



Modelos de narrativas presentes no ciberjornalismo esportivo nacional e internacional

Liana Vidigal Rocha

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O jornalismo esportivo é um mercado segmentado que lida com paixões, sofre diferentes pressões e que possui um público exigente no que diz respeito à informação imparcial e com qualidade. Com a evolução do ciberjornalismo, o usuário passou a consumir notícias que vão além do tradicional texto-foto. Investir em narrativas diferenciadas tornou-se essencial para atrair a atenção do internauta cada vez mais interessado em conteúdo e formatos inovadores. Nesse sentido, o objetivo deste artigo é identificar modelos de narrativas presentes no ciberjornalismo esportivo praticado no Brasil, na Europa e nos Estados Unidos. Para tanto, foram selecionados três objetos: o brasileiro Lancenet!, o francês L'Équipe e o norte-americano Sports Illustrated. Trata-se de uma pesquisa descritiva cujo resultado apresenta a adoção de diferentes narrativas por parte dos veículos especializados.

Palavras-chave: Narrativas Digitais; Ciberjornalismo Esportivo; Lancenet; L'Équipe; Sports Illustrated.

Introdução

O segmento esportivo é uma das vertentes mais populares do Jornalismo e apresenta especificidades próprias da área, como as diferentes pressões exercidas por parte dos torcedores, dos clubes, dos patrocinadores e das próprias empresas jornalísticas sobre o que é veiculado. Além disso, a área é composta por diferentes tipos de profissionais (jornalistas; preparadores esportivos; pesquisadores) e não-profissionais (ex-atletas; técnicos; dirigentes) que produzem conteúdos recorrentemente contestados em relação à imparcialidade e à objetividade jornalísticas.

Por outro lado, o público se mostra cada vez mais interessado nos veículos especializados em esportes, tornando-se exigente e participativo no que diz respeito ao material que é publicado. Desse modo, a web apresenta-se como uma importante fonte de

informação, visto que proporcionou um aceleração na divulgação dos dados, possibilitou e ampliou a interatividade do usuário e permitiu o surgimento de novas narrativas, sobretudo, a partir da evolução da tecnologia.

O jornalismo passou a oferecer informações em tempo real, coberturas mais ampliadas e formatos diferenciados. A recepção e o consumo dos conteúdos jornalísticos se modificaram e a segmentação ficou mais acentuada. Assim sendo pode-se dizer que o ciberjornalismo esportivo se consolidou e expandiu o acesso a modalidades até então pouco divulgadas.

De tal modo, o ciberespaço quando associado ao jornalismo gera particularidades próprias, como: i) hipertextualidade; ii) Interatividade; iii) Multimídia; iv) Personalização de Conteúdo; v) Memória; vi) Instantaneidade; vii) Imersão; viii) Ubiquidade. Nesse sentido, pode-se dizer que essas características vão ser responsáveis pelo surgimento de novas narrativas na medida em que possibilitam a combinação de diferentes elementos, gerando assim novos formatos no ciberjornalismo e possibilitando ao internauta uma autonomia no desenvolvimento da leitura.

Este artigo tem como objetivo identificar modelos de narrativas digitais presentes no ciberjornalismo esportivo praticado no Brasil, na Europa e nos Estados Unidos. Para tanto, foram selecionados três objetos: o brasileiro Lancenet!, o francês L'Équipe e o norte-americano Sports Illustrated. A escolha dos veículos se deu a partir de uma observação prévia que vem sendo realizada junto a diferentes veículos esportivos há, pelo menos, um ano e que fazem parte de um projeto de pós-doutoramento sobre o ciberjornalismo esportivo na era da convergência.

A partir de uma explanação sobre narrativas digitais foi possível observar e apontar a presença de diferentes formatos presentes nos veículos especializados com base na proposta elaborada pelo pesquisador espanhol José Manuel Noguera Vivo (2015). Portanto, esta é uma pesquisa de caráter descritivo que pretende apresentar desdobramentos em etapas futuras.

Narrativas digitais

Segundo Motta (2012, p. 11), “narrar é uma experiência enraizada na existência humana”, sendo que “todos os povos, culturas, nações e civilizações se constituíram

narrando”. É por meio da narrativa que descobrimos (ou redescobrimos) os significados das coisas, das histórias, dos personagens, dos fatos. “As narrativas não são ingênuas, pois requerem um efeito de sentido”[1].

As narrativas são construídas a partir de um conjunto de pontos de vista pessoais e, portanto, podem existir diversas versões da mesma história ou da experiência. Para o desenvolvimento da narrativa é necessário que o aprendiz seja crítico e crie uma estrutura que caracteriza uma trama (VALENTE E ALMEIDA, 2014, p. 39)

Motta afirma que ao narrar algo é necessário escolher os elementos que, de forma hierarquizada, vão dando sentido ao relato dos fatos e por conseguinte construindo um significado, uma identidade. Já no pragmatismo linguístico, “as narrativas não são vistas como representações, mas formas de organização da realidade em função de estratégias comunicativas” (MOTTA, 2009, p. 03).

Ao analisar os modelos de narrativas presentes no ciberjornalismo, podemos dizer que a estrutura da narrativa estará sujeita não somente às extensões sintagmáticas e paradigmáticas do texto, mas também aos fragmentos tecnológicos que compõem as páginas de navegação, como o hipertexto, constituindo-se nas narrativas digitais.

As narrativas digitais, segundo Paul (2007, p. 137), mudaram os paradigmas das narrativas tradicionais uma vez que eram controladas “pelo responsável pelo desenvolvimento de conteúdo, para uma narrativa que conta com a contribuição do usuário”. A autora explica ainda que é importante identificar as necessidades do público-leitor a fim de utilizar melhor as ferramentas/elementos/modelos disponibilizados.

Essas narrativas são constituídas por elementos de diferentes formatos de mídia que podem ser encontrados principalmente em notícias e reportagens jornalísticas. Tais elementos podem ser reunidos em cinco categorias principais: a) texto; b) imagem; c) som; d) vídeo; e) animação (PAUL, 2007, p. 123). A combinação de variados elementos vai dar origem a modelos de narrativas amplamente difundidos, como a tríade texto-foto-vídeo, a narrativas graficamente mais elaboradas, como linhas do tempo, infográficos interativos e multimidiáticos, e narrativas que requerem planejamento prévio, pesquisa e roteirização, como *longform*, *newsgames* e webdocumentários.

Já José Manuel Noguera Vivo (2015), no livro *Todos, todo: manual de periodismo, participación y tecnologia* identifica e relata dez tipos diferentes de narrativas que, segundo ele, surgiram a partir da web. O autor destaca a presença do hipertexto, o qual considera um “ingrediente” fundamental para a composição dos modelos (ver Quadro 01).

Quadro 01 – Tipos de Narrativas na Web[2]

Tipo	Definição
Narrativa Digital	Um jogo aberto entre leitor e autor, propiciado pelo hipertexto, onde cada plataforma otimiza suas melhores funções para se complementarem com outras e criar várias portas de entradas a uma mesma história.
Narrativas de Agregação	São aquelas que surgem decorrentes da busca, seleção, edição e apresentação de um conjunto de mensagens publicado de forma diacrônica por seus emissores, mas estando conscientes de que compartilham interesses e pontos de vista com outros autores, ou seja, com um sentimento de pertencimento a uma história maior.
Narrativas de Viralidade	É aquela que se distingue pelo relato dos motivos e características de uma história que já é viral e, portanto, parte da cultura popular, ou tem o potencial para ser. Essa explicação de razões pode ser tanto uma argumentação fundamentada em conhecimento como uma apresentação sistemática de dados.
Narrativas de Verificação	São as narrativas centradas em apresentar a autenticidade de uma informação, afirmação ou feito (ato) e que lidam com diferentes escalas para mostrar a validade de seus resultados com uma visualização de dados ou testes diferenciais contra os seus concorrentes.
Narrativas de Dados (ou Dados de Narrativas)	Aquelas em que a análise ou a mensagem não se concentra nos argumentos, opiniões atos ou eventos, mas na interpretação contextual de uma informação e suas relações com outros dados.
Narrativas Selfie	Individuais por definição. São aquelas onde a marca pessoal do emissor cobra um papel determinante e a mensagem é recebida e consumida para ter o ponto de vista do emissor sobre um determinado tema; aparece, portanto, tanto a opinião quanto a informação em, sobretudo, formatos audiovisuais.

Narrativas das Multidões	Narrativas de autorias múltiplas fruto de processos de coleta automatizados e tratamentos da informação que são editados e apresentados com a finalidade de transmitir uma mensagem diferente e mais complexa ou pretendida pelo autor individual.
Narrativas de timelines (linhas do tempo)	Aquela na qual o eixo central da história se apresenta a partir da união dos pontos cronológicos relevantes e que, por sua vez, atuam na forma de micro-histórias dentro da anterior (principal); são autônomas em relação ao significado, mas plenamente conectadas e relacionadas com todo o relato principal; normalmente ocorre em uma apresentação diferenciada com destaque para a linha do tempo.
Narrativas de listas	Aquelas em que o conteúdo é sequenciado independentemente da sua natureza e de forma premeditada, em muitas partes autônomas e independentes quanto os significados possíveis, resultando em muitas ideias-chave que são apresentadas como uma lista ou uma lista de verificação (check list)
Narrativas de grandes formatos	Aquelas em que o elemento diferencial é um formato que permite um jornalismo imersivo independentemente da temática; aqui o que se verifica é uma significativa utilização de recursos técnicos ou multimídia que se colocam ao serviço das ideias-chave da história.
Narrativas de relações	Aquelas em que o objetivo da narração é visualizar e descrever o tipo de relação de poder ou subordinação existente entre dois ou mais pontos que, geralmente, são órgãos de poder ou pessoas.

Fonte: NOGUERA VIVO (2015, p. 71-73)

A partir dessa classificação proposta pelo autor, são identificados modelos de narrativas na web presentes em veículos especializados em ciberjornalismo esportivo.

Modelos no ciberjornalismo esportivo

O objetivo desse artigo é detectar a presença das narrativas, a partir da proposta de Nogueira Vivo (2015), em sites especializados em jornalismo esportivo de três países. Para tanto, foram selecionados os seguintes veículos: Lancenet (Brasil); L'Équipe (França) e Sports Illustrated (Estados Unidos). Foram analisadas publicações entre os anos de 2011 e 2016.

O Lancenet é a versão digital do diário esportivo impresso Lance! e foi lançado em outubro de 1997. Com a atenção voltada principalmente para o futebol, o veículo procura oferecer ao internauta informações sobre outras modalidades esportivas que também estejam em evidência, como Vôlei, Tênis, Lutas, Ginástica Artística, Fórmula 1 campeonatos de atletismo e megaeventos como Olimpíadas.

Já o L'Équipe passou a investir em outras mídias - TV e Internet – somente a partir dos anos de 1990, tendo lançado a versão on-line do tradicional jornal em junho de 2000. Em 2015, o L'Équipe foi o primeiro site especializado em jornalismo esportivo a alcançar a marca de 10,6 milhões de visitantes únicos por mês[3].

A Sports Illustrated é uma revista semanal publicada na versão impressa desde 1954 e que, em 2014, lançou uma nova versão do website além de novos produtos. A mudança se concentrava no sistema de gerenciamento de conteúdo e a página inicial do veículo foi “transformada em um fluxo interminável de módulos personalizáveis que podem apresentar diferentes tipos de conteúdo, como placares esportivos e destaques em vídeo”[4].

Após essa breve contextualização sobre os veículos escolhidos, passamos para a identificação dos modelos de narrativas presentes em cada um deles a partir da classificação de Nogueira Vivo (2015).

O primeiro tipo de narrativa proposta pelo autor – narrativa digital - tem o hipertexto como base fundamental para a interconexão da informação a um contexto adequado e pertinente ao tema desenvolvido. Nesse sentido, o hipertexto tem a capacidade de recuperar informações previamente publicadas, gerando assim uma rede de informações ou também um banco de dados sobre determinado assunto. A narrativa digital foi identificada nos objetos de estudo, visto que todos utilizam o hipertexto em suas publicações (ver figura 01).



Figura 01: A utilização do hipertexto nas narrativas
 Fonte: Produção própria

Pode-se dizer que a narrativa de agregação surge a partir da informação gerada por terceiros. As hashtags no Twitter são um bom exemplo de como agregar informações a uma reportagem, ou mesmo elaborar um texto, a partir dos tuítes postados na plataforma. Essa narrativa foi encontrada nos três veículos (figura 02).

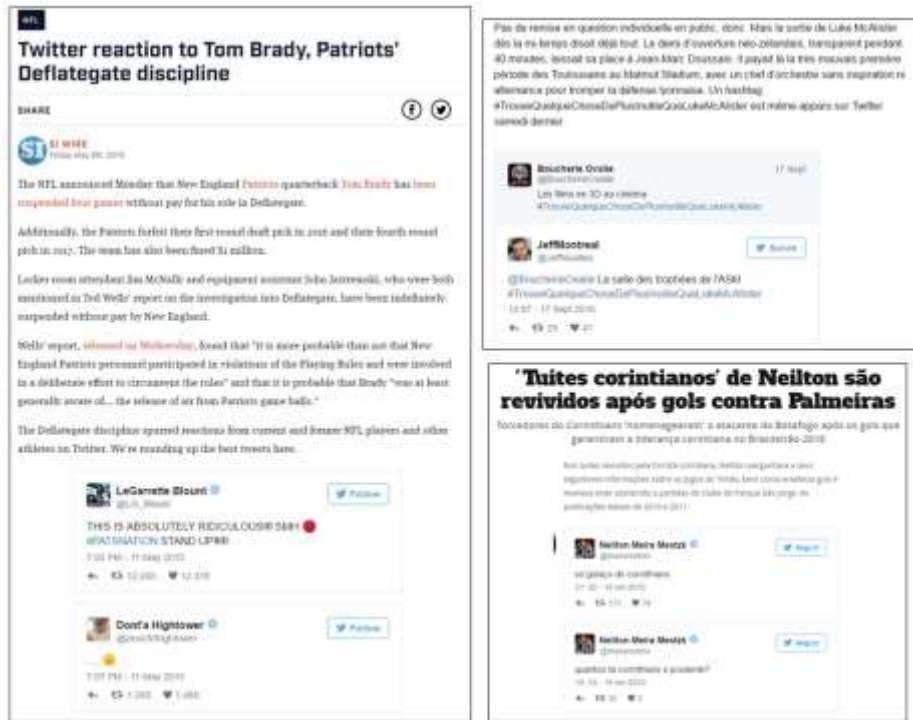


Figura 02: Publicações a partir de tuítes
 Fonte: Produção própria



Figura 04: Exemplo de narrativa de verificação (fact-checking)
Fonte: <http://www.lequipe.fr/> Acesso em: 20 set 2016.

Em se tratando da narrativa de dados, pode-se dizer que esse tipo de mensagem apresenta-se com diferentes configurações, como tabelas, gráficos ou infográficos multimidiáticos e interativos. Essa narrativa pode ser associada à visualização de dados que se refere à apresentação de informações a partir de formatos gráficos que auxiliam na compreensão das informações de forma mais rápida além de destacar informações importantes que poderiam ficar perdidas em um longo texto. Esse tipo de narrativa foi identificar nos três objetos de estudos selecionados, sendo que, no Lancenet!, o infográfico não é um formato usual. O website dá preferência às tabelas que tratam dos campeonatos de futebol (figura 05).



Figura 05: A utilização de infográficos e mais frequente nos veículos internacionais. O Lancenet utiliza mais tabelas
Fonte: Produção própria

As narrativas do tipo selfie podem ser associadas, segundo Noguera Vivo (2015), aos vídeos que exploram o chamado DIY (*Do It Yourself*) tão presente, por exemplo, no Youtube. No caso dos sites escolhidos, não foram detectadas narrativas essencialmente com essas características, mas pode-se dizer que existe a presença de vídeos que procuram explorar uma determinada história a partir do personagem principal, como em *Training with Nigel Sylvester: riding in NYC with BMX's most gifted athlete*, publicada pela Sports Illustrated em junho de 2015[6]. Vale ressaltar que, além do vídeo, há um texto com fotos sobre o atleta. Tanto no Lancenet quanto no L'Équipe há dezenas de vídeos com entrevistas, mas não se pode afirmar que se encaixam no conceito proposto pelo autor.

A Narrativa de Multidões faz referência, sobretudo, a narrativas construídas coletivamente. Apesar do jornalismo participativo proporcionar esse tipo de prática, nenhum dos sites selecionados oferece um espaço específico (afora os comentários) para a efetiva participação do público-leitor. Por outro lado, Noguera Vivo (2015, p. 66) destaca que esse tipo de narrativa pode ser enquadrado também nas seções que “oferecem informações sobre as notícias mais compartilhadas ou visitadas”, como a +LidasL!, do Lancenet. Esse tipo de narrativa não foi encontrada no L'Équipe e nem na Sports Illustrated.

A narrativa de timelines, ou simplesmente linha do tempo, foi encontrada nos veículos internacionais L'Équipe e Sports Illustrated (figura 06). Entretanto, cada veículo utilizou uma forma diferente de apresentar as informações. Enquanto o L'Équipe se preocupou em fazer a narração obedecendo uma ordem cronológica mais rígida, a Sports Illustrated dividiu a história da carreira do personagem em fases, agregando outros tipos de mídia, como vídeo, áudio e fotos. Já no Lancenet! a postagem mais próxima desse tipo de narrativa foi feita no blog do Mauro Beting, em fevereiro de 2011, cujo conteúdo extremamente extenso versa sobre Copa União 1987 e Clube dos 13: a linha do tempo e do dinheiro[7]. Foram utilizados apenas texto e foto para esclarecer sobre o assunto.



Figura 06: Formas diferentes de trabalhar a narrativa de timelines
Fonte: Produção própria

Em evidência nos últimos tempos, a narrativa de listas tem como objetivo apresentar ao leitor uma série de informações organizadas a partir de um ponto em comum. Com grande apelo, esse tipo de construção tem aparecido cada vez mais no ciberjornalismo. Um exemplo é a publicação do Lancenet” intitulada *Veja 40 jogadores que não fizeram sete jogos no BR e podem jogar no seu time*[8]. Além do texto informativo, foram acrescentados vídeos com a atuação de cada jogador e uma galeria de fotos. A Sports Illustrated também utiliza esse formato. Tanto que publicou *2016 NBA free agency: Top 50 players*, que trata das negociações feitas na Liga Americana de Basquete, em 2016. Já no L’Équipe, a lista veio no formato de vídeo sobre os principais que o leitor deveria saber sobre o campeonato alemão: *5 choses à savoir sur la 5e journée de Bundesliga*[9].

O ciberjornalismo ficou conhecido por apresentar narrativas mais enxutas e fragmentadas. No entanto, em virtude das transformações pelas quais vem passando ao longo do ano, surgiu o formato *Longform* ou simplesmente grande reportagem multimídia. Esse tipo de construção pode ser associada à categoria da narrativa de grandes formatos, uma vez que atende ao conceito de um formato focado em um determinado assunto com visual bem trabalhado e diferentes elementos midiáticos. Apesar da possibilidade de aprofundar o conteúdo nesse tipo de narrativa, não foi identificada a presença de qualquer publicação no Lancenet! Em contrapartida, o L’Équipe e a Sports Illustrated possuem uma seção totalmente

exclusiva para esse tipo de material. No site francês, recebe o nome de *L'Équipe Explore* (*grands reportages et interactivité*) e na revista americana *Longform* (figura 07).



Figura 07: O formato Longform está presente nos veículos internacionais
Fonte: Sports Illustrated e L'Équipe

A narrativa de relações é baseada na disponibilização de dados brutos (*raw data*) que possam ser utilizados na elaboração de novas publicações. Nesse caso, o site disponibilizaria uma espécie de repositório com as informações que recolheu ao longo dos anos. Nesse sentido, esse tipo de narrativa não foi encontrada na sua essência nos sites pesquisados, embora os veículos internacionais apresentem uma seção chamada Pesquisa para acessar todo o conteúdo já publicado por eles. Curiosamente, o Lancenet! não oferece essa ferramenta, o que praticamente impossibilita o leitor de resgatar informações mais antigas.

Considerações Finais

A partir da proposta de categorização do pesquisador José Manuel Noguera Vivo, foi possível identificar a presença (e também a ausência) de diferentes tipos de narrativas em veículos especializados em ciberjornalismo esportivo, como o brasileiro Lancenet!, o francês L'Équipe e norte-americano Sports Illustrated.

É possível afirmar que os veículos internacionais estão um pouco mais a frente do Lancenet! já que das 11 categorias propostas, apenas duas não foram encontradas na Sports Illustrated (Multidões e Relações) enquanto no L'Équipe foram três (Selfie, Multidões e Relações). Já o site brasileiro não apresentou quatro categorias: Verificação, Selfie, Relações e Grandes Formatos.

Apesar de explorar em seu conteúdo diferentes elementos, as narrativas do Lancenet! ainda estão muito atreladas aos formatos tradicionais, deixando de explorar as potencialidades

que o ciberespaço oferece. Não existe uma utilização recorrente de produtos gráficos visualmente mais sofisticados (infográficos) e nem de reportagens mais aprofundadas (longform). A impressão que se tem é que o veículo está preso ao *Hard News* e não investe em pautas mais elaboradas.

Por outro lado, os veículos internacionais apresentam ambas preocupações. Ao mesmo tempo em que oferecem ao internauta as notícias mais urgentes, publicam também material mais cuidado e melhor trabalhado, como infográficos interativos, webdocumentários e grandes reportagens multimídia.

Portanto, é possível afirmar que, apesar de se tratarem de sites especializados em ciberjornalismo esportivo, os veículos seguem as tendências de narrativas presentes principalmente nos websites generalistas, embora nem todas as categorias tenham sido identificadas nos objetos selecionados.

Referências

MOTTA, Luiz Gonzaga et al (Org.). **Narrativas Midiáticas**. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. **Narrativas**: representação, instituição ou experimentação da realidade?. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade de São Paulo, VII, 2009, São Paulo, Anais... nov. 2009.

NOGUERA VIVO, José Manuel Noguera. **Todos, todo**: Manual de periodismo, participación y tecnología. Oberta UOC Publishing, Barcelona, 2015.

PAUL, Nora. Elementos das narrativas digitais. In: FERRARI, Polyana. **Hipertexto, hipermídia**: As novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

VALENTE, José Armando e ALMEIDA, Maria Elizabeth Biancocini. **Narrativas digitais e o estudo de contextos de aprendizagem**. Em Rede – Revista de Educação à Distância. Porto Alegre, v. 1, nº 1, p. 32-50, junho de 2014. Disponível em: <<http://www.aunirede.org.br/revista/index.php/emrede/article/view/10/31>>. Acesso em 15 set 2016.

[1] MOTTA, Luiz Gonzaga. Narrativas de Identidade. Palestra proferida no dia 08 de abril de 2016, na Universidade Federal do Tocantins.

[2] Tradução nossa

[3] Informações obtidas em: <<http://www.editorsweblog.org/2010/01/14/lequipe-case-study>> Acesso em 12 de setembro de 2016.

[4] Informações obtidas em: <<https://techcrunch.com/2014/06/23/sports-illustrated-redesign/>>. Acesso em 12 de setembro de 2016.

[5] Publicada em 21/06/2016 e disponível em: <<http://www.lequipe.fr/Basket/Actualites/Les-larmes-de-lebron-james-nouveau-meme-a-la-mode/697498>>.

[6] Disponível em: <<http://www.si.com/edge/2015/06/03/training-with-nigel-sylvester-bmx?xid=IFT-Trending>>

[7] Disponível em: <<http://blogs.lance.com.br/maurobeting/2011/02/25/copa-uniao-1987-e-clubes-dos-13-a-linha-do-tempo-e-do-dinheiro/>>

[8] Disponível em: <<http://www.lance.com.br/listas/veja-jogadores-que-nao-fizeram-sete-jogos-podem-jogar-seu-time.html>>

[9] Disponível em: <<http://www.lequipe.fr/Football/Actualites/5-choses-a-savoir-sur-la-5e-journee-de-bundesliga/730311>>