

A Cobertura Jornalística *On-line* das Olimpíadas 2004¹

Silvio Saraiva Júnior²

Faculdades Integradas de Jaú

Resumo

Este artigo resume alguns resultados obtidos na minha dissertação de mestrado intitulada “Atenas 2004 na Internet: Uma análise da cobertura jornalística das Olimpíadas pelos *sites* brasileiros.”, defendida em dezembro de 2005 junto ao programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da UNESP. Neste trabalho procura-se revelar como os *sites* esportivos brasileiros desenvolveram as características atuais da Internet durante a realização dos Olímpicos de 2004. Para tanto, foram selecionados os *websites*: UOL, Terra, Gazeta Esportiva, Lancenet, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Sportv, Globo.com, Band, e ESPN Brasil, dos quais foram coletadas amostras em período de aproximadamente quinze dias antes da realização do evento e dois meses após seu término.

Palavras-Chave: Jornalismo Esportivo; Jornalismo On-line; Olimpíadas 2004; Internet; *Websites*.

Introdução

As Olimpíadas representam um dos eventos que mais se destacam entre as disputas esportivas mundiais. Buscando comprovar a atenção das massas e o foco da mídia sobre o esporte naquele momento específico, este trabalho procura mostrar que é de considerável destaque a dedicação dos *sites* brasileiros aos Jogos de Atenas, sejam eles especificamente esportivos, tratem eles de informações gerais.

Em particular, as Olimpíadas 2004 apresentaram alguns aspectos singulares que a tornaram um evento único, entre eles, destacamos a eliminação do maior esporte nacional - o futebol masculino - durante a pré-seleção.

Notamos sensivelmente que grande parte da imprensa esportiva está voltada para a análise focada exclusivamente no futebol, quando falamos de Olimpíadas, até mesmo pela histórica marca de jamais conseguirmos ser campeões nos Jogos nesta modalidade, perde-se temporariamente este exclusivismo, criando uma complicação prática à emissão de informações específicas, dada a falta de prática dos profissionais da comunicação. Como afirma Paulo Vinicius Coelho:

O problema é que o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. O que vale dizer que não há jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo, de judô etc. (COELHO: 2003, 37)

¹ Trabalho apresentado ao NP 18 – Comunicação e Esporte, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Mestre em Comunicação Midiática pela FAAC – UNESP Bauru. Professor das disciplinas Introdução à Comunicação e Métodos de Pesquisa em Comunicação das Faculdades Integradas de Jaú. saraivajunior@yahoo.com

Com a ausência de profissionais especializados nas modalidades olímpicas, fica mais rica ainda a análise do tratamento dado aos esportes, onde muitas vezes abre-se mão de um profissional da área de comunicação social, mais especificamente jornalistas, pelo conhecimento de especialistas no assunto que não passaram pela área acadêmica das ciências sociais aplicadas à informação e à comunicação, como por exemplo, ex-atletas e árbitros.

Portanto, o comportamento da Internet durante os Jogos de 2004, em Atenas, trouxe consigo um campo de estudo relevante quanto à cobertura jornalística da mídia digital e esportiva no Brasil. Afinal, trata da intersecção de dois fenômenos comunicacionais: as Olimpíadas e a Internet. A primeira com a tradição secular e a segunda com a euforia de um suporte tecnológico novo, que, segundo notícia publicada no *site* Folha *On-line*, de 2001 a 2003, período entre as duas edições dos Jogos, o número de internautas cresceu 309% no Brasil [Folha *On-line*: 09 de dezembro de 2003].

O objetivo deste trabalho é revelar como os produtos *on-line* brasileiros, mais especificamente *sites*, que trabalharam a temática dos Jogos Olímpicos, valeram-se das características atuais da Internet, comparando-os, com o propósito de identificar semelhanças e singularidades no tocante à elaboração dos mesmos, bem como identificar a influência que os Jogos Olímpicos exerceram sobre sua produção editorial.

Conceitos Fundamentais

Com a intenção de estudar as características do jornalismo veiculado pela *web*, a partir do estudo de Bardoel e Deuze, Marcos Palácios “estabelece cinco características: Multimídia, Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização e Memória. Cabe ainda acrescentar a Instantaneidade do Acesso, possibilitando a Atualização Contínua do material informativo como mais uma característica do webjornalismo”. Palácios (in MACHADO e PALÁCIOS, 2003, p. 17).

Para este artigo, foram levadas em consideração exatamente essas características, onde resumindo os conceitos, temos que:

- a) Multimídia, ou convergência – a capacidade de agregar informações que convergem formatos de mídias tradicionais através de um único arquivo digital. Por exemplo, um texto escrito acompanhado de sons.
- b) Interatividade – a abertura dada ao receptor da mensagem de se sentir como ator do processo jornalístico. São as aberturas para que o usuário não fique somente no pólo passivo do meio, podendo expressar suas opiniões, apresentar sugestões, interagir com os jornalistas, participar de *chats*, fóruns, etc.

- c) Hipertextualidade – é o recurso de utilização dos *hyperlinks* como forma de acesso às informações específicas, onde o internauta pode “navegar” por diversas páginas, ficando ao seu critério acessá-las ou não.
- d) Customização do conteúdo, ou personalização – é a dotação do usuário da Internet de atribuir características personalizadas ao produto veiculado na rede, alterando, por exemplo, a diagramação da página conforme suas preferências pessoais, ou ainda tem contato somente com as notícias que lhe dizem respeito (previamente estipuladas).
- e) Memória – a possibilidade do *site* de permitir acesso a informações passadas, não se limitando às últimas notícias publicadas. Está diretamente ligada a uma idéia de acúmulo de informações acessíveis.
- f) Instantaneidade, ou atualização contínua – trata da capacidade do *site* em produzir informações e disponibilizá-las com a maior velocidade possível em suas páginas.

A seguir, será exposta a metodologia aplicada nessa pesquisa com o intuito de conduzir à compreensão de como os *sites* brasileiros se comportaram com a chegada dos Jogos Olímpicos, utilizando, ou não, de todas essas características apresentadas.

Metodologia

Para a elaboração desse trabalho, foram escolhidos 10 produtos editoriais distintos, sendo destes, quatro representando veículos originariamente impressos: Lancenet – www.lancenet.com.br, Gazeta Esportiva (já extinta em edições impressas) – www.gazetaesportiva.net, O Estado de S. Paulo – www.estado.com.br e www.estadao.com.br, Folha de S. Paulo – www.folha.com.br e www1.folha.uol.com.br/fsp; quatro pertencem a empresas de emissoras de televisão: Bandeirantes – www.band.com.br, ESPN Brasil – www.espnbrasil.com.br, Rede Globo – www.globo.com, SPORTV, www.sportv.com.br; e dois destes pertencem a produtos originalmente produzidos para a Internet, sendo os portais: Universo On Line – www.uol.com.br e Terra – www.terra.com.br.

Observa-se, nesse momento, que após as primeiras coletas foi constatado que tanto o Estado quanto a Folha de S. Paulo dispõem de duas formas de exposição de conteúdo ao internauta.

Por uma questão de nomenclatura, definiremos uma destas formas como “Versão Impressa”, encontrados nos endereços: www.estado.com.br e www1.folha.uol.com.br respectivamente. Tais versões recebem este nome porque denominam a exibição através da internet das versões diárias impressas destes veículos.

Por outro lado, chamaremos de Folha ou Estado de S. Paulo *on-line*, para definir as páginas de disponibilizam conteúdo exclusivamente digital: www.estadao.com.br e www.folha.com.br.

Para a escolha desses dez produtos, seguiu-se a metodologia de amostras determinadas, com uma tipologia de estudo “Empírico-analítica” e “Método não probabilístico de amostragem intencional”, conforme orienta Gilberto de Andrade Martins:

Empírico-analíticas: são abordagens que apresentam em comum a utilização de técnicas de coleta, tratamento e análise de dados marcadamente quantitativos. Privilegiam estudos práticos. Suas propostas têm caráter técnico, restaurador e incrementalista. Têm forte preocupação com a relação causal entre variáveis. (MARTINS, 1994, p. 26)

Amostragem Intencional – De acordo com determinado critério, é escolhido intencionalmente um grupo de elementos que irão compor amostra. O investigador se dirige intencionalmente a grupos de elementos dos quais deseja saber a opinião. (MARTINS, 1994, p. 41)

Amostras destes produtos *on-line* foram coletadas num período de aproximadamente duas semanas antes do início dos jogos, a partir do dia 31 de julho de 2004 até o dia 31 de outubro de 2004, com o objetivo de demonstrar as modificações que cada meio sofreu de acordo com a aproximação, a realização e o término dos jogos olímpicos. Destaca-se que no período entre os dias 13 e 29 de Agosto (início e término das Olimpíadas, respectivamente) foram coletadas mais de uma amostra ao dia, com a finalidade de avaliar as possíveis modificações no corpo dos *sites*.

Cruzamento das Informações e Constatações

A partir dos critérios metodológicos descritos anteriormente, foram processadas as análises das páginas destinadas especificamente às Olimpíadas 2004 com o intuito de verificar a ocorrência das características fundamentais dos *websites* já descritas.

Em uma primeira avaliação percebeu-se que houve um compromisso tácito dos veículos noticiosos da Internet em se dedicar aos Jogos Olímpicos em 2004, que pode ser explicado conforme as palavras de Wilson da Costa Bueno:

Ninguém duvida, há um interesse crescente do público por esportes Olímpicos, normalmente alijados à mídia, que se manifestam em competições internacionais, como os Jogos Olímpicos ou Pan-americanos. Como estas duas competições se alternam no calendário mundial de dois em dois anos, a imprensa esportiva tem a obrigação de estar atenta a esta realidade. Além disso, o número de veículos esportivos é reduzido e há uma oportunidade reveladora com a Internet. (BUENO, in MARQUES, CAMARGO E CARVALHO: 2005, p.14)

Diante de tal afirmação, cabe-nos notar que, mesmo com todas as limitações, sejam elas tecnológicas financeiras e até mesmo de interesse editorial, todos os *sites* analisados enquadraram-se nessa “obrigação” que o autor aponta, visto que até mesmo os *sites* que não dedicaram conteúdo específico ao assunto, sofreram alterações consideráveis em seus conteúdos veiculados pela Internet.

Depois de levantada toda a estrutura desenvolvida pelos *sites* para a cobertura jornalística das Olimpíadas 2004, procedeu-se a análise a seguir, que expõe as diferenças e as semelhanças apresentadas a partir das coletas que foram feitas na cobertura pela Internet brasileira sobre os Jogos em 2004. Tal verificação será feita por meio da divisão dos meios de origem de cada veículo da *web*, com a finalidade de criar uma aproximação dos pares comparados.

Sites produzidos originalmente para a web

Os *sites* que representavam instituições originariamente da Internet, UOL e Terra poderiam ser considerados aqueles que mais se “obrigariam” a realizar uma cobertura plena dos Jogos Olímpicos de Atenas. Afinal, não teriam um suporte paralelo de fidelização em outra mídia, como nos demais casos verificados nesse trabalho. A imagem que UOL e Terra representam para o público deriva exclusivamente do que é publicado em suas páginas.

Foi constatado pelo levantamento realizado que, de fato, estes foram os veículos que melhor se prepararam para criar suas páginas Olímpicas, que apresentavam uma maior disposição de recursos e seções do que os demais *sites* avaliados.

Ambos *sites* valeram-se dos mesmos dois recursos multimídia. Imagens alternavam-se formando animações visuais em formato GIF, no topo das suas páginas. Além dessas, devemos destacar, também, que os dois *sites* criaram uma seção onde se podia acessar vídeos sobre os Jogos.

Se a multimídia era uma característica que coincidia quanto aos seus procedimentos nos *sites* UOL e Terra, a interatividade entre os usuários não apresentava a mesma semelhança.

O UOL preferiu dotar sua página olímpica de uma sala de bate-papo, especificamente criada para a temática dos Jogos, e direcionava os usuários para a troca de informações previamente estabelecida sobre o tema “Olimpíadas”. É claro que esse recurso permitia ao usuário trocar qualquer informação, não cabendo a esse artigo avaliar como tal recurso foi utilizado, porém, é bastante válido ressaltar que o UOL foi o único *site* a proporcionar uma sala de *chat* sobre os Jogos.

Por outro lado, o Terra preferiu apresentar em sua página “Atenas 2004” dois recursos de interação entre o usuário e a própria página. Uma enquete, que era atualizada regularmente, onde o internauta podia responder à sondagem sobre temas ligados aos Jogos. Em um segundo momento, observamos também um canal de comunicação, onde o usuário do *site* podia expressar-se livremente através de suas opiniões, sugestões, etc. aos produtores da página “Atenas 2004” do portal Terra.

Uma característica em comum entre os dois *sites* foi a hipertextualidade. Ambos valiam-se de uma *homepage* que através de inúmeros *hiperlinks* condiziam o usuário para as diversas seções criadas para a cobertura dos Jogos Olímpicos. Havia organização do conteúdo por tabelas de botões

de ligação às diversas páginas, organização hierárquica das notícias, onde uma sempre se sobressaia através de uma foto de maior dimensão e outras de menor, calendários e quadro de medalhas.

Pensando, na atualização, temos a seção homônima “Últimas Notícias” nos *sites* Olímpicos do UOL e Terra como a expressão mais evidente da constante atualização de informações.

Ambos fizeram questão de demarcar as manchetes de chamadas às notícias com data e horário de publicação, o que facilita a análise da atualização quando observamos que, em poucos minutos, várias notícias eram acrescentadas às seções das últimas notícias de seus *sites*.

Com a intenção de estarem caracterizando-se como páginas atuais, os destaques dados às páginas eram modificados assim como eram inseridas novas informações; assim, um usuário que saísse da página e voltasse em poucos minutos, poderia encontrar novas notícias ilustrando a página Olímpica, tanto no UOL quanto no Terra, verificando que estes veículos eram eficientes em trazer informações de Atenas numa tentativa de informação em tempo real.

Diante de tanta informação que se publicava, um risco que se corria era de perder informações. Porém, os *sites* que representavam a publicação originalmente para a *web*, mostraram que foram criadas ferramentas capazes de dotar de memória suas páginas.

No que tange a já referida seção “Últimas Notícias”, no final da relação das manchetes, o usuário encontrava a opção de ir retrocedendo às notícias anteriores publicadas pelos *sites*. Assim, com o conhecimento prévio de horário aproximado da possível publicação, o internauta poderia encontrar a notícia com facilidade. Da mesma forma, poderia, também, ir retornando página por página verificando todas as manchetes do que fora publicado pelo *sites* UOL e Terra.

Ainda pensando na memória desses *sites*, não podemos deixar de destacar que ambos mantiveram seus conteúdos frios durante toda a veiculação das Páginas Olímpicas à Internet.

Sites de TV aberta

Em primeiro lugar há de se destacar a diferença que mais chama a atenção entre os *sites* da Globo e Bandeirantes. Somente o primeiro propiciava acesso a vídeos sobre os Jogos. É no mínimo curioso constatar que uma empresa de TV não se preocupa em fornecer vídeos aos seus usuários.

Outra importante observação que deve ser feita quanto à cobertura dos Jogos Olímpicos pelos *sites* das TV abertas reside em constatar que, apesar de não realizarem uma cobertura dos Jogos em totalidade nas suas grades de programação, os dois veículos se preocuparam em, constantemente, atualizarem suas notícias nos *sites*, criando assim uma impressão de certo distanciamento da cobertura realizada pelas emissoras de TV e dos *sites* das mesmas.

Tal fato leva-nos à conclusão de que o modelo de características do professor Marcos Palacios está correto em afirmar que a atualização contínua é uma característica inerente à existência de um *site*.

Porém, comparando o volume de informações de ambos *sites* olímpicos, revela-se que o *site* da Globo expunha uma quantidade consideravelmente maior que o *site* “Atenas 2004 é na Band”. Talvez, por isso mesmo, a Band optou por adotar a denominação “Boletins”, dando-nos a impressão de ser um espaço onde notícias eram publicadas sem a obrigação de uma cobertura contínua.

Ambos distribuíram algumas notícias à *homepage* como destaques, através de fotos ou separações gráficas diversas, além de veicular algumas notícias sem o devido destaque.

Há ainda bastante semelhança na forma de armazenar essas notícias, em relações de *hiperlinks* que se ligavam à *homepage*, dos *sites* que trabalhavam as Olimpíadas de Atenas 2004.

As seções “Arquivo de plantões” e “Arquivo de notícias”, no *site* da Globo, bem como os “Últimos boletins”, da Bandeirantes ofereciam as últimas informações veiculadas nos *sites*, fossem eles destacados por foto, ou não, com a possibilidade de o usuário ir retrocedendo cronologicamente às informações anteriores por todo o acervo publicado durante os Jogos Olímpicos.

Da mesma forma, existiam os *hiperlinks* que conduziam o usuário ao conteúdo de informações frias, que ficaram armazenadas sem alteração durante toda a exposição dos *sites* à Internet.

Se observarmos a interatividade que foi propiciada pelos dois *sites* de redes de TV aberta, pudemos constatar que existiam diferenças sutis nas possibilidades que se abriam aos internautas.

A primeira delas aparece com as seções “Recado”, da Globo, e “Fale conosco” da Bandeirantes. Apesar da semelhança em primeiro instante, oferecia uma diferença fundamental entre as duas. A primeira publicava no *site* os recados deixados pelos Internautas, enquanto a segunda era dirigida exclusivamente à equipe de produção do *site*, o que na prática possibilita-nos concluir que, na Globo, se pretendia criar um canal de recados que poderia ser realimentado com comentários de outros usuários permitindo uma interatividade entre eles, ao passo que na Bandeirantes denota-se que servia como um canal de contato de reclamações e sugestões.

Há ainda de se observar a criação de um “bolão”, que aparecia somente no *site* da TV Globo. Porém, se considerarmos que esse bolão tinha como único conteúdo as disputas do Campeonato Brasileiro de Futebol, não influi diretamente nas informações Olímpicas; pelo contrário, a interatividade do usuário com essa seção conduzia-o ao desvio das informações de Atenas.

Sites de TV paga especializada em esportes

Percebeu-se durante a análise que estes foram os *sites* que menos se preocuparam com a cobertura olímpica. O SPORTV e a ESPN Brasil, demonstraram claramente que seu conteúdo *web*

não tinha intenções de trabalhar com noticiário *on-line*. Foram os produtos que menos sofreram alterações. Curiosamente, até mesmo os produtos de jornais impressos que eram transpostos à Rede, como veremos a seguir neste trabalho.

O SPORTV simplesmente adaptou-se à realização dos Jogos disponibilizando a programação da TV na Internet. Já a ESPN Brasil acrescentou um conteúdo prévio, com informações de cunho histórico e de curiosidades gerais, sem modificar a estrutura do seu *site*.

Outro fato que merece destaque no que tange à veiculação de informações durante as Olimpíadas 2004 é apesar da falta de alteração de conteúdo informativo, houve a modificação do plano de fundo da ESPN Brasil, antes, durante e depois da realização das Olimpíadas 2004. Onde um fundo branco foi substituído por uma imagem de colunas lembrando ruínas gregas.

No tocante ao uso de recursos multimídia, a ESPN Brasil também se mostrou melhor preparada. Afinal, apenas ela fornecia um serviço de rádio, intitulado “rádio ESPN” e outra de “Vídeos Exclusivos” que denotam uma preocupação em oferecer ao usuário serviços exclusivos, embora não estejam vinculados exclusivamente às Olimpíadas através de uma página específica para o evento, enquanto à SPORTV coube apenas alternar imagens à sua *homepage*.

Na interação do usuário com as respectivas páginas, somente o *site* da ESPN Brasil extrapolou a abertura de sugestões e pesquisas, propiciando a possibilidade de um bate-papo e elaboração de enquetes de conteúdos específicos dos Jogos.

Nota-se então, uma diferença de intenções quando da inserção de informações Olímpicas nos *sites* das TVs por assinatura especializadas em esportes, SPORTV e ESPN Brasil. Enquanto o primeiro preocupava-se somente em fornecer aos seus assinantes de serviço de TV por assinatura a programação dos Jogos, a ESPN procurava oferecer atrativos ao internauta, como *chats*, enquetes, vídeos, informações históricas, entre outros, que transportavam seus usuários (assinantes da TV ou não) a uma tentativa de navegação constante e fiel ao *site*.

Sites de jornais especializados em esportes

O Lancenet e a Gazeta Esportiva estruturaram em formatos bastante semelhantes suas páginas dedicadas às Olimpíadas 2004.

O uso de recursos multidimiáticos foi bastante restrito nos dois *sites*. Na verdade, só saíram da mera exposição de imagens fixas combinadas a textos quando traziam publicidades de forma animada, ou ainda, quando de uma pequena animação, no caso específico da Gazeta e o Lancenet empregou com mais frequência o uso de imagens, exemplificado pelas imagens icônicas estáticas dos esportes como *link* para se entrar nas seções das modalidades Olímpicas.

A única ocorrência de possibilidade de abertura interativa ao usuário era um *quiz* de perguntas e respostas. Como já pudemos observar através dos outros *sites*, havia a possibilidade de empregarem outros recursos, e ambos não se valeram deles.

Se pensarmos nos usos que Gazeta Esportiva e Lancenet fizeram do recurso da Memória, podemos chegar a constatar que ambos valeram-se de um recurso de navegação idêntico. Através de um calendário, o internauta navegava pelo conteúdo dos dias anteriores através da escolha de datas.

Outras formas de uso de memória foram detectadas nos *sites* de jornais impressos especializados em esportes. Notou-se que todo o conteúdo de informações frias, como curiosidades, história, sedes etc., permaneceu durante todo o período de veiculação dos *sites* Olímpicos à Internet.

Quanto à atualização, ambos *sites* se mostraram muito eficientes. Demarcadas pelos horários de publicação, as notícias eram notadamente substituídas nas *homepages* do Lancenet e da Gazeta Esportiva. Assim, também se fazia com os destaques noticiosos, uma vez que quando da ocorrência de importantes fatos ocorriam em Atenas logo tomavam as páginas iniciais dos *sites* Olímpicos.

A atualização dos quadros de medalhas também foi bastante eficiente. Conforme as medalhas eram conquistadas em Atenas, as páginas dos *sites* dos jornais especializados em esportes sofriam as devidas alterações, tal qual se fazia nas páginas dos resultados.

Cabe aqui destacar que a Gazeta Esportiva trabalhou com uma seção de Galeria de Imagens, o que foi ignorado pelo Lancenet. Recurso que permitia que fotos diversas dos Jogos fossem constantemente alteradas conforme o desenrolar das disputas Olímpicas em Atenas.

Mas o maior destaque quanto à atualização de conteúdo ficou por conta do Lancenet. Uma vez encerrada a Olimpíada de Atenas, o *site* criou uma nova página que remetia ao balanço geral dos Jogos e remetia à cobertura futura dos Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008.

A intitulada página “Atenas 2004 Balanço Olímpico” já nos dá espaço para certas conclusões. Uma delas de que o Lancenet se compromete a realizar uma cobertura *on-line* dos Jogos realizados na China quatro anos antes dos mesmos acontecerem.

Outra importante observação que deve ser feita é a preocupação do veículo em fidelizar o usuário de Internet, pois, se é verdade que o *site* cumprirá essa cobertura antecedida em quatro anos, usando a primeira pessoa do plural, nessa que podemos denominar uma página Pós-Olímpica, joga-se para o consumidor das informações esse contato denotado pelo “Nos vemos”.

Mas o mais claro e também relevante neste caso, é a constatação de que realmente a estrutura desse *site* está diretamente ligada com a atualização do seu conteúdo. Neste exemplo, o Lancenet saiu à frente da Gazeta Esportiva, pois já começou a produzir uma suposta memória do conteúdo do seu *site* Olímpico de 2008. Obviamente, pressupondo-se a existência futura do mesmo.

Sites de jornais impressos

A primeira constatação da cobertura realizada pelo Estadão e pela Folha é a suposta intenção de ambos em desvincular a imagem do produto considerado *on-line* com a versão impressa veiculada pela Internet. O que não pôde deixar de nos chamar a atenção é que em ambos os casos, apesar dessa evidente separação, não fica explícito se o conteúdo *on-line* está vinculado aos jornais propriamente ditos ou aos grupos de empresas de notícias das quais fazem parte.

No caso de O Estado de S. Paulo, percebe-se claramente esse fato quando observamos que, na parte superior da página “Olimpíada Atenas 2004”, citam-se os diversos veículos de comunicação que compõem o Grupo Estado de S. Paulo. Na Folha, entretanto, encontramos subsídios para essa afirmação através da chamada na lateral esquerda, denominada “JORNALIS E REVISTAS”, que cita alguns veículos de comunicação que extrapolam o jornal Folha de S. Paulo através de hiperlinks.

No caso das páginas da versão impressa de O Estado de S. Paulo e da Folha de S. Paulo, observar-se que, apesar da mesma intenção de publicar um conteúdo já existente em outra mídia através da internet, esses dois veículos adotaram estruturas distintas para esse fim. Enquanto O Estado de S. Paulo nitidamente tentava ao máximo transportar uma página fidedigna ao jornal que veiculava naquele dia, valendo-se do recurso de transportar a mesma diagramação das notícias através de páginas em formato PDF (que reproduzia a página exatamente como se expunha impressa nas edições diárias do jornal), a Folha optou por usar uma exposição adaptada à *web*, através de uma lista de *hiperlinks* que apresentavam as notícias com diagramação específica para o formato *on-line*.

Constata-se, então, que a Folha apresentou no tocante à transposição de conteúdo do seu jornal impresso, um conceito do jornalismo *on-line* com hipertextualidade, enquanto no Estado foram diminuídos ao máximo, valendo-se apenas de botões de navegação que mudavam as páginas.

Quanto à multimídia podemos chegar a uma conclusão oposta ao que se imaginaria inicialmente. Se acabamos de observar que a Folha se preocupou em otimizar através de *hiperlinks* o conteúdo, podemos notar um retrocesso quanto ao uso de imagens, pois o uso de somente uma ilustração para toda a editoria de esporte, ela ficou visualmente em desvantagem ao Estado que manteve as diversas ilustrações da sua capa do jornal vendido nas bancas. Ou seja, a Folha de S. Paulo, quando da sua transposição à Internet, possivelmente com a idéia de tornar o acesso à página de esporte mais veloz, diminuiu a incorporação de imagens aos seus textos.

Pensando na interatividade desses *sites*, apesar da grande diferença de organização das páginas, ambos os veículos adotaram a mesma estratégia. Valeram-se somente do uso de uma pequena chamada em *hiperlink* para oferecer ao usuário a possibilidade de interação com os

produtores, através da seção intitulada “Dê a sua opinião”, no caso da Folha de S. Paulo e também do *link* denominado “Fale conosco”, de O Estado de S. Paulo. Observamos, ainda, que tais inserções, nos dois casos, localizavam-se na parte inferior das suas páginas, fazendo-nos concluir que somente internautas que percorreram toda a página poderiam acessar essa opção.

Constata-se que a atualização nesses dois veículos específicos foi coincidente, pois dependia da publicação diária dos jornais impressos. Porém, existe uma peculiaridade que deve ser observada no tocante à memória. Diretamente à página de esportes da Folha de S. Paulo não há qualquer referência ao acesso ao acervo do *site*, enquanto no O Estado de S. Paulo se oferecia constantemente na parte superior das suas páginas um *link* de navegação nas edições anteriores.

Esgotadas as comparações das edições impressas na Internet, vamos agora nos voltar para as páginas das edições *on-line* do Estado e da Folha.

De imediato, podemos perceber uma diferença considerável entre os dois veículos. Enquanto O Estado de S. Paulo optou por criar uma seção de “Notícias” estruturada em uma página que se acessava através do primeiro *hiperlink* do quadro de botões da página, na Folha de S. Paulo, havia a atualização constante das notícias na própria *homepage*, criando assim uma *homepage* com ligações diretas às notícias, sem ter que passar por uma página intermediária da seção.

Essa diferenciação mostra, de início, as opções distintas dos dois *webjornais* do uso da hipertextualidade (que serviu como recurso de acesso a todas as informações dispostas nos dois *sites*), pois, valendo-se das ligações já na página “Atenas 2004”, a Folha de S. Paulo criou uma página bastante extensa, com um número elevado de manchetes, ou seja, com um número maior de informações, que possibilitava ao usuário uma busca direta nas “últimas notícias”, enquanto que na página “Olimpíada Atenas 2004”, O Estado de S. Paulo permitia somente o acesso aos hiperlinks das notícias de maior destaque, conforme seu critério de escolha, exigindo uma interação hipertextual até a página de “notícias” para ter acesso às informações sistematizadas por uma ordem cronológica. Como consequência dessa diferença, podemos dizer que a Folha optou por uma *homepage* com mais opções de acesso às notícias, enquanto o Estado fez a escolha de uma página mais breve, com maiores destaques ilustrados por fotografias.

É válido ressaltar que apesar dessa diferença de opções de organização da hipertextualidade, não houve comprometimento da atualização das informações. Todo o conteúdo era constantemente atualizado, em ambos *sites*, de acordo com as novas informações que surgiam constantemente, não importando a localização à *homepage* ou a uma seção denominada “Notícias”.

Porém, comparando o uso da memória, notamos que Folha e Estado pensaram em sentidos opostos quanto à elaboração de um banco de dados para os usuários acessarem os fatos publicados.

Enquanto o Estado desenvolveu uma seção que possibilitava ao Internauta navegar pelas manchetes das notícias publicadas anteriormente (com possível acesso às informações completas através de *links*), a Folha de S. Paulo não se dotou de tal recurso. Apesar de manter um número maior de notícias em um escala cronológica, caso houvesse a necessidade de acesso remoto a qualquer notícia publicada em sua *homepage* num período anterior da última atualização, o usuário deveria interagir com os sistemas de busca através de palavras-chave, que se encontravam fora da página “Atenas 2004” o que demandava tempo e exigia certo trabalho de pesquisa.

Se por um lado houve essa distinção no tratamento dado à memória das notícias vindas de Atenas, Estado e Folha convergiram suas características no que tange às informações atemporais. Todo o conteúdo publicado, nos dois produtos *on-line*, permaneceu no *site*, sem sofrer alterações. Cabe aqui registrar que, no tocante a este conteúdo de informações não atualizáveis, a Folha de S. Paulo veiculou um maior número de informações, visto que o Estado apenas publicou duas seções que continham tal conteúdo. Eram elas: “História” e “Modalidades”, onde a primeira se repetia na Folha, trazendo ainda seções que se denominavam “Perfis”, “Participantes”, “Sede”, “*Sites* Relacionados” e até mesmo “Glossário”. Ou seja, enquanto um se limitou a falar da história dos Jogos e de suas modalidades, o outro optou por ir além dessas informações, veiculando dados sobre os atletas, a cidade sede, e até mesmo explicar termos técnicos vinculados às Olimpíadas.

Quanto ao uso de conteúdo multimídia, é relevante comparar os dois veículos, pois apesar de maior número de imagens para chamar a atenção do usuário, como vimos há pouco, por parte de O Estado de S. Paulo, foi a Folha que ultrapassou os limites de meramente publicar textos ilustrados com fotos e pequenas animações publicitárias. Foi ela (Folha) quem dotou suas seções de animações específicas, possibilitando ao internauta contar com recursos que não limitavam suas páginas à mera exposição de textos e figuras estáticas, quando do acesso a seções de temas diversos.

A interação entre os usuários dos *sites* do Estado e da Folha ocorria de duas formas em cada, nas quais uma coincidia em ambos e outra não. Na Folha de S. Paulo, a seção “Interação” coincidia com o formato do que O Estado preferiu chamar de enquete. A única distinção entre ambos é que no Estado só era possível interagir a uma pergunta da “enquete” por vez (regularmente atualizada), enquanto na “Interação” da Folha dispunha-se de mais de uma questão ao usuário em cada período.

Comparando-os, observamos que a Folha, em seu *site* olímpico, forneceu aos usuários a possibilidade de opinar sobre a página através da seção “Dê sua opinião”. Enquanto o Estado oferecia um “*quiz*” de conhecimentos Olímpicos. Ou seja, apesar de ambos os veículos interagirem com os internautas, um optou por fazer uso da característica da interatividade para ter um *feedback* do usuário quanto à sua cobertura, o outro preferiu dotar o *site* de mais um atrativo lúdico.

Considerações Finais

Diante do exposto, durante todo esse trabalho, podemos considerar que foi possível durante as Olimpíadas 2004, traçar um recorte da atual conjuntura da Internet esportiva brasileira.

Evidentemente, até mesmo pelo pouco tempo de existência, este Meio de Comunicação continua sofrendo constantes atualizações. Porém, não podemos deixar de concluir que não mais se percebe a Internet como um adendo às informações de outros Meios, como TVs ou jornais.

Certamente, as equipes que desenvolvem o tema “esporte” na Internet trabalham com base nas características que este meio traz, com suas limitações, também com suas novidades e até mesmo com as mudanças de paradigmas de uma leitura não-linear, corroborando assim uma tendência da evolução do Meio antecipada por Elias Machado um ano antes da realização dos Jogos por meio da publicação de seu livro intitulado “O ciberespaço como fonte para os jornalistas”.

“o futuro dos projetos jornalísticos empreendidos no suporte digital, até o momento muito atrelado ao modelo dos meios clássicos, depende da adoção de técnicas de pesquisa e apuração adequadas ao jornalismo praticado nas redes telemáticas” (MACHADO 2003, p. 20)

A cobertura das Olimpíadas 2004 nos trouxe um rico material que subsidia essa conclusão.

Mesmo aqueles *websites* que não se preocuparam em transmitir informações de Atenas (casos específicos das redes de televisão especializadas em esportes, SPORTV E ESPN Brasil) demonstraram uma preocupação com o referido tema, por menor que pudesse ter sido.

A maioria dos *sites* analisados demonstrou um vasto conteúdo produzido exclusivamente para consumo dos internautas, não se limitando a reproduzir o conteúdo para suas mídias de origem.

Quanto às características atribuídas aos *websites* notamos que duas delas nortearam a cobertura ao evento Olímpico. A Memória, pela criação de banco de dados eficientes de consultas das notícias publicadas anteriormente, e acesso constante ao conteúdo já publicado. Também a Instantaneidade que mantinha os usuários constantemente informados com as últimas informações dos Jogos Olímpicos de Atenas. Nesta segunda característica, cabe-nos ressaltar que os próprios *sites* faziam questão de expor ao internauta a notícia atual como sendo de grande valor, pois quando as publicavam exibiam as datas e os horários de veiculação na Rede.

Dos dez veículos que fizeram parte do corpo de análise, todos, sem exceção, valeram-se da hipertextualidade como recurso de fragmentação da informação, direcionando o internauta para o consumo das notícias que eram veiculadas, bem como para a organização em seções específicas que só se possibilitaria se acessadas por *hyperlinks*.

Também, sem exceções, observamos a ausência de possibilidades de personalização, o que nos faz refletir sobre duas possibilidades para que esse recurso não tenha sido utilizado.

A primeira de que não existem, ainda, ferramentas adequadas para que a característica da Customização seja aplicada satisfatoriamente, ou, então, uma segunda de que exista uma resistência natural dos meios em aplicá-la, temendo uma descaracterização dos seus produtos editoriais.

O certo é que as Olimpíadas seriam uma excelente oportunidade para tê-la utilizado, pois tratam de diversas modalidades esportivas, atingindo, assim, diversos usuários díspares.

A segunda consideração que pode ser feita está relacionada com a multimídia dos *sites* esportivos. Quando pensamos em Olimpíadas, então, nos vêm à mente as imagens das disputas, das conquistas, como foi o caso dos Jogos de 2004. Se começarmos a nos lembrar do que foi a edição das Olimpíadas 2004, vamos nos recordar dos saltos, de certa maneira frustrantes de Daiane dos Santos, do irlandês que saiu do meio da platéia para agarrar o maratonista Vanderlei Cordeiro de Lima, etc. Fatos apresentam uma característica em comum. Seus personagens em movimento.

Nesses acontecimentos, caso tenhamos assistido pela TV esses fatos, podemos recordar de imagens em constante movimentação acompanhada com locução ao fundo. O que constatamos com esta análise é que a Internet esportiva brasileira não nos subsidiou satisfatoriamente nesse sentido, limitando-se, na grande maioria da cobertura, a textos ilustrados por imagens estáticas.

Se por um lado tivemos um grande número de notícias publicadas, poucos foram os casos de veiculação de vídeos ou sons referentes aos Jogos. Na verdade, o uso da convergência de mídias ficou restrito na maioria dos *sites*, com as devidas exceções já demonstradas.

Nesse caso, imaginamos também duas justificativas prováveis para a pouca exploração da Multimídia. Em primeiro lugar, vem a necessidade de recursos materiais por parte do usuário para que a convergência de mídias seja satisfatória. Como por exemplo, um microcomputador que suporte os programas de exibição dessas animações mais elaboradas, ou, então, a necessidade de uma conexão de Internet em banda larga, com alta velocidade de transmissão de dados.

Em segundo lugar, podemos levantar a questão do custo desse conteúdo multimidiático. Se considerarmos que os Jogos Olímpicos foram disputados em Atenas, os veículos de comunicação necessitariam de profissionais específicos para a coleta de materiais que depois se converteriam em notícias para o uso nos *sites* ou, então, haveria a necessidade de compra desse material das agências de notícias, o que obviamente encareceria consideravelmente a cobertura dos Jogos.

Novamente, retomamos o que abordamos sobre a TV Bandeirantes. Se a mesma produzia conteúdo para veiculação em sua rede televisiva e se, como o próprio *site* explorava, quando publicava na seção “apresentadores”, havia diversos profissionais envolvidos com a cobertura jornalística dos Jogos, concluímos que não se enquadra em nenhuma das possibilidades descritas nos parágrafos anteriores. Assim, resta-nos acreditar que a ausência da produção de vídeos sobre as Olimpíadas,

veiculados pela Internet, esteja ligada a uma opção em função do público, pois o mesmo se reduziria àqueles que atendessem à demanda de uma conexão em banda larga para acessá-los satisfatoriamente.

Pensando em um contexto geral, a cobertura das Olimpíadas 2004 foi bem desenvolvida pelos *sites* brasileiros. Considerando todas as limitações que ainda se impõem pelas restrições tecnológicas, devemos observar que a Internet pôde proporcionar aos brasileiros uma via de acesso prática e útil às informações exclusivas dos Jogos. Com todos os benefícios de tempo e de espaço, o internauta que fez uso das páginas Olímpicas criadas pelos *sites* teve a possibilidade de exercer a interatividade plena com tudo o que se desenvolveu durante as disputas, com as informações históricas e até mesmo se distrair com curiosidades e testando seus conhecimentos sobre o assunto.

Ressaltando a novidade que a Internet representa, torna-se impreciso afirmar que a cobertura tenha sido a ideal, mas, excetuando os fatores pontuais já expostos nesse trabalho, não podemos dizer que a Internet brasileira ficou alheia, tampouco dependente das publicações veiculadas pelas outras mídias. Devemos manter o foco no fato de que tivemos uma cobertura eficiente conforme as características que se reconhecem atualmente e que tende a melhorias, desenvolvendo-se paulatinamente com a própria evolução das Tecnologias da Informação e da Comunicação.

Referências

BLACK, Roger. *Web Sites que Funcionam*. São Paulo: Quark, 1997.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, Paulo Vinicius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2003.

DUARTE, Orlando. *História dos Esportes*. São Paulo: Makron Books, 2000.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2003.

LEMONS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos (org). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003.

MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

MARQUES, José Carlos, CARVALHO, Sérgio e CAMARGO, Vera Regina Toledo (orgs.). *Comunicação e Esporte – tendências*. Santa Maria: Pallotti, 2005.

MARTINS, Gilberto de Andrade. *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 1994.

MELO, José Marques de. *Jornalismo Brasileiro*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

NICOLA, Ricardo L. *Cibersociedade: Quem é você no mundo on-line?* São Paulo: Editora Senac, 2004.