



Webjornalismo como alternativa para democratização do esporte no Brasil¹

Ygor Martins da SILVA²
Carlos Fábio Morais GUIMARÃES³

Faculdade Martha Falcão, Manaus, AM

RESUMO

As transformações tecnológicas ocorridas nas duas últimas décadas, especialmente, aquelas advindas do uso de computadores ligados à internet tem causado transformações substanciais na disseminação de conteúdos jornalísticos, principalmente aqueles voltados a editoria de esportes. A mudança da plataforma oral ou impressa do noticiário esportivo para o meio digital pode proporcionar a desconstrução da monocultura esportiva vigente no Brasil, abrindo espaços para a divulgação e o crescimento de outras modalidades esportivas, tão presentes e atuantes, como o futebol americano. Este artigo lança um olhar inicial sobre a importância do webjornalismo na difusão de notícias esportivas como alternativa para a democratização de outros esportes no país.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias; jornalismo; cultura esportiva; comunicação.

INTRODUÇÃO

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) - no qual o computador conectado à internet é a representação maior do atual avanço tecnológico mundial - estão cada vez mais presentes na sociedade brasileira. São inúmeros os exemplos de conectividade dos indivíduos navegantes na web, que vão desde a busca por negócios ou serviços às notícias e entretenimento. É a Internet como meio de comunicação para as quais todas as outras mídias convergem atualmente.

Essa convergência se dá à medida que os indivíduos são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias, conforme assinala Jenkins (2009). A Internet se constitui como uma poderosa plataforma para conexões multimidiáticas (SANTAELLA, 2009, p.08). A autora ainda afirma que as mídias

¹ Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação multimídia do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Estudante do Curso de Jornalismo da Faculdade Martha Falcão, email: ygor_martins85@hotmail.com

³ Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade Martha Falcão e Ufam, email: cfguima@gmail.com



anteriores as atuais se reformulam, se adequam e se reacomodam dentro da ecologia midiática⁴.

No ritmo das convergências, o jornalismo praticado pelos meios de comunicação tradicionais (TV, rádio e impresso) também migrou para o digital. Num primeiro momento, os produtos oferecidos eram reproduções de jornais impressos, com atualizações diárias ou não, com linguagem literalmente idêntica a do veículo impresso e com conteúdo estático.

Atualmente, verifica-se a incorporação dos portais de notícia e sites jornalísticos em geral aos padrões da internet. Os conteúdos são produzidos de forma totalmente direcionada à web, na qual há a possibilidade de customização de conteúdo pelo usuário e a interação é otimizada e integrada às redes sociais.

Nesse cenário da web, o jornalismo esportivo ganha força. Porta de entrada dos jornalistas iniciantes, juntamente com a editoria de polícia, a de esportes vêm sofrendo alterações, principalmente com a mudança dos perfis dos jovens ingressantes na área, pois além de demonstrarem alto interesse, alguns jornalistas iniciantes possuem experiência na área esportiva da qual abordam, fato que não era comum há pouco tempo.

Por outro lado, é necessário avançar mais na área esportiva. É necessário desconstruir a ideia de que o noticiário esportivo se resume apenas a “paixão nacional” produzida pela mídia - o futebol. Problema longe de ser solucionado, o jornalismo digital abre possibilidades de se abordar outros tipos de esporte em ascensão, porém com pouca repercussão na mídia, como o de artes marciais (MMA) e o futebol americano.

Nesse sentido, este artigo apresenta um olhar inicial sobre a importância da webjornalismo na difusão de notícias esportivas como alternativa para a democratização de outros esportes no país, objetivando caracterizar os fatores que estão possibilitando a divulgação desses esportes no Brasil.

O trabalho apresentado é descritivo e o método utilizado é bibliográfico e documental. A abordagem metodológica é quantitativa e a amostra é composta por endereços eletrônicos de blogs e sites esportivos destinados a determinados esportes.

⁴ A autora ao utilizar o conceito de ecologia midiática, procura comparar com o conceito biológico que é a distribuição dos organismos vivos no habitat de maneira que as interações são afetadas pelo meio ambientes e vice-versa.



As reflexões estão à luz dos conceitos de webjornalismo e convergência das mídias de Pinho (2003), Santaella (2009), Jenkins (2009) e Prado (2011)

O webjornalismo no Brasil

A primeira empresa de informação brasileira a ter um site no país foi à agência Estado. O primeiro jornal na *Web* foi o Jornal do Brasil, em 1995. PRADO (2011), afirma que na época, o editor do periódico, jornalista Rosenthal Alves, foi pego de surpresa com o surgimento da ideia da migração do modelo impresso para o *online*.

“Um de nossos colaboradores, o Sergio Charlab, vinha falando comigo há um par de anos sobre a internet e necessidade de fazermos algo na internet. Eu conhecia a internet pré-web, que era muito restrita, sem recursos gráficos e eu não via nenhuma chance de fazer algo tão bom [...] Essa minha resistência acabou no minuto em que ele me convenceu a ir a uma sala num outro andar ver a web pela primeira vez. Ele mostrou o Daily Telegraph, de Londres, e alguns jornais americanos. Wow, eu não podia acreditar. Mas, o mais interessante é que ele mostrou o Jornal do Brasil *Online*, que ele mesmo tinha criado na casa dele, no computador dele, copiando à mão as notícias do JB [...] o primeiro jornal brasileiro da internet e um dos primeiros da América Latina” (PRADO, 2011, p. 20)

O Estado de São Paulo, O Globo, O Estado de Minas, Zero Hora, Diário do Pernambuco, entre outros jornais, aderiram à ideia. No entanto, é importante observar que nenhum deles possuía uma versão específica para a *Web*. De início, todos migraram utilizando a transposição literal do conteúdo do impresso para o *online*. O primeiro site que se começou a se preocupar com a adaptação de linguagens, padrões e formatos para a *web* surgiu apenas em 1999, com o Portal Último Segundo, da IG, jornal online concebido e produzido para a internet brasileira.

BRITO⁵ (2009) concebe o *Webjornalismo* em quatro fases distintas, com a intenção de compreender as evoluções da prática ao longo dos anos. Na primeira, os produtos oferecidos eram reproduções de jornais impressos, podendo ter ou não atualização diária. A linguagem era uma literalmente a mesma do veículo impresso e o conteúdo estático. Podemos citar como exemplo o JB Online, versão digital do Jornal do Brasil.

⁵ Prof. Breno Brito, em seu site oficial <www.brenobrito.com/files/WEBJORNALISMO-AULA_03.pdf> Acesso em 03 mar. 2012.



Na segunda fase, “os jornalistas criam conteúdos originais para a rede, passando a utilizar hiperlinks, interatividade, ferramenta de buscas, conteúdo multimídia como vídeo, áudio e imagens”. São os primórdios da interatividade e das construções textuais próprias do ambiente da Internet. Nessa fase já há o surgimento dos fóruns de discussão e o leitor já pode interagir com os autores das matérias online através de email.

Na terceira fase, com a evolução da Web, o Webjornalismo também evolui tecnicamente. Passa a se utilizar de serviços como infográficos digitais, WebTV, enquetes, chats, entre outras ferramentas multimídia que estão revolucionando o jornalismo na *web*. Na quarta, observa-se a total incorporação dos portais de notícia e sites jornalísticos em geral aos padrões da Web. Os conteúdos são produzidos de forma totalmente direcionada à Internet, há a possibilidade de customização de conteúdo pelo usuário e a interação é otimizada e integrada às redes sociais.

O Jornalismo Esportivo: dos primórdios a *web*

O Jornalismo Esportivo surgiu, no início do século XX, sob desconfiança e muito preconceito. Surgiu atrelado à ascensão do futebol como esporte nacional, substituindo, na época, o remo no gosto dos brasileiros. O noticiário esportivo era tido como um assunto bem menos interessantes aos demais. A ideia de “editoria”, tal como é concebido atualmente, não existia no começo.

Os assuntos de conteúdo político e econômicos tomavam conta da maior parte dos periódicos do início do último século. Segundo COELHO (2003), só a partir dos anos 20 começou-se a notar o esporte presente nos jornais de maior circulação, principalmente quando os imigrantes italianos passaram a incluir na *Fanfulla*, publicação criada em 1893, voltada à comunidade ítalo-brasileira, os primeiros traços daquilo que chamamos hoje de jornalismo esportivo.

Em 1931, surge o primeiro diário dedicado exclusivamente aos esportes: o Jornal dos Sports, que ainda se mantém vivo até hoje. Depois dele, com a popularização do futebol e consolidação como o esporte “mais querido” entre os brasileiros, o jornalismo esportivo passou a ter um papel de maior destaque perante o grande público.

O *boom* do jornalismo esportivo na internet só aconteceria a partir dos anos 2000 em nosso país. O primeiro grande site de jornalismo esportivo, com a PSN (Pan American Sports Network), canal norte-americano, que iniciava suas atividades no Brasil. Canal de TV por assinatura, o PSN “tirou” profissionais dos mais diversos



veículos esportivos, desde o impresso até o radiofônico. Foi um passo importante na história do webjornalismo esportivo, em relação à concorrência pelo espaço com os demais veículos jornalísticos.

Pouco antes do site da PSN, em 1997, com menor sucesso, surgia o diário Lance!. A peculiaridade do periódico é que a versão online do mesmo (www.lancenet.com.br) surgiu antes mesmo do lançamento da versão impressa. O diário que hoje é um dos 10 mais vendidos do país, no entanto, enfrentou dificuldades à época e quase faliu um ano após a sua criação. A intenção da criação do diário, no entanto, era “marcar território” e sair na frente dos demais veículos quando a internet realmente se popularizasse. Deu certo.

Após o site da PSN, surgiram mais interessados no webjornalismo esportivo. IG, Pelé.net e Sportsya eram os principais concorrentes ao site do grupo norte-americano. No entanto, como já dissemos acima, o Lance! queria e saiu na frente. Com o crescimento da internet no Brasil, o diário virou referência e rapidamente passou a atrair diversos investidores. Em pouco tempo, o site passou a valer milhões de dólares.

Até os dias de hoje o Lancenet é um das grandes referências do país, quando falamos em jornalismo esportivo. No entanto, ele vem perdendo espaço, ao longo dos anos, para sites com maiores investimentos, como o Terra Esportes⁶ (do portal Terra.com), UOL Esportes⁷ (do portal Uol.com) e GloboEsporte.com⁸ (do portal Globo.com). Segundo pesquisa do IBOPE, realizada em 2012, o GE.com lidera o ranking dos mais acessados com cerca de 11 milhões de visitantes por mês.

O problema da “monocultura” no Jornalismo Esportivo do Brasil

O jornalismo esportivo seja impresso, TV, rádio e na Internet, o tema futebol é o que impera. Obviamente, o esporte bretão foi preponderante na popularização e no crescimento do jornalismo esportivo no Brasil. O problema se dá, no entanto, quando se resume o conceito da palavra “esporte” tão somente ao futebol. Essa é uma característica da imprensa brasileira desde quando o jornalismo esportivo se originou no século passado, que alguns autores denominam de “monocultura esportiva”.

⁶ www.esportes.terra.com.br/

⁷ www.esporte.uol.com.br

⁸ www.globoesporte.com



A palavra ‘monocultura’, frequentemente utilizada no meio agrícola, significa o plantio extensivo de um único vegetal⁹. Especialistas, ecologistas e entendidos do assunto repetem incansavelmente a quantidade de males que a manutenção desta atividade gera ao solo e ao meio-ambiente. Do outro lado, os adeptos da prática a defendem com o argumento de que é a prática mais viável. Viável economicamente.

Comparado com prática da “monocultura esportiva”, o termo empobrece o jornalismo esportivo, terreno fértil para outras modalidades. O espaço destinado ao futebol atrapalha o espaço destinado aos demais. Canais de televisão, sites esportivos e jornais especializados preocupam-se em mostrar atentos e receptivos aos demais esportes. No entanto, o verificado é diferente. Vejamos alguns exemplos:

GloboEsporte.com¹⁰

globoesporte.com

globoesporte.globo.com/

No **globoesporte.com** você encontra a melhor cobertura sobre o Futebol e Outros Esportes, no Brasil e no Mundo: Notícias, Vídeos e muito mais.

Lancenet.com¹¹

[Home - Lancenet.com.br - Notícias de Futebol, F1, NBA e muito mais](http://www.lancenet.com.br)

www.lancenet.com.br/

Notícias, fotos e resultados de futebol e outros esportes.

Outras modalidades esportivas ascendentes no Brasil: o exemplo do futebol americano

O futebol americano ingressou no Brasil há mais de 40 anos, inclusive com transmissão em TV aberta, na década de 60. A *NFL (National Football League)*, liga mais importante de futebol americano dos EUA, foi introduzida em nosso país, porém, de maneira descuidada.

No início do esporte em nosso país, o *Football* era transmitido em VT, pela TV Tupi. Os jogos eram narrados pelo jornalista Walter Silva, que sequer sabia as regras do jogo quando começou a narrar. Após esta primeira tentativa despreparada, a TV Bandeirantes, em 1990, tentou novamente trazer o ‘futebol jogador com as mãos’ para o

⁹ Definição retirada do site Planeta Sustentável, do Portal da Editora Abril:

< http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/ambiente/conteudo_258387.shtml > Em 20 mar. 2012.

¹⁰ Definição encontrada no site www.google.com.br do site em questão.

¹¹ Definição encontrada no site www.google.com.br do site em questão.



Brasil e o faz com relativo sucesso, em transmissões esporádicas que dataram de 1994 a 1998, com algumas notas em seus principais noticiários esportivos.

Depois de algumas transmissões esporádicas, como em 2008, do *Super Bowl*, principal evento da NFL, o esporte perdeu totalmente espaço na tv aberta. A sua volta ao grande público aconteceu somente em 2011, quando a TV Esporte Interativo, não abrange todo o país, mas considerável parte do mesmo, transmitiu o Super Bowl, com disputa entre New York Giants e New England Patriots, na qual os primeiros foram vencedores.

Praticado desde a década de 80 no Brasil e em constante crescimento, o esporte, no entanto, tem espaço muito reduzido nos grandes veículos de comunicação. Grande parte das matérias produzidas aqui demonstram falta de pesquisa sobre o assunto, sempre tratando o esporte como “novidade no país”, o que, absolutamente, não corresponde a verdade.

Desde 2000, a Associação de Futebol Americano no Brasil (AFAB) existe. É o órgão, inclusive, reconhecido pelo Ministério dos Esportes e filiada a IFAF, entidade que coordena o esporte em nível mundial. No entanto, pouca gente sabe do crescimento do esporte no país, tampouco que a audiência do mesmo em jogos da TV Paga, são crescentes.

A ESPN, canal por assinatura, em português, que transmite os jogos da temporada da NFL há mais de 10 anos é a responsável por trazer o esporte aos brasileiros interessados. No entanto, quem não tem condições de assinar um canal pago, mal sabe do que se trata tal esporte.

O principal motivo para a falta de popularidade do futebol americano no país é o mesmo dos “sumiços” de Boxe e Tênis dos noticiários esportivos dos veículos de comunicação em massa: não há brasileiros se destacando neste esporte.

Aliás, o futebol americano tem um agravante ainda pior, em relação aos outros dois esportes citados, que é o fato de jamais ter tido sequer um jogador brasileiro em um time profissional nos EUA. O esporte cresce, a despeito do descaso dos grandes veículos, em proporção considerável no país a cada ano. Com o advento das redes sociais, é possível observar que a audiência é muito grande durante os jogos da temporada, que dura vai dos meses de setembro à fevereiro.

Outra prova do sucesso crescente do futebol americano no Brasil são os números de praticantes no país. Segundo o último censo, realizado via internet pelo site



FAOficial.com¹², o Brasil conta com mais de 5.000 jogadores cadastrados, distribuídos em mais de 120 times no país.

Outro dado que demonstra o tamanho do futebol americano no Brasil: durante todo o ano de 2011, o site Diário NFL (www.diarionfl.net) foi o mais acessado do Brasil entre os sítios utilizadores da plataforma WordPress, talvez a mais famosa do mundo na criação de sites gratuitos. O Diário, mantido por Danilo Muller e Daniel Miura, fala exclusivamente sobre futebol americano, tanto sobre a NFL, como sobre os campeonatos brasileiros estaduais e interestaduais, que acontecem no Brasil. Vale ressaltar que o site ficou à frente de vários outros sítios esportivos, inclusive de futebol.

O Webjornalismo na construção da democratização esportiva do Brasil

O Webjornalismo nos oferece uma alternativa. Com o advento das redes sociais, blogs e com a facilidade de criar sites no mundo atual, a democratização esportiva pode ser conquistada aos poucos. Se as mídias de massa, especialmente as vinculadas à canais de TV aberta, são limitadas na divulgação de outras modalidades esportivas, com a *web* abre-se a oportunidade de maior divulgação.

O Diário NFL começou suas atividades em 2006. Criado pelo tradutor Danilo Muller, atual técnico da seleção brasileira de futebol americano, o site tinha como intenção fornecer algo que ainda havia no país: informação de qualidade, sobre a NFL e seus derivados, em português.

Atualmente é um dos blogs mais acessados do Brasil. Depois dele vieram vários outros importantes sites, como o Blog das Grandes Ligas¹³, o Snap! Futebol Americano¹⁴ e o The Concussion¹⁵. Em comum, todos estes sites têm o fato de serem mantidos de forma “voluntária” – ou seja, não remunerada – pelos seus administradores. Esses sites foram preponderantes para o crescimento do futebol americano no Brasil.

O Webjornalismo é a principal alternativa para os “outros esportes”. O crescimento de blogs especializados no assunto, bem como a criação de perfis específicos para cada time da NFL no *Twitter*¹⁶, é considerável. O fã do esporte percebeu que, se não lhe é trazida as informação das quais ele necessita, ele pode, com

¹² <www.faoficial.com> Acesso em 22 mar. 2012

¹³ www.grandes-ligas.blogspot.com/

¹⁴ www.snapfutebolamericano.com

¹⁵ www.theconcussion.com

¹⁶ www.twitter.com



facilidade das ferramentas da Internet, produzir e difundir notícias sobre seu esporte favorito.

Assim, blogs e sites são referências no assunto. Alguns deles, como o Snap! Futebol Americano é composto essencialmente por jornalistas formados ou em formação, o que é um grande avanço.

CONSIDERAÇÕES

Em tempos de internet, uma das principais funções do jornalismo esportivo é não direcionar aquilo do qual o leitor, ouvinte, telespectador, deve gostar. Ao contrário, o jornalismo esportivo deve oferecer opções e permitir que o interessado decida de qual esporte ele pretende se informar, sobre qual sua curiosidade é mais aguçada.

Com a facilidade de se produzir conteúdo, criar blogs e expor opiniões, o Webjornalismo é mais do que apenas uma ferramenta. É por meio dele que as demais modalidades esportivas tem a possibilidade de serem divulgadas e mantidas ao alcance do público que tem preferências por outros esportes que não seja o futebol. O webjornalismo é um instrumento poderoso na democratização esportiva do país, colaborando na desconstrução da monocultura esportiva viegente há mais de um século no país.

REFERÊNCIAS

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção de informação online. São Paulo: Summus, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, T.M. **Manual do Foca**: Guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Contexto:, 2010

SANTAELLA, L. Considerações sobre a encruzilhada das mídias. In: SANTOS, Elisio dos; VARGAS, Heron; CARDOSO, João B. (Orgs). **Mutações da cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.

_____. **Navegar no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade e ubiqüidade. São Paulo: Paulus, 2010.

COELHO, P.V. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

PRADO, M. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011



BRITO, B. **Webjornalismo AULA 03** < www.brenobrito.com/files/WEBJORNALISMO-AULA_03.pdf > Acesso em 03 mar. 2012.