



Possíveis Interações Entre Meios De Comunicação: Análises Acerca De Um Blog Esportivo¹

Lucas Ribeiro Cecarelli²⁷⁸

Gustavo Lima Isler³⁷

Eric Matheus Rocha Lima⁴⁷

Filipe Julio LOPES⁵⁷

Afonso Antonio Machado⁶⁷

RESUMO

Baseando-se nas discussões relacionadas ao mau uso das tecnologias e nas novas funções do blog, destacamos a criação do blog, foco deste estudo, que visava melhorar a cobertura sobre o dia a dia, treinos, jogos e notícias do seu time que, do ponto de vista dos criadores, era tratado de maneira desleixada e parcial pela imprensa esportiva da cidade. Assim, a questão que sintetiza nossa problematização é: de que forma um novo meio de informação sobre um clube pode ser benéfico? Quais os resultados desta iniciativa? Para tal, este estudo envolveu um levantamento bibliográfico e coleta de evidências a partir de documentos e registros em arquivos em um blog direcionado a uma equipe esportiva, o que caracteriza um estudo de caso. A partir dos dados coletados foi possível identificar que o blog apresenta influência enquanto meio de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento Humano e Tecnologias; Blog; Futebol; Mídia.

INTRODUÇÃO

As relações entre o esporte de alto rendimento e a mídia, como ressalta Pires (2009), vêm sendo estudadas com mais profundidade, no campo da Educação Física brasileira, a partir da década de 90. Neste momento, percebemos estudos que tiveram como objetivo analisar, de modo prioritário, o futebol e sua relação com a mídia,

¹Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 03 a 05 de julho de 2013.

² Graduando em Licenciatura em Educação Física na UNESP – Rio Claro, email: lucas_cecarelli@hotmail.com.

³ Professor das Faculdades Integradas Claretianas – Rio Claro , email: gustavo_isler@yahoo.com.br

⁴ Graduando em Bacharelado em Educação Física na UNESP – Rio Claro, email: ericmrl@hotmail.com

⁵ Profissional , email: profilipejlopes@hotmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Educação Física da UNESP-Rio Claro, email: afonsoa@gmail.com

⁷ Membro do LEPESPE - Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte, site: www.lepespe.com.br

⁸ Bolsista de Iniciação Científica CNPq/PIBITI



focando principalmente nos meios impressos (jornais e revistas) e eletrônicos (rádio e televisão).

Assim, Fermino e colaboradores (2010) apontam para a transição no mundo do jornalismo esportivo, assim como do mundo dos tradicionais meios de comunicação de massa para as novas possibilidades de interação comunicacional do cenário digital, possibilitados pelas atuais tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Ainda amparado pelas pontuações dos autores citados acima (Ibid, 2010) nos deparamos com a liberação do polo emissor, fato este possível via internet onde, desta maneira, qualquer cidadão do mundo com acesso a ela pode se tornar um comunicador.

Espera-se desta maneira que de modo muito particular diversos cidadãos, com as mais variadas formações, culturas, experiências, objetivos e intencionalidades, façam parte das mídias e se tornem verdadeiros jornalistas, produtores e reprodutores de notícias.

A partir da transformação das interações comunicacionais, Fermino e colaboradores (2010) apontam que a produção e difusão dos conteúdos tornam-se mais coletivas e advindas das mãos mais variadas e os blogs destoam como agregadores de meios, mensageiros e mensagens” (FERMINO e colaboradores, 2010, p. 2).

Torna-se aqui, importante ressaltar que “o termo “blog” designa não apenas um texto, mas também um programa e um espaço” (PRIMO e SMANIOTTO, 2006, p. 1), tornando mais clara esta afirmação de acordo com estes mesmos autores, ao definirem blog como:

[...] um software que facilita a escrita e publicação na Web, que apresenta cada nova inserção textual (cuja unidade mínima é o chamado *post*) em ordem cronológica inversa (ainda que se possa alterar tal organização temporal) e pode oferecer outros recursos como arquivamento e recuperação de posts anteriores, blogroll, comentários, permalink, trackbacks (serviços esses que serão discutidos em breve), entre outros. Para que se tenha um blog (enquanto documento e espaço), não é preciso instalar um programa de blog (como o MovableType) em um servidor próprio. Serviços como o Blogger (gratuito) ou TypePad oferecem aos internautas o mecanismo simplificado de publicação e a hospedagem. (PRIMO e SMANIOTTO, 2006, p. 2)

Deste modo, nota-se nas afirmações de Fermino e colaboradores (2010); Primo e Smaniotto (2006) e Recuero (2003) que depois de 10 anos de sua criação, este instrumento superou sua função inicial que era de simples diários pessoais, atingindo novas funções, como as apresentadas por Recuero (2003):

a) diários: tratam basicamente da vida pessoal do autor;



- b) publicações: comentários sobre diversas informações;
- c) literários: os posts trazem contos, crônicas ou poesias;
- d) clippings: agregam links ou recortes de outras publicações;
- e) mistos: misturam posts pessoais e informativos, comentados pelo autor (RECUERO, 2003, p.4)

Dentre estas novas funções Fermino e colaboradores (2010) destacam: filtro de opiniões e notícias; sistema de “alerta”, “controle” e crítica dos meios de comunicação; canal de mobilização e disseminação de informações e memória da web.

A partir destas afirmações, compreendemos e concordamos com Primo e Smaniotto (2006) quando despedem alguns pontos importantes sobre os blogs. Entre estes apontamentos, elencamos que blog indica um espaço onde blogueiros e leitores/comentaristas se encontram e que, com os avanços tecnológicos, o acesso, a leitura e a escrita em um blog podem ser feitos com muita facilidade, inclusive sem sequer necessitar de um computador pessoal; sendo necessário extrapolar a noção do blog como simples texto e/ou espaço individual, ou seja, como exemplo de egocentrismo no ciberespaço.

De acordo com Basile (2009), o resultado é que há muita informação supérflua na Rede. Segundo Madureira (2008), hoje, de todas as mensagens que um usuário de Internet recebe por dia, 80% é lixo virtual. Outros 15% são emails trocados com conhecidos e 5% são mensagens publicitárias que, muitas vezes, são retidas por filtros antispam.

Segundo Andrew Keen citado por Basile (2009) nasce um blog a cada segundo e Calligaris (2007) completa que “O sonho de uma informação produzida pelos próprios cidadãos, sem intermediários, desaguou no pesadelo de centenas de milhões de cidadãos escrevendo indiscriminadamente sobre qualquer aspecto do passado, do presente e do futuro do mundo.” (CALLIGARIS, 2007, p E10).

Deste modo, essa situação levou a um paradoxo comunicacional atual. Hoje, a comunicação une a todos, mas questiona-se se ela é realmente eficaz na tarefa de fornecer informações para que as pessoas possam se organizar melhor em sociedade.

Ao assinalar seu ponto de vista Basile (2009) afirma que:

Em alguns episódios, a cobertura realizada pela imprensa acaba sendo atropelada por blogs e sites noticiosos em tempo real. A repetição de informações ainda não confirmadas pelos novos mecanismos de tecnologia leva a um resultado em que, muitas vezes, o público não sabe mais exatamente o que está acontecendo e, portanto, fica distante da melhor compreensão dos fatos. (BASILE, 2009, p.26)



Desta maneira, discordamos do autor, pois se a veiculação de notícias for feita da maneira correta, honesta e ética pode legitimar estes meios de comunicação mais precisos e atualizados, facilitando a informação e compreensão do público.

Neste momento, vale ressaltar que compartilhamos da ideia de Viana (2012) que afirma “Nossos problemas modernos não são culpa da tecnologia, mas do (mau) uso que fazemos dela” (VIANA, 2012, p.1).

Assim, acreditamos que os possíveis problemas relacionados ao blog e aos sites de notícia não faz referências só a estes, mas sim na forma como são utilizados pelos profissionais que os administram, os quais também estão presentes nos demais meios midiáticos, como jornais, rádios e/ou TV’s.

Objetivo

Baseando-se nas discussões relacionadas ao mau uso das tecnologias e nas novas funções do blog citadas acima, destacamos as duas principais que representam a intencionalidade da criação do blog, foco deste estudo, ou seja, como sistema de “alerta”, “controle” e canal de mobilização e disseminação de informações.

Desta forma, este estudo buscou identificar se o objetivo da criação deste blog foi atingido e quais os benefícios causados a atletas, torcedores e ao clube em particular, pela forma de se apresentar as notícias e maneira de trabalho utilizada pela equipe responsável pelo blog em questão. Em segunda esfera, procurou-se também analisar a possível interferência na maneira dos demais meios de jornalismo esportivo da cidade ao lidarem com o clube foco de acompanhamento do blog selecionado.

Assim, a questão que sintetiza nossa problematização é: de que forma um novo meio de informação sobre um clube pode ser benéfico? Quais os resultados desta iniciativa?

Metodologia

Esta pesquisa terá um caráter qualitativo que, segundo alguns autores (Gil, 1991; Godoy, 1995; THOMAS, NELSON e SILVERMAN, 2007), trata-se de uma atividade da ciência, que visa a construção da realidade, mas que se preocupa com as ciências sociais em um nível de realidade que não pode ser quantificado, trabalhando com o universo de crenças, valores, significados e outros construto profundos das relações que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.



No entanto Godoy (1995, p.58) apresenta algumas características principais de uma pesquisa qualitativa, que corroboram também com este trabalho: “considera o ambiente como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave; possui caráter descritivo; o processo é o foco principal de abordagem e não o resultado ou o produto; a análise dos dados foi realizada de forma intuitiva e indutivamente pelo pesquisador; utilizou de técnicas e métodos estatísticos; e, por fim, teve como preocupação maior a interpretação de fenômenos e a atribuição de resultados”.

Ainda segundo o autor citado acima, a pesquisa qualitativa não busca medir e/ou quantificar os eventos estudados, não costuma utilizar instrumentos estatísticos na análise dos dados; porém abarca a obtenção de dados descritivos sobre o objeto de estudo (pessoas, lugares, processos interativos, entre outros) por meio de contato direto do pesquisador com a situação estudada, com a finalidade de analisar os elementos segundo o ponto de vista dos sujeitos do estudo.

Este estudo envolverá um levantamento bibliográfico e coleta de evidências a partir de documentos e registros em arquivos; características de um estudo de caso.

O levantamento bibliográfico será baseado nas principais obras relacionadas ao tema deste estudo, assim como uma mistura de pesquisas e definições clássicas e modernas; principalmente se pensarmos na contemporaneidade do assunto deste trabalho, em busca de um traçado que nos permita ter fundamentos suficientes para entender, compreender e estudar o caso em questão.

Para melhor compreensão, adotamos a definição de Estudo de Caso de Schramm (1971, citado por Yin, 2005) onde aponta que “a essência é tentar esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados”.

Ainda sobre os Estudos de Caso, Yin (2005) aponta alguns parâmetros importantes deste tipo de estudo ser escolhido como estratégia preferida, que caracterizam e inferem sobre este estudo. Alguns dos principais pontos destacados para a escolha deste tipo de estudo são: a colocação de questões do tipo “como” e “por que”; o foco se encontrar em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real e a necessidade de se compreender fenômenos sociais complexos, como as interferências do blog esportivo.

A coleta de evidências, de acordo com Yin (2005) pode ser baseada em diversas fontes, porém apresenta alguns princípios importantes na coleta de dados para a realização dos estudos de caso.



“Inclui-se aqui o uso de:

- a) várias fontes de evidências, ou seja, evidências provenientes de duas ou mais fontes, mas que convergem em relação ao mesmo conjunto de fatos ou descobertas;
 - b) um banco de dados para o estudo de caso, isto é, uma reunião formal de evidências distintas a partir do relatório final do estudo de caso;
 - c) um encadeamento de evidências, isto é, ligações explícitas entre as questões feitas, os dados coletados e as conclusões a que se chegou.
- “(YIN, 2005, p.105).

Deste modo, incorporaremos estes princípios, e utilizaremos de duas fontes de coleta de evidências (documentos e registro em arquivos) com a intenção de validar o estudo.

Sobre os documentos, para os estudos de caso, Yin (2005) relata que o uso mais importante se dá em confirmar e estimar as evidências oriundas de outras fontes. Deste modo, o autor aponta três pontos fundamentais da utilização deste meio de coleta de dados.

“Em primeiro lugar, os documentos são úteis na hora de se verificar a grafia correta e os cargos ou nomes de organizações que podem ter sido mencionados na entrevista. Segundo, os documentos podem fornecer outros detalhes específicos para corroborar as informações obtidas através de outras fontes. Se uma prova documental contradizer algum dado prévio, ao invés de corroborá-lo, o pesquisador do estudo de caso possui razões claras e específicas para pesquisar o tópico de estudo com mais profundidade. Terceiro, é possível se fazer inferências a partir de documentos.” (YIN, 2005, p. 109).

Com relação aos registros em arquivos, Yin (2005) afirma que geralmente aparecem em sua forma computadorizada (como neste estudo) e podem ser muito importantes e contribuir para o estudo. Estes registros podem encontrados de várias maneiras; porém neste estudo utilizaremos os “Registros de serviço”, tidos como aqueles que registram o número dos clientes atendidos em um determinado período de tempo ou, neste caso, o número de acessos ao blog e “Listas de nomes e de outros itens importantes” onde elencaremos os nomes e erros apresentados pelos meios de informação e comunicação da respectiva cidade ao falar do clube em questão.

Desta forma, faz-se necessária a caracterização e explanação acerca do problema central que instigou a realização deste trabalho, assim como a explanação e delimitação dos meios esportivos analisados.



Caracterização do caso estudado

O caso estudado será de um blog esportivo com quatro anos de existência e mais de 127000 visualizações, com média de 2646 visualizações mensais, sobre um clube de futebol do interior do estado de São Paulo, criado por um grupo de amigos, a fim de melhorar a cobertura sobre o dia a dia, treinos, jogos e notícias do seu time que, do ponto de vista dos criadores, era tratado de maneira desleixada e parcial pela imprensa esportiva da cidade.

A cidade do blog em questão possui aproximadamente 200 mil habitantes e dois clubes profissionais que disputam campeonatos estaduais e, dentre os três anos analisados, se enfrentaram apenas em um ano.

Para este estudo, foram analisadas as notícias e matérias no período delimitado abaixo sobre o clube do blog em questão em dois principais jornais da cidade, sendo o “Jornal A”, que compreende 79,75%⁹² e o “Jornal B” 17,97%⁹ dos leitores de jornal da cidade, buscando matérias/notícias e erros de informações. Para tal, recorreremos diariamente aos jornais em busca dos objetos deste estudo e com a finalidade de identificar quantas vezes e quais os principais tipos de erros ocorridos; e se após a criação e efetivação do blog como uma fonte de notícia dos torcedores do clube em questão houve diminuição no número de matérias/notícias sobre o clube e/ou diminuição nos erros.

Para tal, delimitamos o espaço de outubro de 2010 até abril de 2011, momento que compreende o segundo ano do blog em questão no ar, marco da grande visibilidade e divulgação deste meio entre os torcedores e de comparações em relação aos jornais da cidade.

Focando nas questões do clube, o período selecionado embarca o momento da formação do elenco e início dos treinamentos até o final da competição disputada pela equipe. Durante este período, o blog obteve 59296 visualizações, com média de 9882 visualizações/mês e em média 330 visualizações/dia.

Resultados e discussão

Durante os seis meses em que o estudo foi feito, no “Jornal A” foram contabilizadas 122 notícias sobre o clube em questão, enquanto no “Jornal B” o clube

⁹Fonte: Centro Abril de Pesquisas



foi mencionado 137 vezes. Dentre estas vezes, pudemos destacar que o clube em questão ocupou a capa dos jornais por 82 e 101 vezes, respectivamente.

Em comparação ao mesmo período no ano anterior, antes do blog em questão adquirir tal visibilidade e confiabilidade, nota-se que o clube em questão apareceu 85 vezes no “Jornal A” e 92 no “Jornal B”, sendo respectivamente 58 e 63 vezes na capa dos jornais elencados.

Não podemos afirmar que este aumento no número de matérias e notícias sobre o clube em questão foi somente pela efetivação do blog em questão como meio de notícias, informações e fonte fidedigna; mas fica claro o aumento da visibilidade do clube nos meios estudados em simultaneidade com o crescimento e fortalecimento do blog.

Dentre as matérias analisadas pudemos notar alguns tipos de erros, relacionados ao clube, como: Erros de informações sobre o jogo (Data, Local, Horário, Preço dos ingressos e Adversário); Erros sobre o elenco (Nome de jogadores, diretores e membros da comissão técnica); Erros sobre fatos históricos (Nomes, Datas, Resultados, Rankings, Campeonatos).

Deste modo, ao contabilizarmos todos os erros obtivemos um total de 88 erros no 1º ano analisado, sendo 47 no “Jornal A” e 41 no “Jornal B”. Em contrapartida, foram contabilizados 82 erros no 2º ano em questão, com 46 presentes no “Jornal A” e 36 no “Jornal B”.

Nota-se assim, que apesar do aumento do número de notícias e matérias referentes ao clube em questão, ambos os jornais apresentaram uma diminuição no número de erros; o que nos indica maior controle e atenção por parte dos jornalistas dos jornais ao escreverem as notícias sobre o clube em questão.

Deste modo, apresentamos concordância com (DIZARD, 2011, p. 105) quanto aponta que “a transição para um novo padrão de comunicação de massa envolve mais que inovação tecnológica. As novas tecnologias de mídia têm de se adaptar às realidades maiores de uma sociedade pós-industrial em evolução.”

Confiamos que esta adaptação também deva ocorrer com as tecnologias clássicas para que continuem a ter grande importância no cenário midiático e, no caso em questão, possam ter maior confiabilidade e fidedignidade nas relações com o público e, principalmente, com os torcedores do clube em questão.

Assim, se considerarmos que o principal motivo para a criação do blog foi aumentar o número de notícias sobre o clube e melhorar as informações sobre este



clube, podemos entender que este foi conquistado, de acordo com o aumento no número de matérias e notícias do clube veiculados nos jornais e a diminuição do número de erros em relação ao clube do blog em questão.

Conclusão

A partir dos dados coletados e inferências sobre suas influências podemos concluir que o objetivo do blog foi conquistado. Deixamos claro aqui que não creditamos somente à existência, crescimento e consolidação do blog a conquista dos objetivos, mas acreditamos que este meio de informação do torcedor possa sim ter influenciado na melhora do tratamento das informações em relação ao clube e, principalmente, na maior frequência da aparição deste nas páginas dos jornais.

Acreditamos na possibilidade de criação de blogs que venham a contribuir para a cobertura e acompanhamento de clubes esportivos, desde que os responsáveis por este tenham condições e requisitos morais e éticos para que façam um trabalho honesto e importante, de modo a trazer os fatos e acontecimentos aos torcedores de uma maneira mais próxima e de mais fácil compreensão por fazerem parte deste grupo.

Cabe ressaltar a importância dos meios de informação mais clássicos, como o jornal, e a sua qualidade e impacto, destacando a atuação do profissional que está subentendida nas das palavras e que para ter um melhor desempenho, principalmente frente às informações esportivas, deve estar atualizado, fazer parte do dia a dia e conhecer afundo a história do clube, atletas, torcedores e diretores para que consiga tornar o seu trabalho ainda mais interessante, fidedigno e coerente.

Por fim, destacamos a necessidade de maiores estudos acerca da temática, assim como deste mesmo objeto de estudo, a fim de compreender a visão dos torcedores, membros da diretoria e comissão técnica e atletas deste clube; e também dos jornalistas dos jornais citados e/ou de outros meios esportivos da cidade, objetivando maior entendimento acerca da influência, importância e impacto deste blog nestas esferas.

REFERÊNCIAS

CALLIGARIS, C. **O saber dos poucos e dos muitos**. Folha de São Paulo, p. E10, 27 dez. 2007.

DIZARD, Wilson. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2011.



FERMINO, A.L; MIRANDA, L.V.T; FERRARI, R.D.; AZEVEDO, V.A.; ANTUNES, S.E. **O brasil na copa, a copa no brasil:** personagens da copa no jornalismo digital: blogs e blogueiros. Anais do V Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte. UIVALI – Itajaí– SC 23 a 25 de setembro de 2010. Disponível em: <http://www.rbceonline.org.br/congressos/index.php/vcsbce/vcsbce/schedConf/presentations>. Acessado em 28/04/2013 às 01:32

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.** In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.

MADUREIRA, D. **Setor debate regras para enviar e-mail.** Valor econômico, 6 ago. 2008.

PRIMO, Alex ; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek . **Comunidades de blogs e espaços conversacionais.** Prisma.com, v. 3, p. 1-15, 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais.** 2003. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf>. Acessado em 29/04/2013 às 22:57

THOMAS, J.R; NELSON, J.K.; SILVERMAN, S.J. **Métodos de pesquisa em atividade física.** 5.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007

VIANA, G. **A culpa não é da internet.** Revista Mente e Cérebro. Duetto Editorial. Disponível em http://www2.uol.com.br/vivermente/noticias/a_culpa_ao_e_da_internet.html. Acessado em 29 Dez. 2012 às 13:47.

YIN, R. **Estudo de caso:** Planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.