

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO**  
**JORNALISMO**

**O JORNALISMO E A NUTRIÇÃO ESPORTIVA: COMO A COBERTURA DA ALIMENTAÇÃO DE ATLETAS DE ALTO RENDIMENTO REPERCUTE NAS REDES SOCIAIS A PARTIR DO CASO DO LUTADOR ACÁCIO PEQUENO**

**Orientanda: Débora Marques Marquetti**

**Orientador: Dr. Anderson Campos Gurgel**

Resumo: Os atletas têm um papel central na sociedade contemporânea, pois tornam-se ídolos, geram a movimentação de muitos negócios e criam vínculos com fãs que acabam virando consumidores de produtos e ideias que acabam sendo disseminadas por meio deles. Essa questão é o ponto central desta pesquisa que envolve uma matéria publicada no UOL, em fevereiro de 2017 e teve como título: “Em motel, lutador desidrata e entra em agonia antes de sua grande luta”. No texto, com vocação para jornalismo literário, o jornalista Adriano Wilkson retrata a vida de um lutador de MMA, Acácio Pequeno, antes de sua grande luta. O foco do artigo é refletir sobre o fato de que o lutador se submeteu a muitos procedimentos para a perda de peso pré-luta. Se o atleta torna-se um ídolo, uma referência, até que ponto as pessoas acham corretas certas atitudes? Em nosso artigo iremos discutir qual a repercussão nas mídias sociais e opiniões sobre a reportagem em questão.

Palavras-chave: MMA; Nutrição Esportiva; Jornalismo Esportivo; Redes Sociais; Esportes de Alto Rendimento.

Abstract: Athletes have a central role in contemporary society, as they become idols, generate the movement of many businesses and create links with fans that end up becoming consumers of products and ideas that end up being disseminated through them. This question is the focus of this research that involves a story published in the UOL in February 2017 and had its title: "In motel, fighter dehydrates and enters agony before his great fight." In the text, with vocation for literary journalism, the journalist Adriano Wilkson portrays the life of an MMA fighter, Acácio Pequeno, before his great fight. The focus of the article is to reflect on the fact that the fighter has undergone many procedures for pre-fight weight loss. If the athlete becomes an idol, a reference, to what extent do people find correct certain attitudes? In our article we will discuss what the repercussion in social media and opinions about the report in question.

Keywords: MMA; Sports nutrition; Sports Journalism; Social networks; High Performance Sports.

## **INTRODUÇÃO:**

O ídolo esportivo é figura central na produção jornalística que envolve o mundo esporte. Esse agente social, por ser referência para grupos, inspira, comove, envolve e impele ao consumo e à prática de determinados comportamentos. Com o surgimento de novas e múltiplas formas de comunicação, mais recentemente, a figura do atleta nos textos do jornalismo esportivo está indo além do embate entre “herói versus vilão” e “ganhador versus perdedor”. Dentro de um contexto de expansão da indústria do esporte, percebemos que o atleta é um fator fundamental para a movimentação de negócios, atração de consumidores e exposição midiática do mundo esportivo (GURGEL, 2006).

Atletas Olímpicos são figuras de grande admiração, nas quais todos se projetam como fonte de inspiração. Países e empresas os utilizam como meio para atingir alguns fins, como demonstrar sua superioridade ou para venda de produtos. A admiração por esses atletas é tão grande que faz com que as pessoas queiram parecer como eles (CORREIA & SILA, 2014).

Com as redes sociais, a intensificação do uso de novas plataformas comunicacionais – como o Facebook, Twitter e Instagram – possibilitou uma criação de um espaço de expressão, de ideias e concepções para muitos que antes não tinham relação com as mídias tradicionais como: jornais, revistas e TV. O ídolo esportivo se tornou ainda mais próximo dos seus públicos.

Um caso interessante dessa relação entre o atleta e o impacto de suas ações na sociedade pode ser observado no seguinte caso: Uma matéria publicada no portal UOL e replicada pela Folha de S.Paulo, no dia 01/02/2017, com o título “Em um motel, lutador desidrata e entra em agonia antes de sua grande luta”, do jornalista Adriano Wilkson, relatou de forma detalhada a vivência de um lutador de MMA, o atleta Acácio “Pequeno” dos Santos, de 25 anos. Nessa trajetória é possível observar o processo que um lutador passa antes de sua luta, especialmente em relação ao peso.

O método extremamente perigoso que o atleta se submete é conhecido como corte de peso e virou rotina para muitos que precisam competir em categorias de peso mais leve. É um processo de grande perigo, uma vez que a perda acelerada de peso acontece por desidratação extrema. A agonia desse lutador é retratada pelo jornalista e dá margem para questionamentos sobre procedimentos corriqueiros para a preparação no esporte de alto rendimento.

A proposta desse projeto de pesquisa é investigar o impacto nas redes sociais da matéria presentes na Folha de S. Paulo e na plataforma UOL e se sua repercussão foi negativa ou positiva e qual o impacto proporcionado. Mensurando o Facebook do jornal Folha de São Paulo e da plataforma de notícias UOL.

Para tal estudo, usaremos os dados do Facebook como número de curtidas, compartilhamentos e comentários. Também usaremos uma comparação com os números descritos de visualizações no site da matéria, na página do UOL. Além de uma entrevista com o autor Adriano Wilkson para entender melhor esse cenário.

Desta forma, este trabalho é relevante por trazer algo incomum, uma matéria escrita de forma literária que revela grandes agonias que o atleta de MMA passou. O que nos garante uma grande reflexão que uma parcela de culpa deste atual cenário advém da mídia, que, cada vez mais, valoriza a quebra de recordes e a aquisição de medalhas, e não mostra muito a dura batalha que muitos passam para chegar na vitória.

Para entendermos melhor esse cenário e o impacto da matéria relatada acima nas mídias sociais, precisamos primeiro entender alguns conceitos importantes. E o primeiro deles é a própria natureza do esporte e procedimentos dos atletas no mundo esportivo.

## **1. A EVOLUÇÃO DO CONCEITO ESPORTE**

Boxe, corrida, vôlei, natação e basquete são algumas modalidades de esporte. Mas afinal, o que faz uma atividade física ser considerada esporte? Porque o xadrez é considerado um esporte? E a musculação? Para respondermos certas perguntas, primeiro precisamos saber alguns conceitos e especificar quais os tipos de atividades que são delimitadas como modalidades esportivas. E há também aqueles que podem ser considerados, mas somente em uma determinada circunstância.

Com relação ao conceito de esporte, começaremos com a definição de jogo. De acordo com Huzinga (2007, p33), o significado de jogo se baseia em uma atividade totalmente voluntária feita de acordo com um determinado tempo e local, seguindo regras livremente consentidas e obrigatórias por ambas as partes, o que proporciona um sentimento de tensão, alegria e de uma quebra total na vida cotidiana.

Apreendemos o conceito de jogo na época da infância e da escola, através principalmente da educação física. Porém um cuidado deve ser tomado ao definirmos jogo, pois ele pode ser confundido com lazer. Há sim uma relação entre as duas, pois

apresentam áreas em comum, mas nem sempre o esporte é lazer e o lazer não se resume ao esporte, mas o jogo aparece nas duas atividades.

Portando o jogo e o esporte estão interligados, a origem do esporte confere proximidade ao mundo do jogo, e principalmente das brincadeiras e do lazer, sem comprometimento do conceito de “sério” ou de produtividade” (GURGEL, 2014).

Já o lazer pode ser uma atividade física ou um jogo. De acordo com Valdir Barbanti, muitas definições de esporte incluem a noção que ele é uma atividade física, que envolve o uso de atividades motoras, proeza física e esforço físico em diferentes níveis. Para uma atividade física ser classificada como esporte, ela deve ocorrer sob um conjunto particular de circunstâncias. A participação em atividades físicas pode acontecer em situações que vão do informal e desestruturada ao formal e organizada (BARBANTI, S/D).

A atividade física difere do Esporte em muitos aspectos, e de acordo com Tubino existem oito modalidades do esporte: Esportes Olímpicos, Esportes não-Olímpicos, Esportes de Artes Marciais, Esportes de Aventura e Desafio, Esportes de Relação com a Natureza, Esportes Intelectivos, Esportes de Identidade Cultural e Esportes de Expressão Corporal.

Existem muitas definições para a palavra esporte, e muitas delas se resumem em três palavras chaves: Jogo, Atividade física, e competição. O esporte vai além de contrapontos da sociedade, ele faz parte da sociedade como diversas formas. As pessoas são pautadas pelos jogos e principalmente influenciadas pelos campeões, como no caso da matéria em questão, que nos leva a refletir o impacto entre as pessoas.

O Esporte Moderno está estruturado em três grandes áreas (Tubino, 2006). Uma delas é a educação física, que representa o começo da vida esportiva e o primeiro contato com a atividade física, o jogo e o lazer. A segunda é o mundo do esporte amador, aquele que a maior parte da população pratica como lazer. E finalmente uma parcela pequena da população, que faz do esporte sua vida e profissão, representando a parte do esporte de alto rendimento.

No alto rendimento, o atleta necessita cumprir uma série de obrigações no treinamento como a rotina, dieta e regularidade nas atividades físicas, que o diferencia em muito das rotinas costumeiras dos indivíduos. Estar inserido em um contexto de esporte de alto rendimento, significa ter um status a ser atingido com muito sacrifício,

além de ser um competidor regular e superar muitas exigências físicas e técnicas, incluiu também aspectos relacionados a vida pessoal (LIMA, 1990, p.74).

Ainda de acordo com Lima, o principal objetivo desses atletas é obter o melhor desempenho e, sempre que possível, vencer. O que acaba mudando são os muitos métodos de treinamento utilizado, mantendo o conceito básico que norteia a competição. E ainda o competidor deve conviver com o estresse que a rotina do esporte proporciona.

## **2. O ALTO RENDIMENTO NO MUNDO DO MMA**

Para entendermos melhor nosso objeto de estudo, precisamos saber o conceito do Mixed Martial Artes, termo em inglês que significa Artes Marciais Mistas, mais conhecido como MMA, já que na matéria em estudo, vivenciamos a rotina do lutador Acácio “Pequeno”. A definição do MMA, está ligada a muitas modalidades esportivas como: capoeira, jiu-jitsu, muay thai, kickboxing, taekwondo, caratê, judô, boxe, luta livre e kung fu (FERNANDES. et al, 2015).

No Brasil, a luta chegou finalmente à TV aberta em 2012 influenciada pela fuga dos telespectadores para os canais pagos e para a internet (REGO, RODRIGUES, 2016). Estaticamente de acordo com Sandas e Forti (2012), o MMA é tão popular, que nos Estados Unidos 33% da população, aproximadamente 93 milhões de pessoas, assistiram ao combate da final da 14ª edição do reality show “The Ultimate Fighting Championship – UFC, em 2012. Nesse programa os atletas se enfrentam no ringue para conquistar um contrato milionário com o UFC, que corresponde mundialmente a principal organização de esporte na atualidade.

Os atletas dessa modalidade possuem um tipo de treinamento e dieta diferenciado, muito pesado e frequente, que misturam técnicas de soco, chutes, joelhadas, cotoveladas, aplicação de quedas e ataque e defesa de chaves usadas em situação de luta de solo (OLIVEIRA, 2014).

“E para além das técnicas propriamente de lutas, há uma disciplina no controle do peso dos atletas, uma vez que as lutas do UFC são organizadas em diferentes tipos de categorias por peso, que são: Peso Pesado (93 a 120 kg); Meio-Pesado (84 a 93 kg); Médios (77 a 84 kg); Meio-Médios (70 a 77 kg); Pesos Leves (66 a 70 kg); Peso Pena (61 a 66 kg); Peso Galo (58 a 61 kg); Peso Mosca (52 a 56 kg); Peso Galo Feminino (58 a 61 kg) desde o peso mosca (até 57kg) até o peso pesado (até kg) num total de 9 categorias diferentes. O lutador então num processo rigoroso de controle do peso, precisa atingir o limite de sua categoria para poder lutar, sem perder parte da bolsa, no caso sua remuneração, ou não ser desclassificado. Há lutadores que chegam a perder

mais de 10kg antes da luta, a pesagem é promovida faltando um dia para o evento, e esses lutadores acabam recuperando grande parte do peso que perderam. Inclusive a perda de peso exige uma série de performances do atleta, como exercícios intensos antes da pesagem, dieta rigorosa, sauna quente, imergir em uma banheira com água quente após ter recebido em seu corpo um produto para que possa ser desidratado. O controle do corpo desses lutadores é intenso e exige técnicas corporais rigorosas” (Oliveira, 2014).

A luta considerada predominantemente masculina, tem crescido no mundo inteiro. No Brasil, em 2012, chegou finalmente à TV aberta, influenciada principalmente pela fuga dos telespectadores para os canais pagos e para a internet (REGO, RODRIGUES, 2016). Percebemos que, por constituir uma tribo muito estruturada, muitos utilizam para a disseminação de opiniões instrumentos de comunicação social como sites, blogs e redes sociais. Tendo como consequência um público consumidor do espetáculo esportivo e dos produtos e serviços que circulam no seu entorno (DEHÓ, 2013).

### **3. A NUTRIÇÃO EM ATLETAS DE ALTO RENDIMENTO**

Em nosso objeto de análise, a reportagem já citada, o lutador Acácio, precisa perder cerca de 16 kg em 20 dias para estar no peso ideal no dia da pesagem. A questão que chama atenção é qual o verdadeiro papel da nutrição nesse processo? Para Assis (2015), a atuação do nutricionista é de extrema importância e essencial em um ambiente esportivo, pois o profissional tem a finalidade de melhorar o desempenho do atleta, em conjunto com o treinamento físico. Assim possibilita uma diminuição de riscos da má alimentação e do uso indiscriminado de suplementos.

Contudo, esse procedimento adotado para preparar o atleta para a luta de alto rendimento é bem diferente do que a nutrição ensina para o cotidiano das pessoas. Um plano alimentar adequado deve levar em consideração o gênero, histórico familiar, presença de patologias, utilização de medicamentos, hábitos alimentares, e claro focar na atividade física praticada, sua frequência, tempo e duração. Com isso, serão ofertados ao atleta um aporte calórico adequado e a correta distribuição dos macronutrientes e micronutrientes (vitaminas e minerais) e água (CABRAL; et al, 2006).

Uma oferta equilibrada de nutrientes deve ser proposta ao atleta, bem como a orientação de um profissional adequado para melhora da capacidade física e rendimento (PEREIRA, CABRAL, 2007), bem como, proporcionar mudanças positivas na

composição corporal, melhora do condicionamento físico, estética e autoestima (SILVA Et Al, 2012).

Mas será que Acácio “Pequeno” recebeu a devida orientação? Vamos tentar entender um pouco do “padrão MMA”: Sabemos que a perda de peso é um método muito utilizado em lutas, principalmente na hora da pesagem. As categorias de lutas são divididas pelo peso corporal, um dos grandes motivos da perda de peso excessiva entre os lutadores antes das competições. Após a perda de peso, o mais comum que acontece é a tentativa de recuperação da massa corpórea no espaço de tempo compreendido entre a pesagem e a luta (Costa e Samulki, 2005).

Segundo Costa e Samulki (2005), alguns dos métodos utilizados para perda de peso são conhecidos, como: restrição dietética, restrição hídrica, aumento na intensidade dos treinos, utilização de roupas de plástico, laxantes e antidiuréticos. Em nosso estudo, o lutador Acácio “Pequeno” foi submetido a um processo altamente rigoroso para o controle de peso antes da pesagem, que inclui uma série de performances como: exercícios intensos antes da pesagem, dieta rigorosa, sauna quente, imergir em uma banheira com água quente após ter recebido em seu corpo um produto para que possa ser desidratado (OLIVEIRA, 2014).

Em uma dieta restritiva de 400 kcal por dia, o lutador passou cerca de 20 dias, e gerou como resultado detalhado na reportagem que cerca de 16 kg eliminados. Sem dúvidas, um dos primeiros métodos a ser utilizados para perda de peso são as dietas hipocalóricas, ou dietas com baixa quantidade de energia colaboram como uma melhor opção do que as dietas cetogênicas (STRINGHINI, SILVA E OLIVEIRA, 2007).

Segundo o estudo publicado pelos autores Silva e Gagliardo (2014), muitos são os fatores para se chegar na perda de peso, como restrição de carboidratos, aumento de atividades físicas e uso de recursos para acelerar a transpiração são fundamentais. Chegando a 90% temos o uso de saunas e roupas antitranspirantes, outra performance utilizada pelo lutador, que se submeteu inclusive a ficar dentro de um carro, como se fosse uma sauna. O correto seria valorizar ao máximo a reposição hídrica, o que inclui além da água a ingestão de sódio, cloro, potássio e carboidrato, para fins de manutenção da glicemia, evitar diminuição da osmolaridade plasmática e em casos de exercícios longos e extenuantes a hiponatremia (Hernandez Et Al, 2009).

Em segundo lugar com 80% temos a restrição de carboidratos, uma importante fonte para o lutador, já que os combates e treinos exigem força e potência. Segundo Hernandez e Colaboradores (2009), os carboidratos têm maior participação proporcionalmente à maior intensidade do esforço, isto significa que carboidratos devem ser priorizados em dietas para atletas lutadores. O que acaba ficando por contrário a ação.

Infelizmente, o foco na perda de peso em período pré-pesagem, seja por qualquer método, torna a desnutrição do lutador muito mais “agressiva”. Não basta dosar a quantidade adequada de nutrientes e vitaminas, sem que o atleta passe por um período de escassez (SILVA E GAGLIARDO, 2014).

Ainda de acordo com Silva e Gagliardo, o aumento da atividade física pode ser recomendado para atletas, desde que isso ocorra em todo o período de treinamento e não no período pré-competitivo. E claro que, priorizar um plano nutricional individualizado seria recomendado, como também não utilizar estratégias de desidratação e ausência de refeições por dia. Os atletas não só teriam um rendimento e desempenho maior, como também seriam saudáveis sem deixar muitas sequelas no organismo ao longo do tempo” (SILVA E GAGLIARDO, 2014). Muitos são os processos utilizados pelos atletas para a pesagem, mas como será que a mídia retrata esses personagens?

#### **4. O PAPEL DO JORNALISMO ESPORTIVO NA CRIAÇÃO DE ÍDOLOS E O IMPACTO NA SOCIEDADE**

O jornalismo esportivo, assim como outras modalidades como econômica, cultural e política, surgiu devido a transformações na sociedade (ANDRADE, 2014). Como Barbeiro e Rangel afirmaram na introdução do “Manual de Jornalismo Esportivo” (2006), o jornalista esportivo é aquele que atua na área de esportes, capacitado para captar, tratar e divulgar as notícias sempre com base nas regras da ética e do interesse público.

“O jornalismo esportivo é responsável por divulgar tudo o que acontece em relação ao esporte, o que vai desde o conceito de esporte como ferramenta de inclusão social até os noticiários especializados em mobilidades esportivas de alto rendimento, onde estão condicionados aspectos como entretenimento e profissionalismo. Todo o assunto de interesse da sociedade que envolva esporte é objeto do jornalismo esportivo” (PENA, 2012).

Já Felipe Pena, em seu livro “1000 Perguntas sobre Jornalismo” (2005), afirma que o profissional deve ser responsável principalmente por divulgar tudo o que acontece em relação ao esporte, o que engloba todo o interesse da sociedade que envolva o objetivo do jornalismo esportivo.



Pensando nisso, o jornalismo esportivo e outras vertentes tem se modificado ao longo dos anos, principalmente depois do avanço da internet. As mídias tradicionais então caindo em audiência, muitas devido a credibilidade e pela constante migração da publicidade para web (Mosco, 2009). O avanço das mídias sociais vem para quebrar alguns paradigmas principalmente o do dos jornalistas, o que está altamente relacionado com o objeto em estudo já que iremos analisar os impactos das mídias sociais na matéria.

Inegavelmente a internet revolucionou a forma de se fazer jornalismo, e dentro disso, o jornalismo tradicional não poderia ficar de fora, já que os principais veículos de comunicação online pertencem a grandes conglomerados de mídia que integram suas plataformas de comunicação (GURGEL, 2009).

Para a análise, temos as plataformas a reportagem que saiu no UOL e Folha de S. Paulo, sendo que ambos dão destaque para o esporte e atuam em redes sociais. Segundo Borelli (2011), os eventos esportivos, como movimentos sociais não se limitam apenas a representar resultados ou competição. Mas também reflete características culturais, e econômicas, sociais, políticas e religiosas. Assim os acontecimentos esportivos se tornam mais complexos, cuja a plateia passa a ser patrocinadores, competidores, dirigentes, as próprias mídias e os torcedores.

O esporte e a mídia foram uma dupla de força, influenciando nas escolhas e práticas, produtos para as pessoas. Com isso, cada vez mais avança o sucesso e popularização do MMA – tema de objeto do estudo – o que culminou na criação de muitos sites especializado e amadores da modalidade (ANDRADE, 2014).

E nessa história, entram ainda os influenciadores, ou seja, pessoas e veículos que incentivam mais os assuntos pautados da mídia esportiva. Alguns exemplos são: “Desimpedidos”, “Doentes por Futebol”, “Fanáticos por Futebol”, “Futirinhas”, “Grande Prêmio” e “Olé do Brasil”. E nas mídias tradicionais podemos citar o objeto de estudo: Folha de S.Paulo, no mundo impresso, e UOL, no mundo digital.

Segundo Tubino, 2007, o jornalismo esportivo está buscando um sentido do espetáculo, ou seja, uma identificação com show, profissionalismo e negócios. Com isso surgem os ídolos do esporte, que nada mais são que uma construção do espetáculo jornalístico. Tratando de ídolos esportivos, observamos um conceito de identidade cultural, ou seja, características que os indivíduos se identificam básica e inicialmente por

seus talentos como esportistas, atletas e artistas, para depois serem avaliados por seus valores morais e histórias de vida apresentadas pelas mídias (MUSSA, 2010).

Ainda sobre isso, Mussa comenta que essa fabricação de ídolos ocorre em um processo que envolve: a vinculação de reportagens, comentários de especialistas, publicação de artigos e textos publicitários. Essa criação ocorre em todas as instancias da mídia, como também a destruição dessa imagem, que ocorre por críticas ou mesmo por fabricação de textos.

O público passou a então querer saber mais do seu ídolo, dessa identidade com a qual ele se identifica. Fazendo uma comparação com o jornalismo esportivo, vemos a força dessa editoria na construção dessa persona (MARTIN,2015). A mídia pauta, constrói e destrói a imagem de atletas diariamente e, em muitos casos, relata seus dramas e momentos cruciais. A reportagem em análise traz um desses. Vamos, na sequência, observar o caso da reportagem em análise a partir da sua repercussão em redes sociais.

## **5. DADOS E ANÁLISES**

Após entrevista com o Jornalista Adriano Wilkson no dia 03/04/2018, e algumas análises de impacto dela em redes sociais, percebemos alguns fatores da pesquisa. O primeiro é que nas redes sociais, via Facebook, o impacto não foi significativo, pois as curtidas não passam de aproximadamente 2 mil *likes* na própria página do Facebook do UOL e Folha de S. Paulo. A relação “curtidas” da matéria em estudo para o número de seguidores da página do Facebook, é muito pequena, tanto no UOL, como na Folha de S. Paulo. O cenário muda um pouco, quando entramos na própria página do UOL, e verificamos que a matéria foi compartilhada 34.1 bilhões pelo site, o que indica que as pessoas leem muito mais a própria página do UOL, e compartilham da mesma, do que a própria matéria via Facebook.

Atualmente, 26% da população mundial têm acesso a internet, o que corresponde a 1,7 bilhão de pessoas, segundo o Relatório Anual da União Internacional de Telecomunicações (FOLHA.COM, 2010). Acompanhando esse avanço, as redes sociais tiveram um crescimento muito significativo de usuários. Estaticamente a cada cinco internautas quatro se relacionam em sites pela internet.

Gráfico 1: Representação da matéria no Facebook da Folha de São Paulo

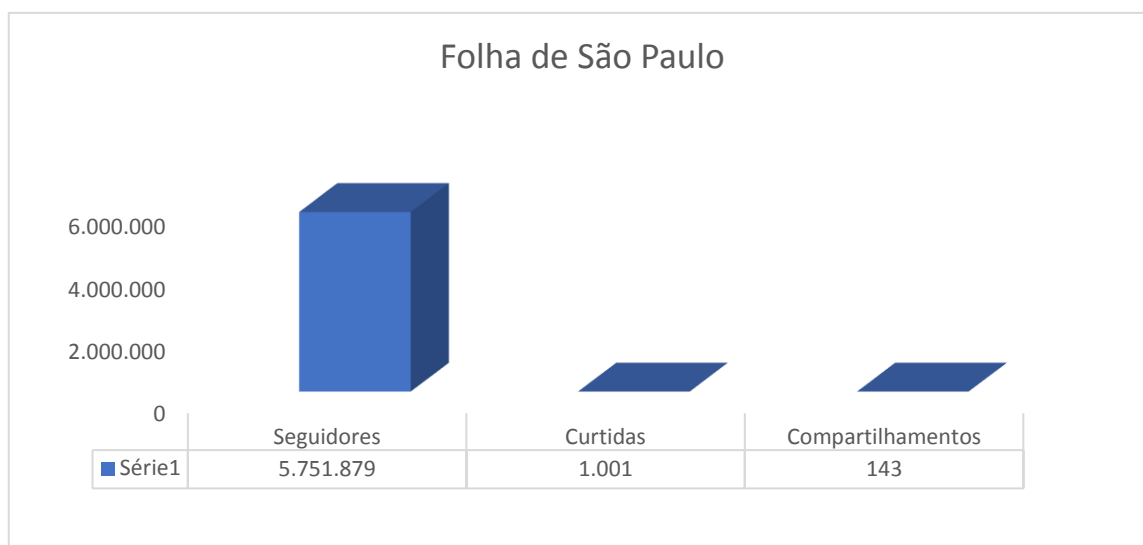


Gráfico produzido pela autora

De acordo com os dados divulgados pela Nielsen Online (IBOPE, 2010a), em agosto de 2010 o número de usuários ativos chegou aos 41,5 milhões (aproximadamente 22% da população), contra os 39,2 milhões em julho de 2010, representando um aumento de 5,9 % em apenas um mês. A pesquisa revelou, também, que os brasileiros passam mais de 60 horas por mês navegando na internet, sendo as redes sociais uma das principais razões.

Gráfico 2: Representação da matéria no Facebook do UOL

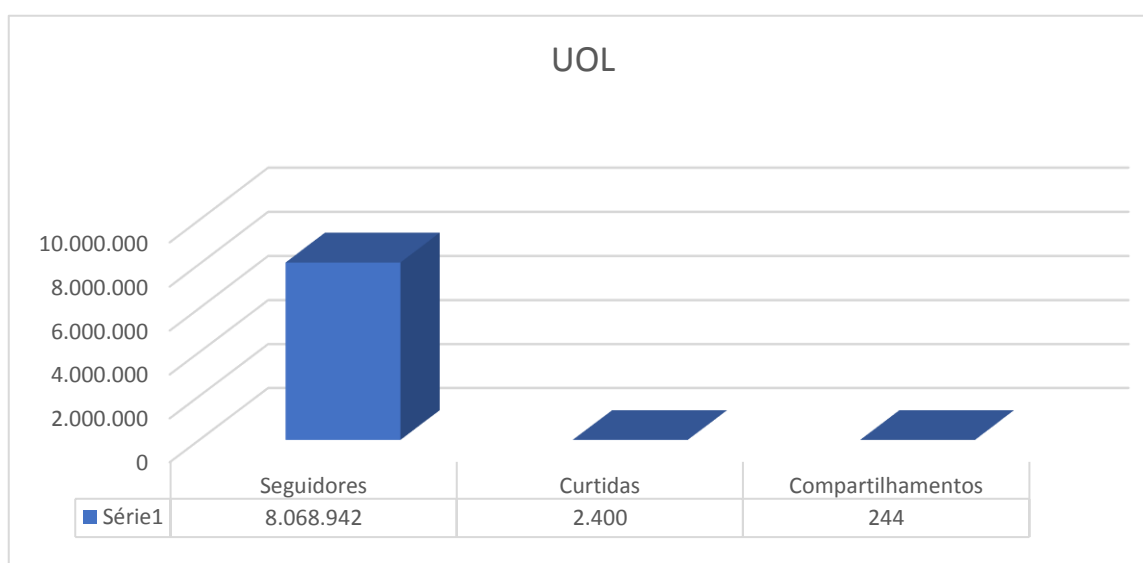


Gráfico produzido pela autora

Nossa era é de midiatização, do compartilhamento de informações e dinamismo entre os usuários. Além das pessoas serem formadores de opinião e criação de conteúdo. Devido a isso, de acordo com a autora Carolina Terra (2012), surge o termo usuário de mídia. Cada um de nós pode ser um canal de mídia: um produtor, criador, compositor, montador, apresentador, remixador ou apenas um difusor dos seus próprios conteúdos.

Em outras palavras esse usuário mídia é ativo tanto na internet como nas mídias sociais, e compartilha, produz e dissemina os próprios conteúdos. Ainda de acordo com Terra (2012), acredita-se que existam níveis de usuário- mídia: os que apenas consomem conteúdo e replicam; os que apenas participam com comentários em iniciativas on-line de terceiros; e os que de fato produzem conteúdo ativamente.

Para o jornalismo, seja em qualquer área, podemos dividi-lo em duas fases. A primeira antes do avanço da internet e a segunda pós conectividade. A primeira fase consiste na divisão de trabalho, rotinas produtivas e o produto. Estes eram estruturados segundo a relação de mercados e os interesses dos meios de comunicação e produção. Respondendo a interesses da produção em escala, ao imperativo do lucro e, portanto, a pressões dos anunciantes. (PRIMO,2009).

Primo (2009) destaca ainda que a segunda fase do jornalismo com o barateamento e simplificação das formas de publicação na internet, resulta hoje em notícias iguais em veículos diferentes, tanto na seleção quanto em seu tratamento. Transformado assim, o jornalismo dos grandes grupos midiáticos em uma commodity.

Antes a medida de popularidade era a quantidade de jornais distribuídos, hoje essa realidade não é a mesma. Novas métricas passam a ser consideradas, como o acesso a notícia, a quantidade de *likes*, compartilhamentos e o tempo de permanência no site do jornal. Nessa nova dinâmica, os veículos precisam planejar estratégias para atrair leitores para o seu site (ZAIGO, BASTOS, 2013).

Uma das estratégias é postar *links* para as principais notícias no Twitter e no Facebook, fazendo assim que o acesso as notícias sejam mais eficazes. Mas será que isso realmente acontece na prática para todos os veículos de comunicação?

Após analisarmos o impacto da matéria no Facebook dos veículos UOL e “Folha de S.Paulo”, pois o jornalista trabalha nos dois veículos, que são do mesmo grupo, replicou a matéria. Algumas informações são restritas pois não temos como saber informações que são exclusivas dos administradores das páginas em questão.

A relação “curtidas” da matéria em estudo para o número de seguidores da página, é muito pequena, o mesmo acontece ao número de compartilhamentos. O que nos leva a perceber que a matéria não teve grande impacto nesses ambientes.

Com relação aos comentários existentes mais relevantes, o que não pode ser computado numericamente, percebeu-se que muitas pessoas ficaram preocupadas com as condutas tomadas pelos treinadores em relação aos métodos de emagrecimento pelo lutador, mas não que isso vá mudar a realidade sofrida por eles.

Devemos levar em conta, algumas considerações particulares do Facebook, o que pode ter gerado um número abaixo do esperado. Isso pode ter a ver com alguns fatores como o algoritmo da plataforma, a frequência com que acontecem as interações entre pessoas e a página; a quantidade de *likes*, compartilhamentos e comentários que o post recebe em geral e de seus contatos; o quanto ele já interagiu com o mesmo tipo de *post* anteriormente e se alguém na rede já escondeu ou denunciou um *post*. Há também o fato do Facebook priorizar os posts das 50 pessoas com quem o usuário mais interage.

Para ir mais afundo e buscarmos entender as repercussões em redes sociais, com a ajuda do autor, tivemos contato com textos de comentários com 10 depoimentos que foram enviados em mensagens diretas do Facebook, desde a data da matéria até 2 dias depois, como se fosse um feedback da matéria para a vida delas. Porém ao analisar os depoimentos podemos perceber que muitos não foram significativos e impactantes, somente em relação a escrita do texto e congratulações.

Um depoimento apenas se referiu ao que realmente despertou ao ler a matéria, uma “agonia profunda”. Esta que o autor relata na entrevista, essa agonia presente na maioria da matéria. Além de dificuldades apresentada por ele, como a falta de conhecimento de muitas pessoas sobre o esporte, e o fato de observar a rotina desse lutador com a mínima intervenção e julgamento possível.

Um conteúdo ao ser replicado, como a matéria em questão pela “Folha de S. Paulo” e UOL, tem mais chances de ser acessado por uma quantidade maior de usuários, podendo encadear uma nova gama de redes de difusão do mesmo material. Essa estrutura permite que a informação percorra de forma efeito cascata, ou como conhecemos “viral” (RECUERO, 2009).

Em uma tabela produzido pelos autores Zaigo e Bastos (2013), mostra os maiores assuntos compartilhados via Facebook em determinados países. Os autores analisaram 40

veículos midiáticos. Para o Brasil foram analisados: “Folha de S.Paulo”, “Estado de São Paulo”, “O Globo”, “Zero Hora”, “Estado de Minas”, “Valor Econômico”, “Correio Brasiliense” e “Jornal do Comércio”.

Como resultado é possível obter que o Brasil compartilha mais assuntos de Política, Cultural e Notícias Locais, deixando o assunto esporte não entrar no ranking. Esse pode ser mais um argumento para que a notícia de Acácio não seja tão comentada e compartilhada.

Tabela: Seção das notícias mais replicadas no Facebook

País	Tópico 1	Tópico 2	Tópico 3
Alemanha	Entretenimento (21,18%)	Cultura (15,27%)	Política (14,28%)
Brasil	Política (20,45%)	Notícias Locais (18,751%)	Cultura (17,04%)
Espanha	Notícias locais (13,79%)	Cultura (13,10%)	Política (11,72%)
Estados Unidos	Política (22,22%)	Notícias locais (16,62%)	Esportes (12,12%)
Reino Unido	Opinião (15, 07%)	%) Nacional (12,56%)	Política (9,09%)

(ZAIGO, BASTOS, 2013)

O jornalismo esportivo precisa ampliar suas pautas no Brasil, como visto na tabela, somente nos Estados Unidos o assunto esporte é mais relevante. De acordo com Gurgel Campos (2012), o jornalismo esportivo precisa ampliar sua pauta e visão do que é esporte, dentro dessa nova onda de comunicação esportiva. Se o jornalismo esportivo passar a incorporar economia, políticas e outras discussões importantes, haverá um significativo aumento das pautas e até disseminação de notícias.

Outro ponto de grande destaque é a matéria de forma literária, e o retrato que o autor releva de Acácio. Em uma época no qual as matérias devem ser rasas e sem conteúdo, o autor provou que pode inovar nesse quesito, trazendo uma realidade não muito comentada pelo jornalismo: o drama esportivo. Além de ressaltarmos na análise a ligação que o autor teve com Acácio, principalmente na época em que lançou o livro.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O impacto nas redes sociais por mais que seja mínimo, trouxe uma grande reflexão no objeto de estudo, um mundo no qual muitos atletas passam e muitas vezes a mídia retrata com naturalidade tais assuntos. Essa matéria em forma de narrativa, informa e critica os passos de um lutador para perder peso, releva um assunto em pauta; o que fazemos para perder o peso, ou as loucuras cometidas com dietas da moda, porém no mundo de atletas profissionais o fato da frase “perca de peso”, confere um tom mais pesado e por vezes custa a vida.

Os números muitas vezes não mostram a real proporção de pessoas impactadas, mas sim uma proximidade. Muitos são os impactos para esse número não ser tão real, como o acesso limitado pelo facebook, os algoritmos da ferramenta, e os próprios brasileiros que destacam outros assuntos, do que o esporte.

A nutrição nos atletas é um tema que preocupa muito, principalmente em uma sociedade que incentiva padrões que não são sempre os melhores. A matéria retrata de uma maneira histórica o drama seguido por Acácio Pequeno, e alerta sobre as práticas feitas no MMA e em outras lutas. Uma maneira de alertar as pessoas, que merecia ter números maiores de compartilhamento e visualizações, principalmente nas mídias sociais.

O jornalismo e os veículos precisam estar mais preparados para esse avanço das mídias sociais e da opinião pública. Principalmente se tratando de esportes, pois a mídia só incentiva a circulação de matérias que incluam o futebol e principalmente os megaeventos esportivos. As pessoas precisam incentivar mais a prática de um jornalismo esportivo que informe e alerte também, como a matéria de estudo do Acácio Pequeno.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Rafael. A Influência da Mídia Digital para a popularização do MMA. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul DACEC – Departamento De Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação. IJUÍ-RS 2014.
- ASSIS, Lilian, Et Al. Avaliação Antropométrica, Ingestão Alimentar e Consumo de suplementos de Atletas e praticantes de Mixed Martial Arts (MMA) do Município De Araraquara. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, São Paulo. v. 10. n. 56. p.205-215. Mar./Abr. 2016.
- BARBANTI, Valdir. O que é esporte? São Paulo: Escola de Educação Física e Esporte da USP. S/D.
- BARBEIRO, H.; RANGEL, P. Manual do Jornalismo Esportivo. São Paulo: Editora Contexto, 2006
- CABRAL, Carlos, Et Al. Diagnóstico do estado nutricional dos atletas da Equipe Olímpica Permanente de Levantamento de Peso do Comitê Olímpico Brasileiro (COB). 2006.
- GURGEL CAMPOS, Anderson. A economia das imagens do esporte- Produção, reprodução e valorização de bens imagéticos nos ambientes midiáticos dos megaeventos esportivos. Doutorado em comunicação e semiótica. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de Campinas.2014.
- GURGEL, Anderson. DESAFIOS DO JORNALISMO NA ERA DOS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS. São Paulo: Motrivivência Ano XXI, Nº 32/33, P. 193-210 Jun-Dez./2009.
- CORREIA, M, SILVA,A. A utilização de atletas como modelo de ideal humano. Cadernos de Iniciação Científica. n.11, p77-78. 2014.
- Costa, L.O.P.; Samulki, D.M. Overtraining em atleta de alto nível – uma revisão literária. Revista Brasileira e Ciência e Movimento. 13(2) pg. 123-134, 2005
- HERNANDEZ, A.J.; Nahas, R.M.; Et Al. Modificações dietéticas, reposição hídrica, suplementos alimentares e drogas: comprovação de ação ergogênica e potenciais riscos para a saúde. Suplemento, Revista Brasileira de Medicina no Esporte. Vol. 15. Num. 3. 2009. <https://resultadosdigitais.com.br/blog/conheca-as-novidades-do-facebook-e-o-impacto-delas-na-sua-empresa/>
- HUIZINGA, Johan. Homo ludens: o jogo como elemento da cultura. 5edição. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- MARTIN, Lucas. A mídia esportiva e o leitor no processo de construção de um ídolo jogador de futebol: uma análise das matérias extracampo do site Globoesporte.com. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Uberlândia - MG – 19 a 21/06/2015.
- MOSCO, V. The future of journalism. Journalism, vol 10(3), 2009, p. 350-352
- MUSSA, Felipe. Construção do Ídolo Esportivo na Mídia. Universidade Federal do Rio de Janeiro Centro de Filosofia e Ciências Humanas Escola de Comunicação. 2010.
- OLIVEIRA, Daniel. Um Olhar Antropológico Sobre as Performances de Luta do MMA em um evento do UFC. Natal: 29ª Reunião Brasileira de Antropologia. 2014.
- PENA, F. Jornalismo. Coleção 1000 Perguntas. Rio de Janeiro: Editora Rio-Universidade Estácio de Sá, 2005.
- PENA, F. Jornalismo. *Coleção 1000 Perguntas*. Rio de Janeiro: Editora LTC,2012.
- PEREIRA, J. M. O.; CABRAL, P. Avaliação dos conhecimentos básicos sobre nutrição de praticantes de musculação em uma academia da cidade de Recife. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. Vol. 1. Num. 1. 2007. p.40- 47.



PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 130-146, dez. 2011.

RECUERO, R. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. 206 p. REINEMANN, C. et al. Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. Journalism. v. 13, n. 2. 2012. p. 221-239.

REGO, Eugênio, RODRIGUES, Ana Maria. O MMA como produto de entretenimento no lazer midiático. São Paulo: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 05 a 09/09/2016.

SANDAS, Guilherme; FORTI, Pâmela. Golpe certo, São Paulo, n. 276, mar. 2012.

SILVA, A. A.; FONSECA, N. S. L. N.; Gagliardo, L. C. A Associação da Orientação Nutricional ao Exercício de Força na Hipertrofia Muscular. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. Vol. 6. Núm. 35. p.389- 397. 2012.

SILVA, Jéssica, GAGLIARDO, Luiz. Análise sobre os Métodos e Estratégias de Perda de Peso em Atletas de Mixed Martial Arts (M.M.A.) em Período Pré-Competitivo. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva, São Paulo. v. 8. n. 43. p.74-80. Jan/Fev. 2014. ISSN 1981-9927.

STRINGHINI, M.L.F.; SILVA, J.M.C.; OLIVEIRA, F.G. Vantagens e Desvantagens da Dieta Atkins no Tratamento da Obesidade. Salusvita, Bauru, Vol. 26. Num. 2. 2007. p. 153-164.

TERRA, Carolina. Como identificar o usuário-mídia, o formador de opinião online no ambiente das mídias sociais. Revista Internacional de Relaciones Públicas, nº 4, vol. II [páginas 73-96], 2012.

TUBINO, M. J. G.; TUBINO, F. M. e GARRIDO, F. A. C. G. Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte. Primeira Edição. RJ: Editora Senac, 2007.

TUBINO, Manuel. O que é esporte? São Paulo: Editora e livraria brasiliense. 3º edição. 2006.

ZAGO, Gabriela, BASTOS, Marco. Visibilidade de notícias no twitter e no facebook: Análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 9 - Número 1 – 2013.

## WEBGRAFIA

DEHÓ, M. UFC: 65 lutas e 128 nocautes em 2013. UOL esporte: blog na grade do MMA, São Paulo, 05 jan. 2013. Disponível em: <<http://nagradedomma.blogosfera.uol.com.br/2014/01/05/ufc-65h-de-lutas-e-128-nocautes-em-2013/>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

SIQUEIRA, A. Conheça as novidades do Facebook e o impacto delas na sua empresa. In: Resultadosdigitais.com.br. (2018). Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/conheca-as-novidades-do-facebook-e-o-impacto-delas-na-sua-empresa/>

WILKISON, A. Em um motel, lutador desidrata e entra em agonia antes de sua grande luta. In: Esporte.uol.com.br. (2017). Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/mma/ultimas-noticias/2017/02/01/em-um-motel-lutador-desidrata-e-entra-em-agonia-antes-de-sua-grande-luta.htm>. Acessado em 1 Aug. 2017.