



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

DIEGO ROBERTO DE OLIVEIRA

JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: CONQUISTANDO ESPAÇO

**Assis/SP
2010**

DIEGO ROBERTO DE OLIVEIRA

JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: CONQUISTANDO ESPAÇO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

Orientador: MSc. Eduardo Yuji Yamamoto

Área de Concentração: Técnica Redacional no Jornalismo

Assis
2010

FICHA CATALOGRÁFICA

OLIVEIRA, Diego Roberto

Jornalismo Esportivo na Internet: Conquistando Espaço./ Diego Roberto de Oliveira. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA - Assis, 2010. Páginas 50. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis

Orientador: MSc. Eduardo Yuji Yamamoto

Trabalho de Conclusão de Curso – Instituição Municipal de Ensino Superior de Assis

1 Jornalismo Esportivo; 2 Internet 3 Impresso

CDD: 070

Biblioteca da FEMA

JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: CONQUISTANDO ESPAÇO

DIEGO ROBERTO DE OLIVEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, analisado pela seguinte comissão organizadora:

Orientador: MSc. Eduardo Yuji Yamamoto

Analizador: Alcioni Galdino Vieira

Assis
2010

AGRADECIMENTO

Primeiramente a Jeová, Deus e Jesus Cristo que me forneceram força para concluir este trabalho e está etapa muito importante em minha vida.

Aos meus pais, Carlos e Laura que, deste sempre, estiveram ao meu lado para que chegasse a este momento de alegria.

Ao mestre Eduardo Yuji Yamamoto, que além de uma grande um pessoa é um profissional de alto nível, com sua capacidade e competência. A meu amigo irmão Luis Felipe, e minhas amigas Bruna da Silva e Nayara (Loira) que colaboraram e muito para que conclui-se este trabalho.

Aos meus amigos que tive o prazer de conhecer durante o curso; Bruno, João, Fernando Candido, Felipe Modesto, Ana Paula e Camila Rita e Geisla, que colaboraram para que não desanimasse e tivesse além do estudo, momentos inesquecíveis de muita alegria.

A meu irmão do coração, Lucas, que é sangue do meu sangue, parceiro de todo o tempo.

Aos meus amigos de sempre Weslei, Rodolfo e Ricardo que sempre acreditaram em mim para que chegasse ao final deste curso.

E finalmente, a Instituição Educacional do Município de Assis, Fema, que me forneceu embasamento e conhecimento sobre o curso de Jornalismo.

DEDICATÓRIA

Finalmente, após vários anos cursando Jornalismo, compreendo que na vida tudo tem uma explicação.

Com mais que pareça algo, tudo está por de trás. Passei momentos de alegria e tristeza mais tudo foi como experiência e bagagem em minha vida.

Hoje, posso afirmar que o curso de Jornalismo, forneceu além da base teórica uma visão mais profunda sobre a mídia.

Dedico e sou grato a Instituição, professores e amigos que fiz aqui na Fema, pois tenho certeza que sempre todos estarão em minha memória para sempre.

“A sociedade que aceita qualquer jornalismo
não merece jornalismo melhor”

Alberto Dines

RESUMO

Neste trabalho o objetivo é apontar como novas ferramentas do meio de comunicação como a Internet, está conquistando cada vez mais espaço na mídia. Atingindo um público cada vez maior, o Jornalismo Esportivo na Internet propõe imagem, som e informação juntos.

Em contrapartida, o Jornalismo Esportivo no Impresso vem perdendo espaço no mercado jornalístico e direcionando justamente para a nova tecnologia.

Palavra-chaves: Jornalismo Esportivo, Internet, Impresso

ABSTRACT

In this work the goal is to show how new tools of communication medium like the Internet, is gaining more attention in the media. Increasing and reaching a wider audience the Sports Journalism on the Internet, offers images, sounds, information together. By contrast the Sports Journalism Printed been losing market share and leading newspaper just for the new technology, the Internet. It is precisely in this context that this paper serves as investigates how this new. Sports Journalism can contribute to the benefit of future journalists.

Keywords: Sports Journalism, Internet, Printed

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
-------------------------	-----------

CAPÍTULO 1 – JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: CONQUISTANDO ESPAÇO

1.1 A origem do Jornalismo Esportivo	16
1.1.2 No Brasil	17
1.1.3 Jornalismo Esportivo na Internet	17
1. 2 Jornalismo Esportivo Impresso vs. Jornalismo Esportivo na Rede.....	20
1. 3 Credibilidade.....	21

CAPÍTULO 2 – JORNAL GAZETA ESPORTIVA E SITE ESPORTE INTERATIVO

2.1 Jornal Impresso Gazeta	24
2.1.1 Gazeta Esportiva	24
2.1.2 Gazeta Esportiva na Internet	26
2.2.1 Site Esporte Interativo	28
2.2.2 Início	29
2.2.3 Opção.....	30
2.2.4 Patrocinadores do Esporte Interativo	30

CAPÍTULO 3 – PESQUISA DE OPINIÃO QUANTITATIVA

3.1 Metodologia	32
3.2 Tabulação e análise dos dados	32

CONCLUSÕES PROVISÓRIAS.....	46
------------------------------------	-----------

CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
-----------------------------------	-----------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
---	-----------

INTRODUÇÃO

O objetivo desta monografia é apontar como os veículos de comunicação, a exemplo do jornal impresso, revistas e jornais estão migrando, nos últimos anos, para a Internet. Neste trabalho vamos tratar especificamente do Jornalismo Esportivo. A finalidade é analisar a preferência dos alunos do 2º e 4º do curso de Comunicação Social da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), entre esses dois veículos da área esportiva: Impresso e Internet.

Nesta pesquisa, os entrevistados responderam um questionário referente a conteúdo, à participação, à credibilidade e sobre a influência dos jornalistas esportivos na atualidade.

Em 2007 no 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Científico, foi apresentada uma comunicação científica, por Rogério Christofolletti e Ana Paula França Laux. O tema da comunicação era “Confiabilidade, Credibilidade e reputação no jornalismo e na blogsfera”.

Eles concluíram que a Internet, através dos blogs tem provocado mudanças profundas não apenas no mercado jornalístico mais também de conteúdo. Constataram também que tanto o Jornalismo na Internet como o Impresso, se complementam no sentido de desenvolverem novas práticas de apuração e difusão de informações, como também vem se apontando outras formas de relacionamento entre produtores e consumidores desses meios. As versões eletrônicas dos veículos de comunicação vem sendo explorada como alternativa para profissionais que desejam oferecer modalidades voltadas ao esporte.

Em busca de atrair usuários e proporcionar maior agilidade e acessibilidade a eles o conceito do Jornalismo Esportivo na Internet colaborativo está cada vez mais descentralizando as informações, fazendo com que o jornalista no on line apure melhor e mais rápido a informação, diferente daquele jornalista que trabalha no impresso, radiofônico e televisivo.

O jornalismo encontrou na Internet a possibilidade de informar, divulgar e transmitir textos, som e imagem, juntos, revolucionando o modo de leitura que está em processo contínuo de evolução.

Com tantas possibilidades a serem concretizadas, objetiva-se, portanto, com desenvolvimento desta pesquisa, identificar até que ponto o Jornalismo Esportivo na Internet se expandiu e de como o Jornalismo Esportivo Impresso está fazendo para se adaptar à nova tecnologia ao contexto jornalístico.

Para entender melhor o processo de evolução da comunicação no Jornalismo Esportivo na Internet e no Impresso, iremos estudar os meios de comunicação o site Esporte Interativo e o Jornal Gazeta Esportiva.

O método de pesquisa adotado foi do hipotético-dedutivo, com a experimentação da hipótese. Portanto, neste trabalho apresento uma estrutura dividida em três capítulos.

No primeiro capítulo, desenvolvemos a pesquisa bibliográfica reunindo referencial teórico com os principais conceitos desenvolvidos do Jornalismo Esportivo. Para isso foi utilizado livros e trabalhos de conclusão de curso (TCC) de alunos formados em jornalismo pela FEMA (Fundação Educacional do Município de Assis) e referências bibliográficas de vários autores que tratam de esporte e trabalha com a história do jornalismo esportivo e internet.

No segundo capítulo, a idéia foi apontar as mudanças no jornalismo esportivo, após o uso da ferramenta internet no dias atuais, tendo como foco o Jornal Gazeta Esportiva e o Site www.esporteinterativo.com.br. Aqui avaliamos a qualidade de conteúdo esportivo, a participação dos usuários para com os meios e quais os motivos do crescimento contínuo nos últimos anos.

No terceiro capítulo, fazemos uma análise dos dados. É onde será realizada uma pesquisa de opinião, de caráter quantitativo, dirigida aos estudantes do 2º e 4º de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da FEMA. Assim, o Capítulo 3 é composto pela pesquisa quantitativa e as conclusões provisórias.

Para fechar esse Trabalho de Conclusão de Curso, são apresentadas as Considerações Finais, sem a pretensão de serem definitivas.

Todas as obras consultadas (citadas ou não no corpo do trabalho) podem ser conferidas nas Referências Bibliográficas.

CAPITULO I

JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: CONQUISTANDO ESPAÇO

Uma das especificações do Jornalismo no que, nos últimos, vem alavancando interesse de leitores, internautas e telespectadores é o Jornalismo Esportivo.

Os meios de comunicação para interligar a informação aos amantes por esporte são diversos como: rádio, televisão, jornal, revistas e recentemente a internet.

Com a Internet os sites esportivos crescem em grande escala, consumindo e atraindo pessoas de todos os outros meios de comunicação citados.

Um dos veículos mais atingidos pelo o Jornalismo Esportivo na Internet é o Jornalismo Esportivo Impresso.

Por anos sendo uma referência para milhares de leitores pelo mundo, o Jornalismo Esportivo Impresso vem perdendo espaço para o Jornalismo Esportivo na Internet.

Os jornais e revistas aproveitando a oportunidade para atrair o público e as mudanças no mercado jornalístico, estão explorando as versões eletrônicas de seus meios para se adequarem à nova realidade.

Sites, blogs, videos salas de discussões online com profissionais de inúmeras mídias estão sendo muito utilizadas atualmente.

1.1 A origem do Jornalismo Esportivo

A origem do jornalismo esportivo começa quando o poeta grego Homero, do século VIII a.C, começa a fazer crônicas sobre o assunto, notando uma diferença em relação ao noticiário geral.

Homero, precursor das corridas de Tróia da época de VIII.a.C fica sendo considerado o pioneiro da crônica esportiva mundial especializada.

Momento em que dá início às publicações de material específico sobre o esporte, com formato da página impressa, dentro do que convencionamos chamar de imprensa, se tornando um fenômeno muito mais recente na história da civilização. A rigor, o jornalismo esportivo mundial origina-se do jornalismo geral.

O autor Francês Edouard Seidler aponta como o mais antigo órgão esportivo do mundo o inglês Bell's Life. Fundado em 1838, passou a denominar pouco depois como jornal, Sporting Life em 1859.

O surgimento do jornal só ocorreu por causa de um fortalecimento de clubes e federações na era moderna do esporte mundial, caracterizada pela organização em instituições. Neste momento, o Jornalismo como fenômeno moderno, contribui para um fortalecimento do capitalismo.¹

Na França, Seidler registrou a fundação do jornal francês Le Sport, editado por Eugene Chapus em 1854, com o objetivo de realizar crônicas esportivas como caça, canoagem, natação, pesca, boxe francês e inglês, lutas, e outros esportes.

Nestes primórdios, o jornal francês L'Equipe, primeiro diário esportivo do mundo, é uma demonstração, por seu estilo e linguagem, de que a tradição da crônica iniciada com Homero antecede o jornalismo esportivo como gênero, como campo especializado capaz de constituir editoria fixa.

¹ Segundo Informações do livro de Orlando Duarte, História dos Esportes de 1919 a 1939, o esporte, antes abordado de forma didática pela imprensa, passa a ser encarado com autonomia e como informação específica. O jornalismo esportivo se fortalece e os livros sobre a área se tornam mais lidos.

1.1.2 No Brasil

O jornalismo esportivo na imprensa brasileira consolida-se, com a chegada do profissionalismo no futebol em 1933.

Um dos primeiros jornais que investe em jornalismo esportivo é o jornal Gazeta que faz sucesso com a publicação da página de esportes às segundas feiras desde 1928. Na mesma época, o precursor Jornal dos Sports, dirigido pelo cronista esportivo Mário Filho, já cumpria bem seu papel de promover o espetáculo esportivo para conquistar mais leitores.

O jornal O Estado de S.Paulo foi o último a dedicar poucas colunas ao futebol, devido à forte política redacional que viria a abandonar somente a partir dos anos 60, quando se já não era possível resistir, devido ao impacto proporcionado no público.

A imprensa esportiva nacional desenvolve-se, assim, a partir da percepção dos empresários de que aquele tema interessava a um grande número de leitores. Valorizando-se o tema, aumentando consequentemente as vendas e atingindo assim, maior lucratividade.

1.1.3 Jornalismo Esportivo na Internet

As primeiras experiências de jornalismo na rede datam do final da década 80, quando o provedor americano America On Line começa a deixar disponíveis serviços de notícia personalizados. No início de 1994, a internet abrigava aproximadamente 20 sites noticiosos, todos produzidos nos EUA.² Três anos depois, o número saltaria para 3,6 mil, segundo monitoramento do NewsLink, www.ajr.newslink.org.

Além de jornais, outros veículos de comunicação, como revistas e emissoras de rádio foram obrigados a adotarem a rede.

² Hoje é possível assistir um jogo de Basquete nos Estados Unidos, ver um recorde mundial de natação na China, acompanhar gols dos torneios do mundo todo, sofrer com as provas da Formula 1, gritar e torcer pelos seus ídolos do voleibol, na internet.

Uma porção de oportunidades se abriu à atividade jornalística na Internet, principalmente no que diz respeito ao processo de produção e difusão de notícia, em função das tecnologias digitais e das redes interativas.

Já no que se refere à pesquisa, o jornalista teve acesso a uma incalculável quantidade de informações, auxiliando também na busca de notícias mais rapidamente.

O jornalista esportivo dispõe de documentos e dados aos quais era difícil ter acesso até então. Assim ocorre o fato de facilitar o contato de fontes distantes geograficamente ou difíceis de serem localizadas. Mas essa é apenas uma das possibilidades abertas pela interatividade, que torna seus participantes ativos e os autoriza a serem produtores de informação.

O Jornalismo Esportivo na internet ganha maiores dimensões em termos de divulgação, visto que utiliza de recursos como textos, foto, imagens e áudio, integrando-os nas mesmas mensagens, bem como de conectar, assistir jogos e ler matérias esportivas.

Isso propicia a formação de comunidades de leitores digitais, reunindo detalhamento de conteúdo através de hiperlinks que fazem a passagem de um ponto para outro de um mesmo documento ou página.

O público não só fica sabendo das “novidades” como também é manipulado para enxergar o próprio dinamismo do site e de seus donos.

Com a internet, o jornalismo esportivo encontrou uma linguagem própria para atrair os telespectadores, através de novas ferramentas construídas para viabilizar a interatividade.

Especulava que a internet colocaria um fim na opinião, diante da possibilidade de interatividade e de escolha do público.

Como diz Claude Jean Bertrand é imprescindível estabelecer uma distinção sobre esses dois domínios: Informação e Diversão.

(...) uma notícia pode ser interessante e sem importância; em contrapartida, aprende-se muito se divertindo. Os dois tipos de mídia o esportivo na internet ou no impresso, fornecem informação e formação indispensável, que servem bem o público. Mas é preciso distinguir seus domínios. Os fins almejados diferem: uma informação exata e útil de um lado e do outro, uma distração que não seja nociva nem para o indivíduo nem para a sociedade. As regras de comportamento não podem ser as mesmas. (BERTRAND, 2006 p.75).

Portanto, o Jornalismo Esportivo na Internet não pode ser encarado apenas como um meio de comunicação mais rápida e acessível, mas como a criação de uma nova mídia que já foi implantada mundialmente.

As opções de lazer transformaram-se profundamente. O lazer deixou de ser privilégio de poucos e passou a ter acesso mais geral.

Desse modo, os meios de entretenimento tem aumentado com a criação de diversas formas de diversões. Dentro desse cenário, o Jornalismo Esportivo na Internet se impõe como uma alternativa para o preenchimento do tempo livre.

Com a intenção de satisfazer essa exigência e em decorrência de vários fatores, como a expansão das tecnologias e do estabelecimento de uma classe média de consumidores, as empresas jornalísticas iniciaram o comércio das notícias, que passam a ser consumidas como mercadorias e ganhando um caráter mercantil, porém sem perder sua função social.

Sua missão consiste em selecionar, apurar, interpretar, redigir, produzir a mediação do acontecimento e convertê-lo em fato jornalístico.

A notícia transforma-se, assim, na sua principal matéria-prima. Entretanto, nos dias atuais, o conceito de notícia tem sofrido mudanças. Até a década de 1960, informar significava, por vezes, não só fornecer a descrição precisa e comprovada de um fato jornalístico, mas também explicar os contextos que permitiam ao receptor compreender sua significação mais profunda. Os meios de comunicações devem levar em consideração o público que participa cada vez mais na deliberação do que se veicula na mídia.

O receptor (com a Internet e seus novos aparatos para receber a informação) exige que a notícia, na atualidade, independentemente do meio em que estiver inserida, informe, distraia e também lhe traga uma informação sobre o assunto publicado.

Se as informações jornalísticas esportivas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência.

Por isso, mais do que um mero produto, os sites esportivos na internet se tornaram um importante serviço. A valorização da imagem tem prevalecido graças ao predomínio da mídia audiovisual. O público está acostumado, principalmente depois do sucesso da televisão e agora com a internet.

1.2 O Jornalismo Esportivo Impresso vs. Jornalismo Esportivo na rede

“Com o início da TV, dizia-se que o rádio ia acabar, mas com o tempo, cada um encontrou seu espaço e está acontecendo o mesmo com a internet e os jornais.” (LETICIA VILLAS, 2009).

O Jornalismo Esportivo Impresso está à procura de uma estruturação para atender o público.

Concorrendo com o Webjornalismo Esportivo, o Impresso não oferece recursos atraentes como infográficos animados, som e vídeo.

O Jornalismo Esportivo Impresso oferece ao receptor os acontecimentos que tem relevância, isto é, divulgando notícias que são as mais importantes, ou simplesmente, aquelas que chamem atenção, divirtam e mexam com as sensações das pessoas.

Porém, jornais e revistas esportivas estão se utilizando de páginas na internet que facilitam e são mais práticos para a leitura. Os leitores não estão precisando comprar o jornal ou revistas para ter acesso ao conteúdo.

Um exemplo são as primeiras páginas, que ganharam um tratamento de embalagem, geralmente, com redatores e editores específicos, que comentam, palpitam, discutem, sobre os campeonatos esportivos ao longo da semana. O receptor, cada vez mais é tratado como cliente.

A notícia esportiva para atender o interesse dos internautas tem de oferecer conteúdo rápido, de fácil entendimento, de circulação intensa, que busca divertir o receptor. Este espera encontrar uma matéria que ao mesmo tempo, satisfaça suas

necessidades e seus interesses de formar e informar, também distraia e permita-lhe vivenciar o fato, já que o consumo da informação é feito naquele tempo destinado ao lazer, à diversão do esporte.

1.3 Credibilidade

Segundo, um pesquisador brasileiro, Bucci, a credibilidade é o maior patrimônio do jornalista, porque é este elemento que o legitima na ação e que sustenta o fazer profissional.

A confiabilidade e a credibilidade advêm da atitude, e relação aos fatos e ao público, daqueles encarregados de relatar os fatos a esse mesmo público. (Bucci. 2000. p 66)

Nestes últimos 20 anos em que a Internet está inserida no cotidiano da grande maioria das pessoas, a credibilidade e amplitude do conteúdo, a participação com os internautas e a influência por parte dos jornalistas são colocadas em dúvidas para o bem do jornalismo estas questões devem ser respondidas e argumentadas.

Os meios impressos, como jornais e revistas esportivos estão transferindo suas edições impressas, em alguns casos sem alteração de conteúdo para adaptar a nova realidade, talvez por perceberem que a Internet, é um veículo de comunicação imprescindível na atualidade, as mídias tradicionais estão procurando se enquadrar através da implantação de seus sites.

Conforme dados disponíveis no Ibope, o acesso à internet domiciliar no Brasil teve 12,2 milhões de usuários ativos em dezembro de 2005, um valor que aumentou em 12,4% em comparação com o ano anterior.

O surgimento da internet na vida social trouxe profunda modificações técnicas ao jornalismo (tanto nas redações, lucratividade, dimensão de tempo, participação do público. As pessoas podem ter informação da maneira mais cômoda, basta ter um aparelho eletrônico “computador e uma rede de internet”, e pronto, o interesse de buscar informação é próprio.

A tecnologia proporcionou uma participação maior de usuário. Em alguns casos de sites esportivos, o leitor pode ler a notícia, comentar, sugerir pautas, indicar fontes, apontar erros e exigir correções.

E ainda mais, pode se entreter e se informar através de várias formas como textos, vídeo e áudio, todos ao mesmo tempo, em qualquer horário do dia, em qualquer lugar do país.

Porém, ao mesmo tempo em que mudou o mercado jornalístico, e especificamente aqui falando do Jornalismo Esportivo, começaram a surgir questões sobre a credibilidade, confiabilidade, veracidade, ética, enfim, será que há um risco à legitimidade do jornalismo esportivo.

A falta de credibilidade das notícias, muitas dessas curtas, objetivas, direta, sem uma maior averiguação de fonte, sem profundidade de conteúdo ou até mesmo sem respaldo de veículos tradicionais começam a serem referência no webjornalismo esportivo (sites e blogs).

Isto acontece porque os jornalistas se limitam a utilizar a Internet, como ferramenta em busca de informação. Outras formas como ser indiferente aos leitores, interesse somente nos marketing e publicidades, apenas a favor da lucratividade e o desinteresse com o compromisso de informar, puderam contribuir para uma desconstrução da informação embasada, fidedigna, verdadeira e confiável.

Apuração das informações, foco na prestação de serviços ao leitor, fortalecimento a credibilidade dos veículos e dos profissionais são algumas das características do jornalismo esportivo impresso que deve servir de base para o Jornalismo Esportivo na Internet.

Portanto, uma das possibilidades dos meios de comunicação da internet para atrair usuários, é utilizar dos veículos que tem credenciamento de experiência, ou seja, a solução para a conquista ainda maior na rede, pode ser a valorização dos veículos mais tradicionais.

Estes estão mais próximos do público, contando com fontes mais confiáveis e que não deixam possibilidade de contextualização, aprofundamento e semelhança com o real.

Assim, a hipótese de que os webjornalismo esportivo está cada vez mais conquistando leitores, pode ser justificada que os veículos de comunicação impressa estão aderindo à rede digital.

A partir da implantação do jornalismo esportivo ocorre-se um novo segmento expansivo onde a atualização das notícias pode ocorrer ininterruptamente.

Já não é preciso esperar o jornal ou o horário do noticiário televisivo ou radiofônico para saber os principais acontecimentos do dia, tendo em vista que proporcionou novas formas de editar notícias na rede, a primeira por meio de informação online, em tempo real e a segunda através de sites de publicações, especialmente da mídia impressa, que começou a transportar à rede suas edições com uma linguagem igual a dos jornais impressos.

A simples transposição de conteúdos impressos para a internet, sem tratamento editorial e mercadológico, não confere à empresa status de jornalismo online. Essa é uma função que é inerente e intransferível do jornalismo, seja qual for à mídia ou suporte de que ele se utilize.

Enfim, o digital não é uma evolução do impresso, mas sim uma nova forma de se apresentar informações.

CAPITULO II

JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: JORNAL GAZETA ESPORTIVA E SITE ESPORTE INTERATIVO

O Jornalismo Esportivo na Internet e o Jornalismo Esportivo no Impresso são dois veículos Jornalísticos importantes para as pessoas.

Enquanto a informação da internet aponta para uma junção de entretenimento e informação, o impresso está há muito tempo na união da credibilidade e qualidade conteúdo.

Focados em proporcionar informação, notícias, matérias para todos os diferentes gostos, ambos os veículos, obviamente; contém os mesmo conteúdo.

O jornal Impresso Gazeta Esportiva, que circulou por mais de 30 anos em todo o território brasileiro, acompanhou as mudanças do jornalismo, indo de um jornal de noticias variadas para um jornal de especificação e da especificação para adequação a Internet.

Já o site Esporte Interativo, há pouco mais de 5 anos de mercado, é uma referência para o público apaixonado por esporte, pois destaca como um grupo de jornalistas empresários vem aumentando a lucratividade com o Jornalismo Esportivo na Internet.

2.1 Jornal Impresso: Gazeta

A história do Jornal Gazeta começa no dia 25 de janeiro de 1970, na capital, em São Paulo, quando o jornalista Casper Libero, aceita o desafio de assumir, em 1919, um jornal que estava falindo “A Gazeta”.

Modernizando o setor gráfico do jornal e inserindo novidades como, por exemplo, a criação de suplementos temáticos, o jornal A Gazeta circulou pela primeira vez em 24 de dezembro de 1928. Durante este período, ele conquistou e

aumentou as vendas, justamente por causa dos suplementos direcionados aos interesses do leitor. Um desses suplementos de destaque foi A Gazeta Esportiva.



Figura 1: Jornal A Gazeta 1919

2.1.2 Gazeta Esportiva

Depois de conquistar sucesso como suplemento do Jornal Gazeta, no dia 10 de outubro de 1947, o suplemento Gazeta Esportiva torna-se um jornal diário e ganha um grande número de páginas

Suas matérias, com coberturas amplas de todas as modalidades esportivas, tornaram uma referência como o jornal esportivo mais completo do país, com prestígio até no exterior.

O jornal distribuía diversos prêmios a clubes e jogadores do futebol brasileiro e firmou-se como um dos mais tradicionais e influentes meios de informação da mídia esportiva brasileira durante o Século XX.

A Gazeta Esportiva Impresso circulou em todo o território do Brasil até 2001.

Atualmente existe a versão on-line da Gazeta Esportiva, cujo site herdou todo o conteúdo do impresso e tornou-se um dos mais acessados do Brasil, o jornal eletrônico www.gazetaesportiva.net.



Figura 2: Primeira Edição de A Gazeta Esportiva, 10/10/1947

2.1.3 Gazeta Esportiva na internet

A história do jornal A Gazeta Esportiva na rede mundial de computadores começou em junho de 1997. Hospedado no Universo Online, o site apenas reproduzia o conteúdo do jornal impresso. Mesmo com essa limitação, o site mostrava que tinha potencial para crescer, pois chegou a manter uma média de mil visitas por dia nesse ano.

Com intuito de agradar os internautas fiéis e conquistar um novo público, A Gazeta Esportiva, em 1998, apresentou no site um novo visual, com conteúdo editorial diferenciado e em um outro provedor, FCLnet.

O site www.gazetaesportiva.net passou assim a crescer diariamente, com as notícias dos esportes.

A Gazeta Esportiva.Net percorre pelo mesmo caminho na Internet, levando consigo a experiência de 50 anos de jornalismo esportivo diário em seu jornal impresso. Seguindo o mesmo foco de ser o mais completo site de esportes do país, contando com as últimas notícias em tempo real, além de entrevistas, reportagens, serviços, histórias e coberturas especiais.

Trazendo aos poucos novos elementos a serem integrados ao site, que possibilitam a uma adaptação de um noticiário de acordo com a linguagem dinâmica da web e suas possibilidades de interação.

Enquanto a ligação com os internautas se estreita, é lançado novas seções, como salas para debates, espaço par colonistas exporem suas opiniões e muitas outras, sendo em grande parte pioneiras na web brasileira. Essas inovações atendem aos internautas, em constante evolução e crescimento, entusiasmados com o poder do tempo real.

A Gazeta Esportiva através do site colabora para que os leitores, apaixonados por esportes e por informações completas e confiáveis, acessem á página para se informar, em fazerem consulta sobre a história dos principais ídolos do esporte, modalidades e competições.

O site www.gazetaesportiva.com.br está na lista dos 100 endereços mais procurados e acessados do Brasil. Na 62º colocação, segundo uma pesquisa do site www.portaldanoticias.com.br.

2.2.1 Site Esporte Interativo

O meio de comunicação, Esporte Interativo, que se utiliza da televisão, internet e celular, apresenta uma ampla acessibilidade aos amantes esportivos.

Fundada em 1999, pela empresa de marketing e mídia TopSports Ventures, a Esporte Interativo teve a iniciativa de desenvolver um projeto que contribuísse para uma grade de programação exclusivamente esportiva para a TV aberta brasileira.

E em 2005, o Esporte Interativo se expande e trabalhando na vanguarda para o crescimento e convergência do mercado de esportes, lança o site Esporte Interativo, (www.esporteinterativo.com.br). Estando na televisão aberta (canal 36 UHF, antena parabólica) e na internet.



Figura 3: Layout do site

2.2.2 Início

Já que o Brasil é considerado o país do futebol, e um dos que mais apresenta craques, gênios e talentos do futebol, uma equipe de executivos jovens, apoiados por um Conselho de Administração, percebem uma necessidade de se ter um meio de comunicação que pudessem fornecer transmissões de alta qualidade para os internautas, cumprindo assim o papel importante no cenário das mídias esporte no país.

“O Esporte Interativo dá continuidade ao projeto interativo de maior sucesso da TV Brasileira com dois milhões de acesso por mês, mais de 700 mil usuários únicos no último semestre e 250 mil cadastrados. Em função do trabalho desenvolvido, o futuro apresenta possibilidades ainda maiores”. (Godi, 2007, p.08)

O Interativo do nome vem da capacidade de participação que o Esporte Interativo cede a seus telespectadores por celular e internet, caminhando com a evolução e o desenvolvimento das ferramentas da comunicação que estão sendo utilizadas pela sociedade, afim de obterem conhecimento e informação através da tecnologia atual.

Afinal, com acessibilidade, interatividade e mobilidade, requisitos atuais e fundamentais para alavancar os meios de comunicação, o usuário passa a ter maior autonomia e participação referentes à veiculação e produção do que é transmitido.



Figura 4: Sócios do Esporte Interativo

2.2.3 Opção

O esporte interativo é uma página totalmente voltada para o esporte, principalmente para quem ama futebol e gosta de campeonatos internacionais.

Há inclusive uma opção para transmissões de jogos ao vivos, além de janelas online com nomes de jogadores de destaque, esquemas táticos, jogadas ensaiadas e tudo sobre os melhores campeonatos do mundo.

2.2.4 Patrocinadores do Esporte Interativo

Mesmo com poucas notícias nacionais sobre esporte, o Esporte Interativo tem dado motivos para se tornar uma referência no Brasil em termos de propiciar grande

envolvimento do telespectador com as transmissões e participação em promoções. Graças a patrocinadores e anunciantes consagrados como Gillette, Motorola, Petrobrás, Correios, Claros, Tim e Embratel, o internauta pode responder a uma pergunta ou participar de alguma promoção do site, para ganhar um produto das empresas vinculadas ao Esporte Interativo. Havendo assim uma forma diferente de se fazer propaganda. Outro destaque do site é a grande quantidade de jovens estagiários, na maioria entre 20 à 30 anos.

Buscando se diferenciar dos demais e conquistando seu público, o site Esporte Interativo está sempre buscando acompanhar o mercado do jornalismo esportivo.

Para isso, contando com uma intensa interatividade com o telespectador que participa de promoções e mensagens para internet, o Esporte Interativo chega ao número de dois milhões por mês de lucratividade. Devido ao empenho da equipe que fica 24 horas no site se revezando para levar a informação e transmitir o conteúdo.



Figura 5: Slogan do site Esporte Interativo

CAPITULO III

PESQUISA DE OPINIÃO QUANTITATIVA

No inicio deste trabalho partimos da seguinte questão: devido às mudanças no cenário jornalístico, qual seria o meio de comunicação de maior preferência do público? Jornalismo Esportivo Impresso ou o Jornalismo Esportivo da Internet?

Outras questões apontadas foram sobre a capacidade de oferecer um amplo conteúdo, participação do usuário e grau de credibilidade.

Para tentar responder a estas questões, foi realizada uma pesquisa quantitativa com os alunos do curso de Comunicação Social com habilitações em Jornalismo da Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA.

Optou-se por entrevistar alunos do 2º e 4º ano do curso.

3.1 Metodologia

Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se questionário fechado contendo quatro questões, aplicados individualmente. A pesquisa ocorreu no período de 13 a 16 de outubro 2010. O público alvo compõe-se de uma amostra de dez formandos do 4º de Jornalismo e dez do 2º de Jornalismo.

Esses números apesar de não abrangerem o universo total, representam a maioria dos alunos formandos de cada uma dos cursos abordados.

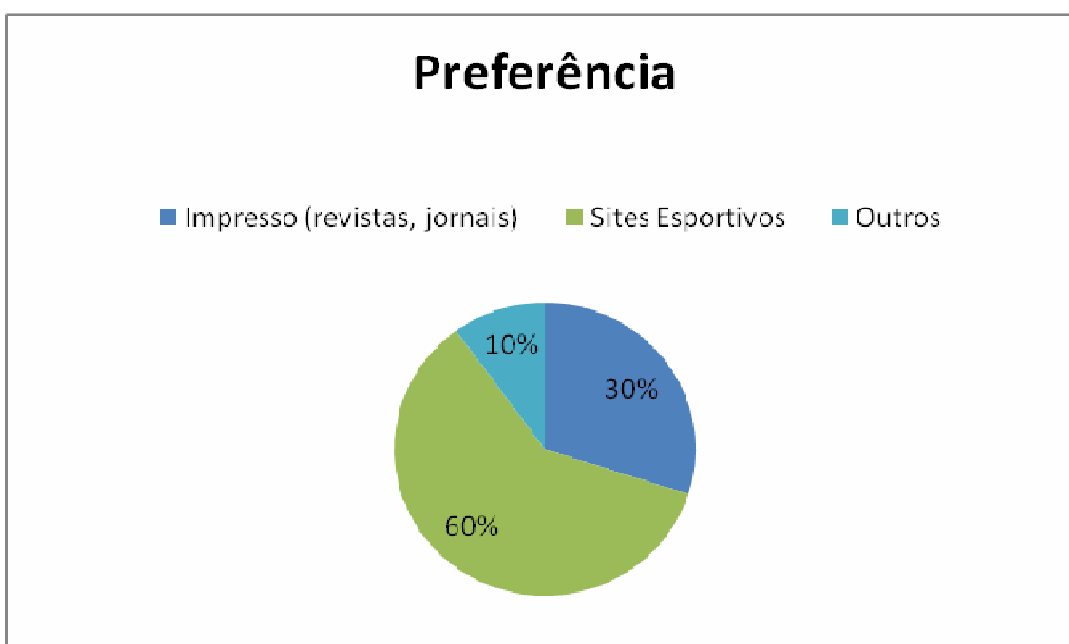
Análise dos dados coletados foi embasada pela pesquisa bibliográfica.

3.2 Tabulação e análise dos dados: alunos do 2º Jornalismo

Tabela 1: Qual é a preferência dos alunos do 2º ano de Jornalismo, como meio de comunicação esportiva?

	P	%
Impresso (revistas, jornais)	3	30%
Sites Esportivos	6	60%
Outros	1	10%
TOTAL	10	100%

Gráfico 1: Qual é a preferência dos alunos do 2º ano de Jornalismo, como meio de comunicação esportiva?



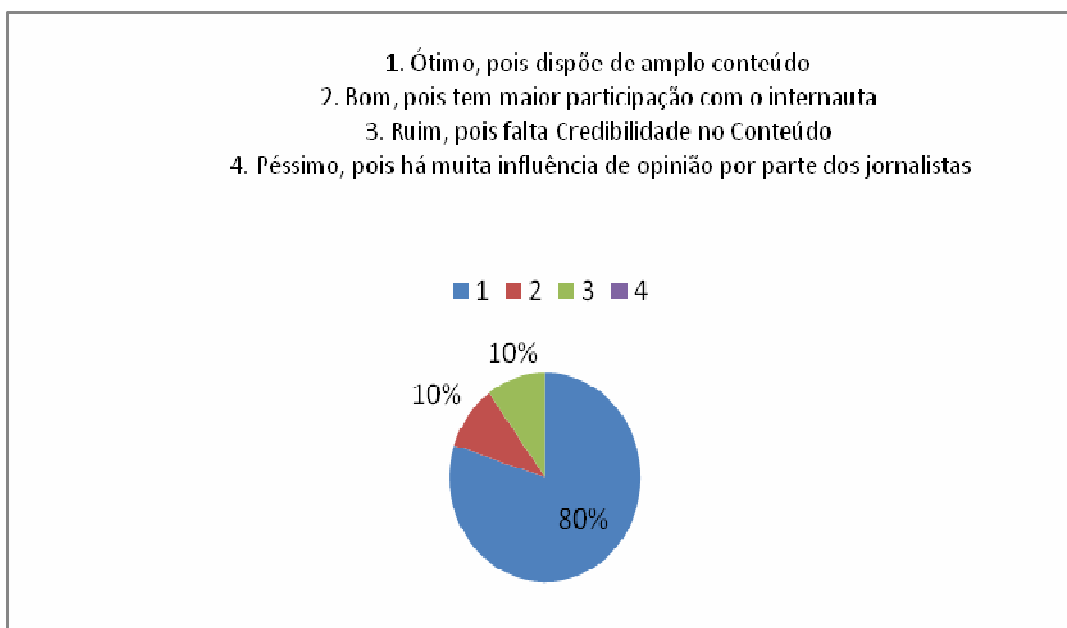
Conforme aponta o gráfico acima, 60 % dos entrevistados preferem o Sites Esportivos como meio de comunicação. Destes 30% afirmam que preferem os Jornais e Revistas para acompanhar esse área.

E outros 10 % preferem outros tipos de mídia como: TV, rádio. Provando que o Jornalismo Esportivo na Internet é mais utilizado do que o Jornalismo Esportivo no Impresso.

Tabela 2 : Como os alunos do 2 ° define o Jornalismo Esportivo na Internet?

	P	%
Ótimo, pois dispõe de amplo conteúdo	8	80%
Bom, pois tem maior participação com o internauta	1	10%
Ruim, pois falta Credibilidade no Conteúdo	0	0%
Péssimo, pois há muita influência de opinião por parte dos jornalistas	1	10%
TOTAL	10	100%

Gráfico 2: Como os alunos do 2 ° define o Jornalismo Esportivo na Internet?

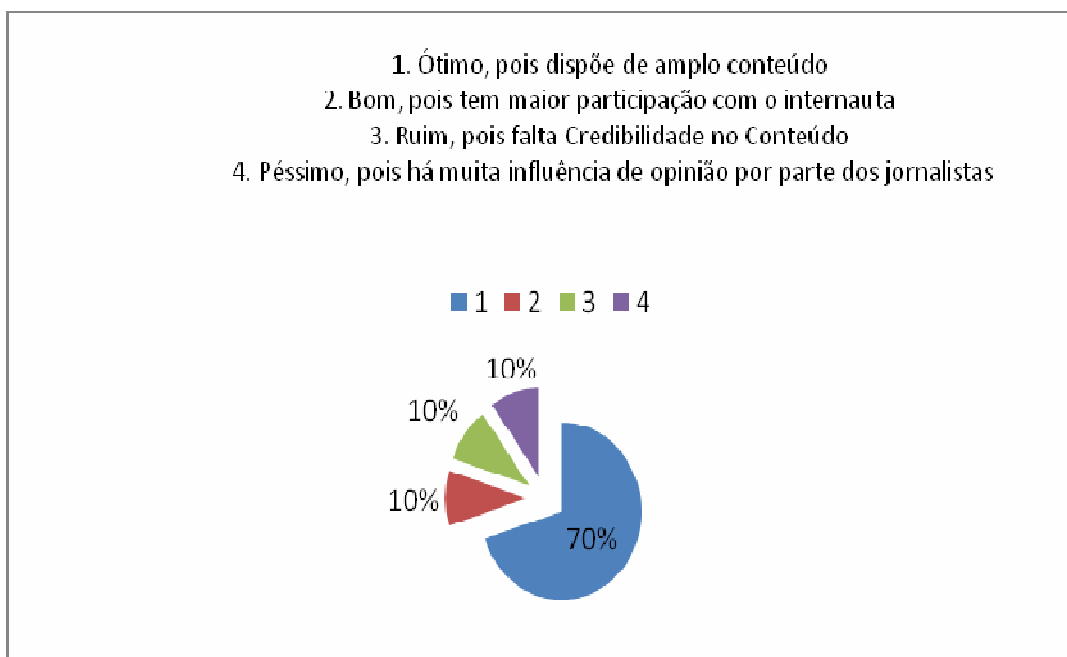


Dentre os entrevistados, 80% consideram ótimo o conteúdo do Jornalismo Esportivo na Internet; outros 10% qualificam como bom, porque a participação com o internauta. Já 10% afirmam que é o Jornalismo Esportivo na Internet é ruim, porque falta credibilidade no conteúdo

Tabela 3: Como os alunos do 2º define o Jornalismo Esportivo Impresso?

	P	%
Ótimo, pois dispõe de amplo conteúdo	7	70%
Bom, pois tem maior participação com o internauta	1	10%
Ruim, pois falta Credibilidade no Conteúdo	1	10%
Péssimo, pois há muita influência de opinião por parte dos jornalistas	1	10%
TOTAL	10	100%

Gráfico 3: Como os alunos do 2º define o Jornalismo Esportivo no Impresso?



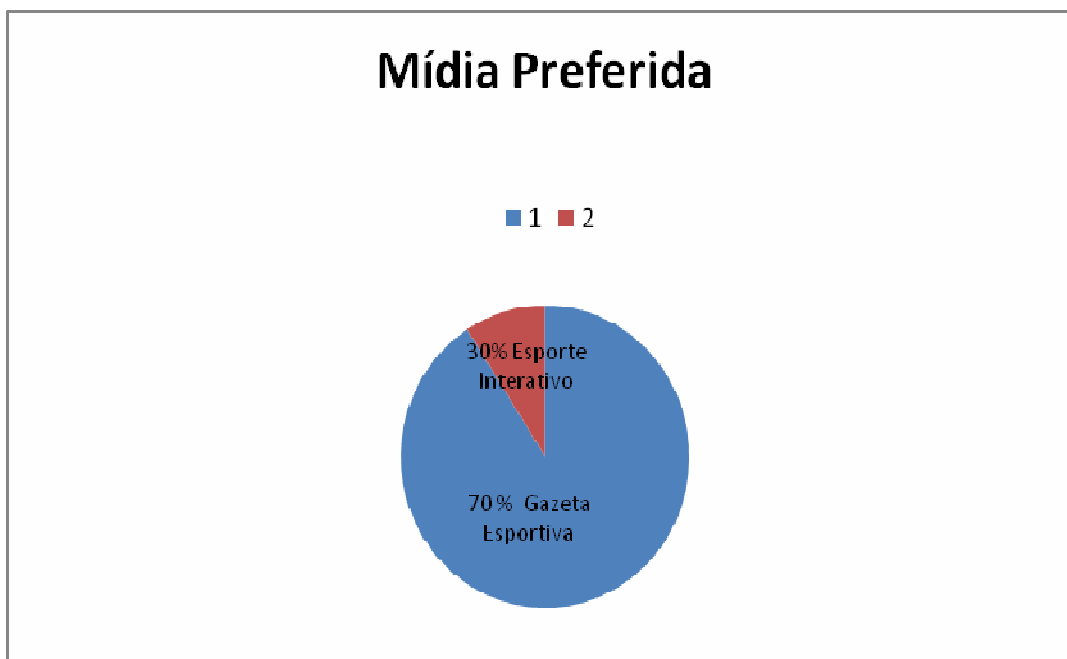
Neste caso 70% definiram que o Jornalismo Esportivo no Impresso, é ótimo, porque contém amplo conteúdo, outros 10% acreditam que é bom, havendo participação com o internauta.

Outros 10% afirmam que é ruim, pois falta credibilidade no conteúdo, e mais 10% mencionam que é péssimo, por haver influência de opinião por parte dos jornalistas.

Tabela 4: Qual desses dois veículos de meio de comunicação, os alunos preferem?

	P	%
Gazeta Esportiva	7	70%
Esporte interativo	3	30%
TOTAL	10	100%

Gráfico 4: Qual desses dois veículos de meio de comunicação, os alunos preferem?



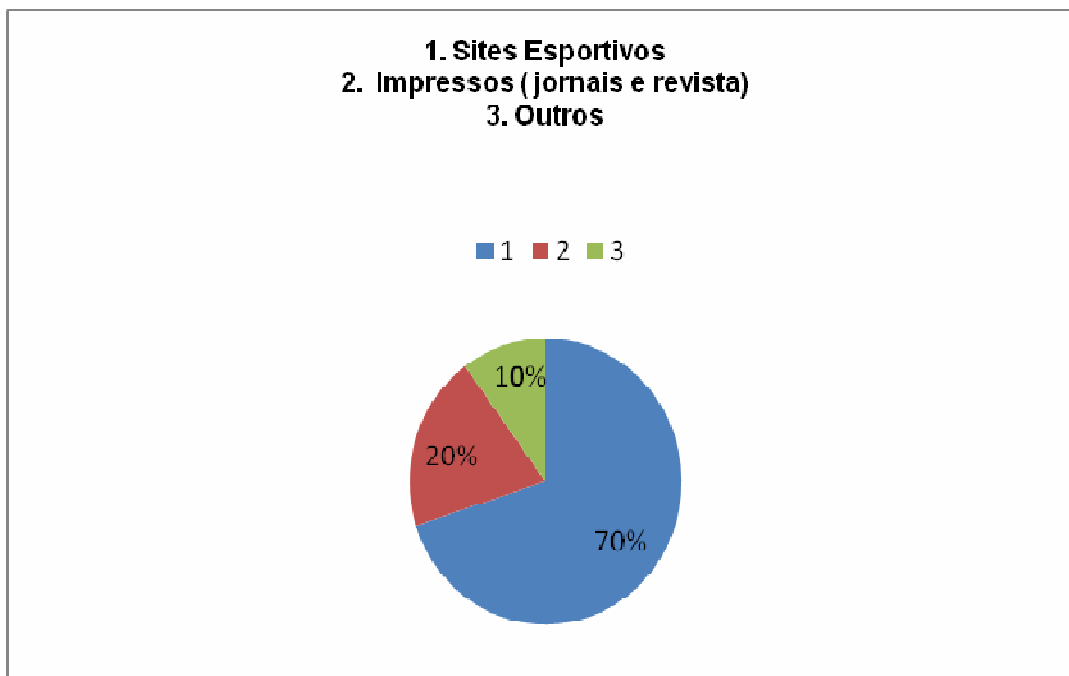
Dos alunos entrevistados 70 % preferem o Jornal Gazeta Esportiva, e outros 30% o site Esporte Interativo, em contraste com o Gráfico 1.

3.3 Tabulação e análise dos dados: alunos do 4º Jornalismo

Tabela 1: Qual é a preferência dos alunos do 4ºano de Jornalismo, como meio de comunicação esportiva?

	P	%
Impresso (revistas, jornais)	2	20%
Sites Esportivos	7	70%
Outros	1	10%
TOTAL	10	100%

Gráfico 1: Qual é a preferência dos alunos do 4º ano de Jornalismo, como meio de comunicação esportiva?

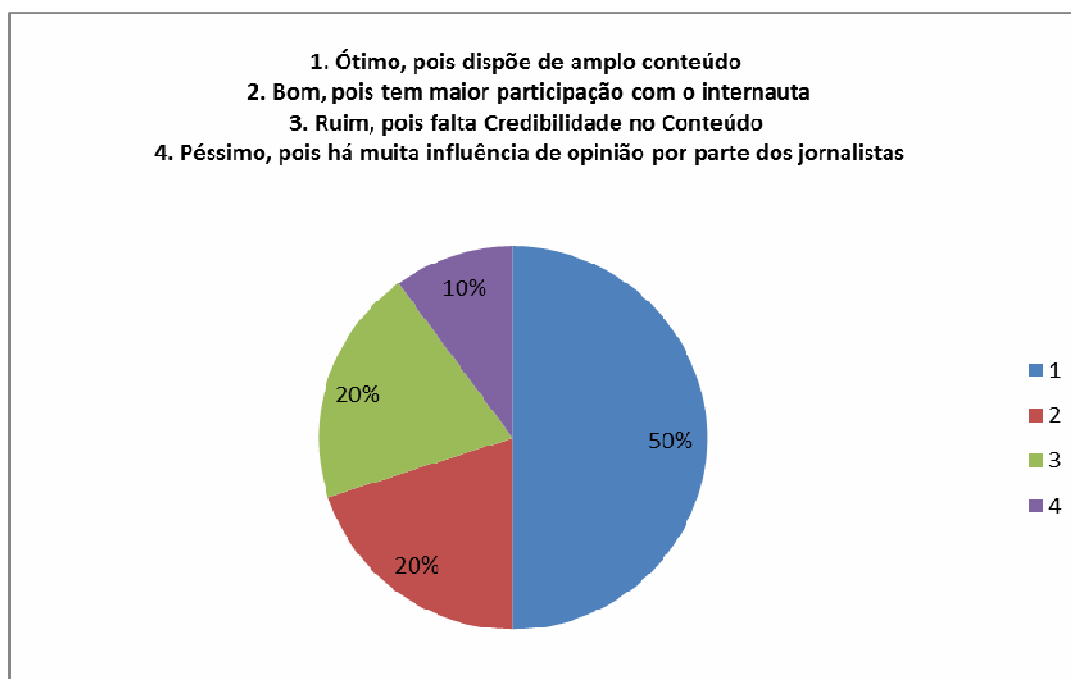


O gráfico acima aponta que 70 % dos entrevistados preferem os sites esportivos como meio de comunicação. Desde 20% afirmam que preferem os Jornais e Revistas para acompanhar essa área. Outros 10 % preferem outros tipos de mídia.

Tabela 2: Como os alunos do 4º define o Jornalismo Esportivo na Internet?

Péssimo, pois há muita influência de opinião por parte dos jornalistas	1	10%
Bom, pois dispõe de amplo conteúdo	10	100%
	5	50%
Bom, pois tem maior participação com o internauta	2	20%
Ruim, pois falta Credibilidade no Conteúdo	2	20%

Gráfico 2: Como os alunos do 4 ° define o Jornalismo Esportivo na Internet?

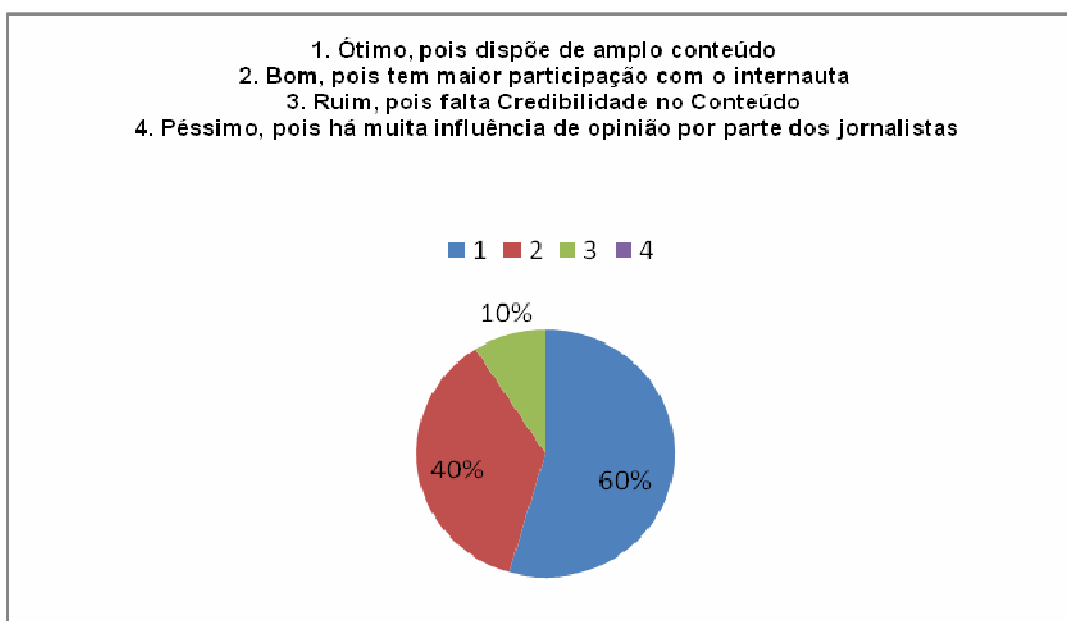


Dentre os alunos entrevistados do 4º ano, apenas 50% consideram ótimo o conteúdo do Jornalismo Esportivo na Internet; outros 20% qualificam como bom, porque a participação com os internautas. Já 20% afirmam que é o Jornalismo Esportivo na Internet é ruim, porque falta credibilidade no mercado. E outros 10% acham péssimo, pois há muita influência de opinião por parte dos jornalistas.

Tabela 3: Como os alunos do 4º define o Jornalismo Esportivo no Impresso?

Péssimo, pois há muita influência de opinião por parte dos jornalistas	1	10%
Bom, pois dispõe de amplo conteúdo	10	100%
	6	60%
Bom, pois tem maior participação com o internauta	4	40%
Ruim, pois falta Credibilidade no Conteúdo	0	0%

Gráfico 3: Como os alunos do 4 ° define o Jornalismo Esportivo no Impresso?



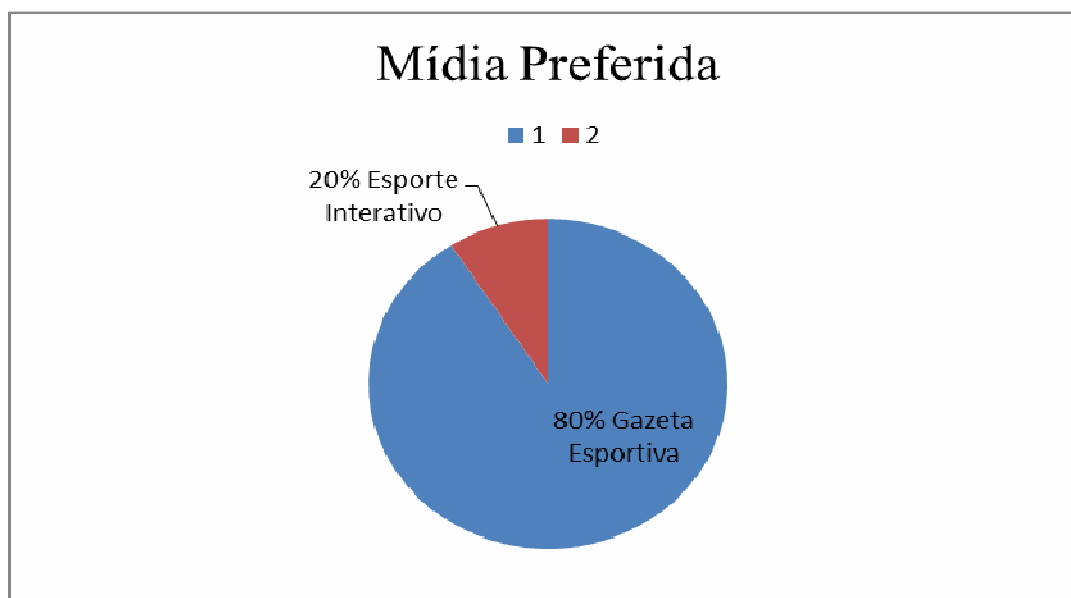
Neste caso 60% definiram que o Jornalismo Esportivo no Impresso, é ótimo, porque contém amplo conteúdo, outros 40% acreditam que é bom, havendo participação com o internauta.

Outros 10% afirmam que é ruim, pois falta credibilidade no conteúdo, e nenhum mencionaram que é péssimo, por haver influência de opinião por parte dos jornalistas

Tabela 4: Qual desses dois veículos de meio de comunicação, os alunos preferem?

	P	%
Gazeta Esportiva	8	80%
Esporte interativo	2	20%
TOTAL	10	100%

Gráfico 4: Qual desses dois veículos de meio de comunicação, os alunos preferem?



Dos alunos entrevistados 80 % preferem o Jornal Gazeta Esportiva, e outros 20% o site Esporte Interativo, em contraste com o Gráfico 1.

Conclusões Provisórias

A pesquisa realizada apontou que os alunos do 2º ano e 4º ano da Fundação Educacional do Município de Assis, tem em algumas questões uma opinião equilibrada, parecidas. Mas em outras diferentes. Entre as conclusões da pesquisa vale destacar:

- Os alunos do 2º apesar de preferirem mais frequentemente o sites, está bastante dividida, já que 60% acessam sites, 30% jornais e revistas e 10 % a outros meios.

Em contrapartida os do 4º ano estão mais decididos que a mudança no setor jornalístico está fazendo a diferença 70 % preferem os sites, enquanto, 20 % impresso e outros 10% televisão, radio.

- Questionados sobre quais as fontes tem maior credibilidade o Impresso ou a Internet, os resultados demonstraram diferenças.

Para os alunos do 2º ano, 10% preferiram apontar que há influência por parte dos jornalistas e não avaliaram a credibilidade na Internet. No Impresso, apenas 10% no total de 100% acreditam que falta credibilidade.

Diferentemente dos alunos do 4º ano, que para 20% falta credibilidade na Internet, e que no diz respeito ao Impresso, preferiram apontar que há influência por parte dos jornalistas com 10%.

- Porém, quando o assunto é meio de comunicação, com maior tempo de existência, as opiniões dos alunos se diferenciaram novamente.

Para os alunos do 2º ano, 70 % preferem o jornal e atualmente site Gazeta Esportiva como meio de comunicação. Outros 30% preferem o site Esporte Interativo.

Os do 4º ano tiveram uma porcentagem maior para o jornal Gazeta Esportiva, 80% e 20% para o site Esporte Interativo.

- Para encerrar, os entrevistados do 2º ano, acham que 70% do conteúdo do Impresso é amplo, enquanto avaliaram que o da internet também tem amplitude de 80%.

50% dos alunos do 4º apontaram amplo conteúdo da Internet e do Impresso, sendo assim mais rigorosos com o quesito conteúdo.

Em termos gerais, a pesquisa demonstra um certo equilíbrio de que os meios de comunicação na Internet ou no Impresso, tem amplo conteúdo e tem boa participação do internauta.

Sinaliza também que a Internet, o sites, vêm conquistando ainda mais o seu espaço, são mais preferidos que o impresso.

E que nomes já reconhecidos pela ampla existência como Gazeta Esportiva, são mais confiáveis e acessados do que o novo mais promissor, Esporte Interativo.

Considerações Finais

A discussão sobre o Jornalismo Esportivo na Internet é relativamente nova e a maioria das pessoas já estão conectadas a esta realidade, no entanto, foi preciso buscar respostas para saber por que existe este interesse e crescimento tão avassalador.

Podemos constatar isso por meio de pesquisa com os alunos do 2º e 4º da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), que apontam equilíbrio de opiniões sobre este tema.

Portanto, conclui-se então que o Jornalismo Esportivo na Internet, mesmo apresentando reformulações com maior facilidade e maior acessibilidade através de sites, blogs, vídeos, salas de bate papos e jogos ao vivo, que proporciona informação rápida e objetiva, ainda precisa evoluir no que diz respeito à credibilidade de conteúdo e veracidade da informação.

Já no Jornalismo Esportivo Impresso, mesmo com a queda de vendas e de espaço para o webjornalismo, os jornais e revistas esportivos desempenham um papel indispensável na área esportiva, pois representam uma das peças da indústria cultural e é resultado de grandes transformações na imprensa, na sociedade e na história.

Enfim, a totalização de todos os meios de comunicação sendo este rádiojornalismo, telejornalismo, ou na internet, jornais e revistas são fundamentais para transmitir informação ao público e devem ser encarado como colaboradores para a qualidade e o crescimento do Jornalismo Esportivo.

Referências Bibliográficas:

DEJAVITE, Fábila Angélica. **Infotainment: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo. Paulinas. 2006. p 51.

KOVACH Bill, ROSENSTIEL. **Os elementos do Jornalismo**. O que os jornalistas devem saber o público exigir. Trad. Wladir Dupont. 2 edição. São Paulo. Geração Editorial, 2004. p 302.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**, 1º Ed. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

HERNANDES, Nelson. **O Portal: Jornalismo na Internet**. Ed. São Paulo. Contexto, 2006.

HUDEK, Vladimir. **O que é o Jornalismo**. Ed Caminho. Lisboa. 1980.

ROSSI, Clóvis. **O que é o jornalismo**. 10º Ed. Editora Brasiliense.1994.

LAQUEY, Tracy, RYER, C. Jeanne. **O manual da Internet**. Editora Campus. 1994.

GLENWRIGHT, Jerry. **Fique por dentro da Internet**. Editora Cosão e Nafit. São Paulo. 2001.

DUARTE, Orlando. **A história dos Esportes**. Editora Makron Books. São Paulo. 2000.

Referências Eletrônicas:

Enciclopédia Livre. Disponível em: wikipedia.org/wiki. Acesso em: 02 de outubro de 2009.

MEDEIROS, T. **Parceria do Esporte Interativo**: Gazeta faz parceria com esporte interativo. Disponível em: www.tvagui.com.br. Acesso em: 31 de julho de 2009.

GODI, J. **Revista TH**. Disponível em www.telehistoria.com.br/revista. Acesso em Maio de 2007.

MEDINA, J. **Estágio Interativo**. Disponível em: puc-riodigital.com.puc-rio.br. Acesso 09 de setembro de 2008.

Monografias:

LOUREIRO, A.R. **O desafio da Tv digital brasileira**: Conhecer e entender para intervir. 2008. 110p. Tese de graduação. Fundação Educacional do Município de Assis. Assis: SP.

RACANELLI, J.B, SILVA, J.G. **Estratégia de divulgação para instituições culturais**: Uma proposta de assessoria de comunicação para a fundação assisense de cultura. 2005. 110 p. Tese de graduação. Fundação Educacional do Município de Assis. Assis: SP.

SILVA, R.C, PAREDES, R.T. **Tv modelo e imodelo**: Da televisão para a internet. 2002. 55p. Tese de graduação. Fundação Educacional do Município de Assis. Assis: SP.