem conteúdos relacionados com treinos, conferências de imprensa, preparação dos jogos, momentos de competição, celebrações, reações e outras formas de interação com os adeptos. A partir desta observação, procura-se identificar exemplos concretos que permitam ilustrar e validar os principais conceitos discutidos ao longo deste projeto.

6.2. Análise da presença da Seleção Nacional Portuguesa no Instagram

A observação realizada ao longo do período definido permitiu identificar diferentes estratégias de comunicação utilizadas pela Seleção Nacional Portuguesa no Instagram. Os conteúdos publicados demonstram uma presença digital contínua e diversificada, acompanhando os diferentes momentos da participação da equipa na competição e reforçando várias das tendências analisadas nos capítulos anteriores.

6.2.1. Preparação e antecipação dos jogos

Tal como foi referido no Capítulo 1, a circulação da informação desportiva não se limita ao momento do jogo, iniciando-se muito antes do apito inicial. Durante o período observado, verificou-se a publicação frequente de conteúdos relacionados com a preparação da equipa, incluindo treinos, conferências de imprensa, deslocações, chegada aos locais de competição e onzes iniciais. Tal como é possível observar nas Figuras 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10.

Estes conteúdos permitem aos adeptos acompanhar os bastidores da preparação da equipa e manter um contacto constante com a atualidade da Seleção Nacional. Desta forma, o evento desportivo começa a ser comunicado muito antes da sua realização efetiva, prolongando o interesse e a atenção do público.



Figura 1 - Storie do treino da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>

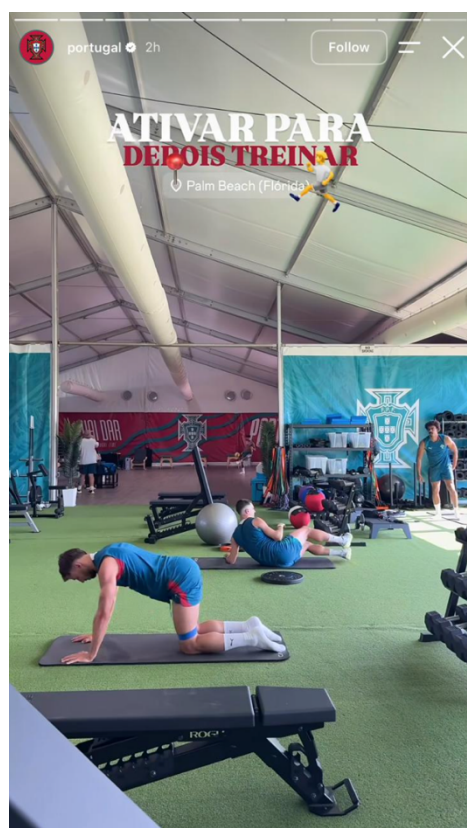


Figura 2 - Storie do treino da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 3 – Reel do treino da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 4 - Storie do treino da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 5 - Storie da conferência de imprensa da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 6 – Storie da conferência de imprensa da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 7 - Storie da conferência de imprensa da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 8 – Reel da deslocação da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>

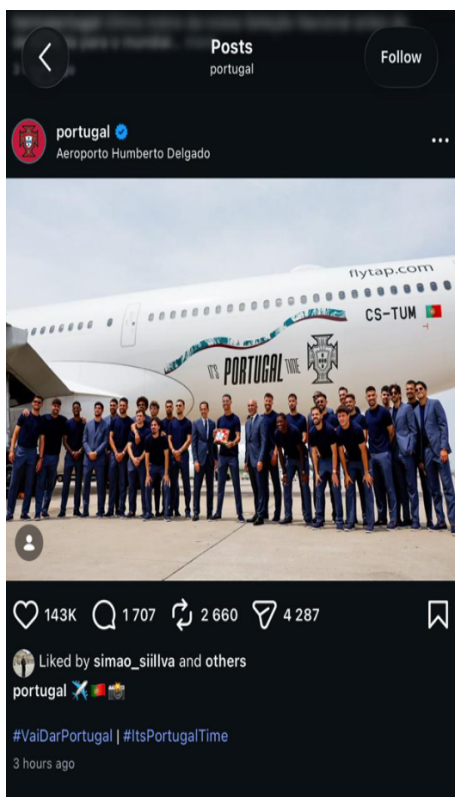


Figura 9 – Publicação da deslocação da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 10 – Publicação do 11 inicial da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>

6.2.2. Cobertura dos jogos em tempo real

Durante os jogos, observou-se uma forte atividade comunicacional através da publicação de conteúdos relacionados com os principais momentos da partida. Golos, resultados, celebrações e reações foram divulgados de forma praticamente imediata, permitindo que os adeptos acompanhassem os acontecimentos em tempo real. Como é possível verificar nas Figuras 11, 12, 13, 14, 15 e 16.

Esta dinâmica demonstra a importância da instantaneidade nas redes sociais, bem como a capacidade destas plataformas para complementar a transmissão televisiva tradicional através da disponibilização constante de atualizações e conteúdos visuais.



Figura 11 – Storie a anunciar golo da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 12 – Storie a anunciar golo da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 13 – Storie a anunciar o resultado final do jogo da Seleção (2026)
<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 14 – Storie dos adeptos durante o jogo da Seleção (2026)
<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 15 – Publicação do ambiente dos adeptos durante o jogo da Seleção (2026)
<https://www.instagram.com/portugal>

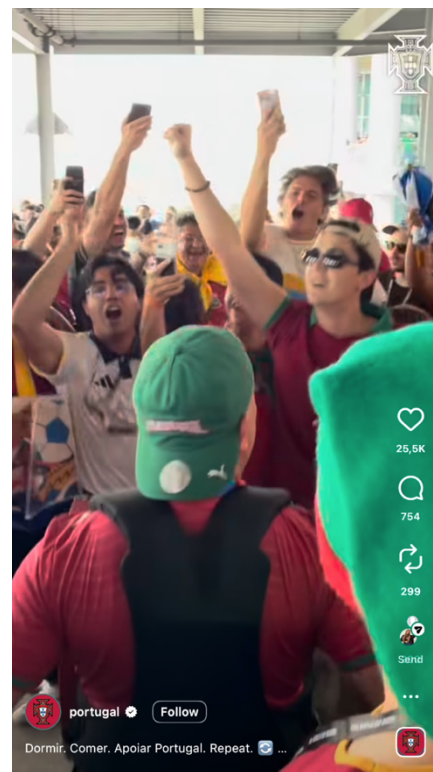


Figura 16 – Reel do apoio dos adeptos da Seleção (2026)
<https://www.instagram.com/portugal>

6.2.3 Proximidade com os adeptos

Outro aspeto observado foi a utilização do Instagram como ferramenta de aproximação entre a Seleção Nacional e os adeptos. Para além dos conteúdos relacionados com a competição, foram também publicados momentos mais informais, imagens de bastidores e conteúdos centrados nos jogadores com adeptos. Tal como demonstram as Figuras 17, 18, 19, 20, 21, e 22.

Esta estratégia contribui para a humanização dos atletas e para o reforço do sentimento de proximidade entre a equipa e os seguidores, fenómeno que foi igualmente abordado ao longo deste projeto como uma das principais características da comunicação desportiva nas redes sociais.



Figura 17 – Storie de jogador com adepto antes do jogo da Seleção (2026)
<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 18 – Publicação do treinador com adepta da Seleção (2026)
<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 19 – Publicação de jogador com adeptos da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 20 – Publicação de jogador com adeptos da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 21 – Publicação de jogador com influencer (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>



Figura 22 – Reel de jogador com adeptos da Seleção (2026)

<https://www.instagram.com/portugal>

6.3. Considerações finais do estudo de caso

A observação realizada ao longo do período definido permitiu confirmar, na prática, várias das transformações do jornalismo desportivo analisadas nos capítulos anteriores. A atividade desenvolvida pela Seleção Nacional Portuguesa no Instagram evidenciou a importância crescente das redes sociais enquanto espaços privilegiados de comunicação, informação e interação com o público.

Ao longo da análise, verificou-se que a comunicação não se limitou aos momentos de competição propriamente ditos. Pelo contrário, foi possível observar uma presença digital contínua, materializada através da publicação regular de conteúdos relacionados com treinos, conferências de imprensa, deslocações, preparação dos jogos, momentos da competição e reações posteriores aos encontros disputados. Esta dinâmica demonstra que o acontecimento desportivo deixa de estar circunscrito ao tempo do jogo e passa a integrar um fluxo comunicacional permanente, acessível aos adeptos em diferentes momentos e através de múltiplos formatos.

A observação permitiu igualmente identificar a utilização estratégica dos diversos recursos disponibilizados pelo Instagram, nomeadamente publicações, vídeos, reels e stories. A combinação destes formatos contribui para aumentar a visibilidade dos conteúdos, adaptar a comunicação a diferentes hábitos de consumo e reforçar o alcance das mensagens divulgadas. Ao mesmo tempo, possibilita uma atualização constante da informação, acompanhando o ritmo acelerado que caracteriza o ambiente digital contemporâneo.

Outro aspeto relevante observado durante o estudo foi a forte aposta em conteúdos que promovem a proximidade entre a equipa e os adeptos. A divulgação de bastidores, momentos informais, imagens dos jogadores fora do contexto competitivo e outros conteúdos de carácter mais humano contribui para fortalecer o envolvimento emocional do público e para consolidar a relação entre a Seleção Nacional e os seus seguidores. Neste sentido, as redes sociais assumem-se não apenas como ferramentas de divulgação de informação, mas também como instrumentos de construção de comunidade e de reforço da identidade coletiva em torno da equipa.

Desta forma, o presente estudo de caso permitiu observar, num contexto real e atual, vários dos fenómenos discutidos ao longo deste projeto, demonstrando como as redes sociais ocupam atualmente uma posição central na comunicação desportiva. A análise da presença digital da Seleção Nacional Portuguesa durante o Mundial 2026 evidencia que estas plataformas desempenham um papel fundamental na circulação da informação, na amplificação dos conteúdos e na aproximação entre organizações desportivas, jornalistas e adeptos, confirmando o impacto significativo que exercem sobre o jornalismo desportivo contemporâneo.

Conclusão

O presente projeto procurou compreender de que forma as redes sociais transformaram o jornalismo desportivo, analisando as mudanças verificadas nos processos de produção, circulação e consumo da informação. A análise desenvolvida ao longo deste trabalho permite concluir que as plataformas digitais assumem atualmente um papel central no ecossistema mediático, alterando profundamente a forma como jornalistas, meios de comunicação e públicos se relacionam com a informação desportiva.

Ao longo das últimas décadas, a comunicação desportiva deixou de depender exclusivamente dos meios tradicionais e passou a desenvolver-se num ambiente digital marcado pela conectividade e pela circulação permanente dos conteúdos. Neste contexto, as redes sociais contribuíram para ampliar o alcance da informação e reforçar a proximidade entre os meios de comunicação e os públicos.

Estas transformações refletiram-se igualmente nas rotinas dos jornalistas desportivos, que passaram a trabalhar num contexto caracterizado pela atualização constante, pela multiplicidade de plataformas e pela crescente pressão da instantaneidade, tornando o exercício da profissão mais exigente e competitivo.

A investigação permitiu ainda verificar que, embora as redes sociais tenham criado novas oportunidades para o jornalismo desportivo, também deram origem a desafios importantes. Fenómenos como a desinformação, os rumores, o sensacionalismo e a fragmentação da informação constituem alguns dos principais riscos associados ao atual ecossistema mediático digital.

O estudo de caso desenvolvido sobre a presença da Seleção Nacional Portuguesa no Instagram no início do Mundial de 2026 permitiu confirmar, em contexto real, muitos dos fenómenos analisados teoricamente. A observação dos conteúdos publicados evidenciou a importância das redes sociais enquanto espaços de comunicação contínua, onde a informação acompanha todas as fases do acontecimento desportivo.

Em suma, conclui-se que as redes sociais não substituíram os meios de comunicação tradicionais, mas transformaram profundamente a forma como o jornalismo desportivo é produzido, distribuído e consumido. O jornalismo desportivo contemporâneo desenvolve-se num ambiente mediático mais rápido, participativo e competitivo, onde as plataformas digitais se afirmam como instrumentos fundamentais de comunicação. Assim, compreender o impacto das redes sociais no jornalismo desportivo significa compreender uma das mais importantes transformações verificadas no campo da comunicação nas últimas décadas.

Referências Bibliográficas

- Bruns, A. (2011). *Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: New challenges for journalism*. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 117-136.
https://www.researchgate.net/publication/285810487_Gatekeeping_gatewatching_real-time_feedback_new_challenges_for_Journalism
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
[https://memotef.web.uniroma1.it/sites/default/files/file%20lezioni/Manuel%20CastellsThe%20Rise%20of%20the%20Network%20Society,%20With%20a%20New%20Preface%20Volume%20I_%20The%20Information%20Age_%20Economy,%20Society,%20and%20Culture%20\(Information%20Age%20Series\)%20\(2010,%20WileyBlackwell\)%20-%20libgen.lc_.pdf](https://memotef.web.uniroma1.it/sites/default/files/file%20lezioni/Manuel%20CastellsThe%20Rise%20of%20the%20Network%20Society,%20With%20a%20New%20Preface%20Volume%20I_%20The%20Information%20Age_%20Economy,%20Society,%20and%20Culture%20(Information%20Age%20Series)%20(2010,%20WileyBlackwell)%20-%20libgen.lc_.pdf)
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press. <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communication-zangana-jenkins-2006.pdf>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). *Understanding social media logic*. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
https://www.researchgate.net/publication/263566996_Understanding_Social_Media_Logic
- Piteira, J. (2022). *A investigação no jornalismo desportivo: Análise da imprensa desportiva portuguesa* [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra]. Repositório Científico da Universidade de Coimbra.
<https://repositorio.ipl.pt/server/api/core/bitstreams/f0dd8b83-9e23-40ae-8a968264a924449b/content>

[q=info:WMYF6Sv75ZEJ:scholar.google.com/&ots=ofwU4KRasq&sig=I97N_TZ1rczXNmIiYP0i3D6JENQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://scholar.google.com/lookup?q=info:WMYF6Sv75ZEJ:scholar.google.com/&ots=ofwU4KRasq&sig=I97N_TZ1rczXNmIiYP0i3D6JENQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Sanderson, J. (2011). *It's a whole new ballgame: How social media is changing sports*. Hampton Press. <https://worldathletics.org/download/downloadnsa?filename=32113f5e-f51f-4b07-8e3b-5b560c259db9.pdf&urlslug=its-a-whole-new-ballgame-how-social-media-is&ut>

Anand, A., & Karthika, C. (2023). *Role of social media in promoting less popular sports*. *International Journal of Creative Research Thoughts*. 11 (6) https://www.researchgate.net/publication/372229360_ROLE_OF_SOCIAL_MEDIA_IN_PROMOTING_LESS_POPULAR_SPORTS

Nölleke, D., Grimmer, C. G., & Horky, T. (2021). *Rumours in sports journalism: The construction and circulation of transfer speculation in the digital media environment*. *Journalism and Media*, 2(4), 529–543. https://mdpi-res.com/d_attachment/journalmedia/journalmedia-02-00037/article_deploy/journalmedia-02-00037.pdf?version=1634710678