UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Análise do uso do Twitter no Jornalismo Esportivo

Juiz de Fora
Novembro de 2011

Rachel Morandi de Castro Santos

Análise do uso do Twitter no Jornalismo Esportivo

Trabalho de Conclusão de Curso
Apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Juiz de Fora
Novembro de 2011

Rachel Morandi

Análise do uso do Twitter no Jornalismo Esportivo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado
em 06/12/2011 pela banca composta pelos seguintes membros:

_____
Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (UFJF) – Orientador

_____
Prof. Ms. Ricardo Bedendo (UFJF) - Convidado

_____
Prof. Ms. Álvaro Trigueiro Americano (UFJF) - Convidado

Conceito Obtido _____

Juiz de Fora
Novembro de 2011

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meus pais, Cláudia e Guilherme, por todo o apoio, compreensão, amor, carinho, conselhos e sabedoria que sempre me deram. Vocês são a minha base, pra sempre. Amo vocês demais.

Todos os meus professores durante a faculdade foram imprescindíveis para meu aprendizado profissional e pessoal, não posso deixar de agradecê-los. Em especial ao meu orientador Márcio Guerra, com quem aprendi muito. Ser sua orientanda é um prazer. Obrigada pela compreensão, pela força, pelo carinho e por me ensinar sempre.

Todos os meus amigos que sempre estiveram do meu lado foram importantes. Em especial a Ju, que sempre me pude contar para me apoiar, me dar conselhos e brigar comigo quando necessário. A Louci, por ter sido meu porto seguro durante toda a faculdade, sempre me ajudando, aconselhando e lendo todas as linhas que eu escrevi durante esses quatro anos e meio. A Alice, pela amizade, força, apoio, conselhos, dicas e ajuda de sempre. Não posso deixar de citar o Felps, uma das pessoas mais sensacionais que a faculdade me permitiu conhecer. Fazer essa monografia não teria a mesma graça sem sua janelinha no Facebook ou Msn para dividir as inseguranças de “está ficando muito ruim” e depois as comemorações, “o Márcio disse que está bom”. Não posso me esquecer dos queridos Anselmo e Naila. Obrigada a todos vocês!

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar as diversas formas como o Twitter tem sido utilizado no Jornalismo Esportivo. Para tal, foi feito um histórico do Jornalismo Esportivo no Brasil, assim como da Internet e do Jornalismo Online. Os conceitos de redes sociais, blogs e microblogs foram explicados. As características do Twitter foram expostas e, a partir de então, uma análise das diversas maneiras como o Twitter tem sido utilizado no Jornalismo esportivo foi feita. Além disso, entrevistas com jornalistas esportivos foram realizadas para ajudar na compreensão de como estes profissionais usam o Twitter e como os mesmos vêem a utilidade dessa ferramenta para o jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo esportivo; Internet; Twitter.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO ---------- 7

2 JORNALISMO ESPORTIVO E FUTEBOL ---------- 9

3 JORNALISMO E INTERNET---------- 26

3.1 JORNALISMO ONLINE: DA DIGITALIZAÇÃO DE JORNAIS IMPRESSOS A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES EM TEMPO REAL--------- 26

3.2 WEB 2.0 E CONVERGÊNCIA ---------- 28

3.3 REDES SOCIAIS---------- 30

3.4 BLOGS E MICROBLOGS ---------- 32

4 TWITTER ---------- 36

4.1 TWITTER COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO ---------- 40

4.2 TWITTER COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO DA PRIMEIRA INFORMAÇÃO OU COBERTURA EM TEMPO REAL ---------- 43

4.3 TWITTER COMO FERRAMENTA DE EXPOSIÇÃO DE IDEIAS, ANÁLISES RÁPIDASE INFORMAÇÕES PESSOAS ---------- 46

4.4 TWITTER COMO FERRAMENTA DE INTERAÇÃO E REVERBERAÇÃO 47

4.5 TWITTER COMO FONTE ---------- 50

5 A VISÃO DO JORNALISTA ---------- 53

6 CONCLUSÃO ---------- 61

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ---------- 64

APÊNDICE ---------- 67

1 INTRODUÇÃO

Hoje, um jovem torcedor pode acompanhar tudo sobre seu time do coração indo aos estádios, assistindo transmissões esportivas e programas de TV, lendo jornais e revistas, acessando *sites*, seguindo o perfil do clube e dos jogadores no *Twitter* e curtindo a página no *Facebook*. Ou seja, existe uma vasta gama de veículos com imensa quantidade de informações. Para esse torcedor, a ideia de que, um dia, o futebol não teve espaço na mídia e não fazia parte do cotidiano dos brasileiros parece um absurdo, algo irreal.

Se no início Charles Miller e sua "turma" lutaram para conseguir chamar a atenção dos jornais da época para o futebol, hoje não se imagina o Brasil sem sua maior paixão. A imagem do país é intimamente ligada a belos gols, entortadas, dribles, lances épicos e ao Rei do Futebol, Pelé. Em qualquer lugar do planeta ao citar a palavra "Brasil" automaticamente faz-se a alusão ao futebol. Se nós não criamos esse esporte, nós transformamos a prática dele em algo poético e apaixonante.

A imprensa brasileira demorou, mas quando "descobriu" o futebol se tornou uma parcela importante para torná-lo a maior paixão nacional. O rádio, no Brasil, cresceu "de mãos dadas" com o futebol. A TV, primeiro em preto e branco e depois em cores, levou até as casas dos brasileiros as imagens de sua maior paixão. Locutores, narradores e cronistas encantaram a população com profissionalismo aliado a emoção e poesia. O segundo capítulo mostra esse percurso histórico do Jornalismo Esportivo.

Em 1995, a Internet chegava ao Brasil para diminuir quaisquer barreiras físicas que poderiam separar o torcedor de sua maior paixão e impedi-lo de consumir notícias, opiniões e informações 24 horas por dia. Hoje com *notebooks*, s*martphones* e *tablets*, pode-se acompanhar tudo o que envolve o esporte, em tempo real e em praticamente qualquer lugar do

mundo. Como a Internet entrou no Jornalismo Esportivo, as fases e as características da *Web 2.0,* que permitem hoje a convergência e a interação estão presentes no capítulo três.

No meio do trânsito, um brasileiro pode acessar o *Twitter* e ler um *tweet* do capitão do seu time dizendo que a fisioterapia acabou e ele está indo, naquele exato momento, fazer seu primeiro treino com bola. E não apenas ler: o torcedor tem a possibilidade de enviar a seu ídolo uma mensagem de apoio, como: "força capitão, estamos com você", de maneira, rápida, fácil e instantânea. A Internet, principalmente depois da *Web 2.0,* faz com que a informação chegue a qualquer lugar do mundo em instantes. E além de consumir informação, o internauta participa e contribui. O *Twitter* é hoje uma das principais formas e exemplos da falta de barreiras que separam quem escreve a notícia de quem a consome, e também do protagonista da notícia do público em geral. Essa nova ferramenta - uma mistura de rede social e microblog - surgiu há apenas cinco anos e já "invadiu" as redações. As maneiras como o *Twitter* pode ser utilizado no Jornalismo Esportivo são explicadas e analisadas no quarto capítulo deste trabalho.

Para procurar entender melhor como o *Twitter* faz parte do dia-a-dia dos profissionais da notícia, foram feitas entrevistas com alguns deles, a fim de analisar como os jornalistas esportivos enxergam o que o *Twitter* representa, suas vantagens e desvantagens para o fazer jornalístico.

A ideia de estudar a ligação entre essa rede social e o Jornalismo Esportivo surgiu da observação da versatilidade e velocidade do *Twitter* e como essas características encaixaram com a incessante busca por novas informações, opiniões e divulgação de notícias de forma rápida do Jornalismo Esportivo. Assim, o objetivo do trabalho foi estudar em que momento, como e por que este "casamento" aconteceu.

2 JORNALISMO ESPORTIVO E FUTEBOL

Charles Miller é considerado o pai do futebol brasileiro. O paulista passou 10 anos estudando na Inglaterra, onde conheceu o futebol. André Ribeiro (2007) conta que Miller desembarcou no Brasil em novembro de 1894, trazendo consigo duas bolas, uma "bomba" e um livro de regras para continuar a praticar o esporte. Porém, o cenário encontrado no país naquela época era muito diferente do da Inglaterra. O futebol era pouco praticado, não havia jogo oficial, nem notícias sobre o esporte em jornais, apenas sobre críquete, turfe, remo e ciclismo.

Disposto a mudar esse quadro, Charles Miller procurou chamar a atenção dos jornalistas, organizando treinos entre funcionários de empresas. Dessa forma, o jornalista Celso de Araújo, importante cronista da cidade, 'descobriu' o futebol e escreveu a um jornalista do Rio de Janeiro, Alcino Guanabara, sobre o esporte:

> Lá pelos lados da Luz, de Bom Retiro, um grupo de britânicos, maníacos como eles só, punham-se, de vez em quando, mais propriamente aos sábados, dia de descanso laboral, a dar pontapés numa coisa parecida com a bexiga de boi, dando-lhe grande satisfação e pesar, quando essa espécie de bexiga amarelada entrava num retângulo formados por paus." (RIBEIRO.A, 2007, p.20)

O primeiro jogo oficial veio cinco meses após Charles Miller desembarcar no Brasil. O fato de não haver jornalistas no local pouco importava. A nova moda entre os jovens ricos da sociedade de São Paulo era o futebol.

Em 1900, seis anos após Charles Miller voltar ao Brasil, a cidade de São Paulo possuía cinco equipes de futebol: São Paulo Athletic Club (no qual Miller era capitão), Paulistano, Germânia, Internacional e Mackenzie.

Em sua busca por organizar e divulgar o futebol, Miller encontrou outros apaixonados e praticantes do esporte dispostos a ajudá-lo. Eram eles: o jornalista de 18 anos

da *Folha de São Paulo* e fundador do clube Paulistano, Mário Cadim; Antonio Casemiro Costa, o "Costinha", associado do Internacional e que possuía intenção de criar uma Liga; o filho do Prefeito da cidade, Antonio Prado Júnior; René Vanorden, um dos diretores do Colégio Mackenzie; Hans Nobiling, imigrante alemão e um dos fundadores do Germânia, assim como Arthur Revache.

O objetivo do grupo formado por Miller não era difundir o futebol em toda cidade. Apesar de que naquela época, novos clubes e praticantes do futebol surgirem a todo instante nas periferias. André Ribeiro (2007) relata que a ideia era o futebol como um negócio, com cobrança de ingressos para o público, para que o esporte se fechasse na elite paulista. O grupo possuía as regras, a fábrica de bolas e o espaço para praticar. Só precisavam planejar como chamar a atenção dos jornais.

Com esse objetivo em mente, o grupo de Charles Miller, através de Costinha, entrou em contato com Oscar Cox, do Rio de Janeiro. Na capital do país, o cenário do futebol era ainda pior que em São Paulo. A cidade possuía dois times, o Paysandu Cricket Club e o Rio Cricket Atlhetic Association. O esporte também não possuía espaço na imprensa local, mas, quando as duas equipes se enfrentaram uma nota saiu no *Correio da Manhã*.

Em outubro de 1901, um jogo inter estadual, entre Paulistas x Cariocas aconteceu em São Paulo. Dessa forma, o futebol conseguiu espaço na imprensa de São Paulo e Rio de Janeiro.

> O sucesso do primeiro encontro entre cariocas e paulistas e a repercussão nos principais jornais das duas cidades acelerou o processo de criação da primeira Liga de Futebol de São Paulo. E assim o ano de 1902 tornou-se um marco na imprensa esportiva. A partir desse momento, o futebol virou notícia importante nas páginas dos principais jornais, pelo menos em São Paulo. (RIBEIRO.A, 2007, p. 25)

Desde a organização à cobertura dos jogos, tudo era novo. O grupo de Miller percebeu que cobrar por ingressos alcançou o objetivo de que apenas "nobres senhoras e senhores trajando finos toaletes importados de Paris e elegantes chapéus de coco e palheta"

freqüentassem as partidas. Mas, a cobertura feita pela imprensa, exceto a realizada por Mário Cardim, mostrava a falta de proximidade com o linguajar do novo esporte.

> "No prado do Velódromo competiram, ontem, dois puro-sangues: Paulistano e Mackenzie. Ambos galoparam bem, demonstrando estar nas pontas dos cascos. Chegaram juntos, porque cada um deles fez o focinho, a bola, entrar uma vez no disco com rede. Não foi fornecido o resultado do rateio[..]" (RIBEIRO.A, 2007, p.26)

Mesmo assim, na medida em que ia se desenvolvendo e novos jornais e revistas eram criados, notícias sobre o futebol iam ganhando cada vez mais espaço. Contudo, o enfoque das matérias não era o jogo em si, mas a presença de famílias nobres, discussões sobre "o antagonismo entre as equipes, o pobre e o rico, o colonizador e o colonizado" (RIBEIRO.A, 2007, p.27)

A primeira reportagem descritiva sobre um jogo de futebol foi sobre a final do campeonato paulista. Escrita por Mario Cardim, a matéria era, como tantas outras, parcial. Assim nascia a crônica esportiva. As matérias sobre futebol que saiam nos jornais de Rio e São Paulo eram, em sua maioria, redigidas dentro das redações, através de informações, ofícios e notas enviados por sócios.

Atento ao crescimento da prática do futebol pelas ruas e a desinformação sobre o esporte, Mário Cardim lançou um guia detalhado sobre tudo que era necessário saber sobre o futebol. Com detalhes técnicos, como tamanho e marcações do campo; descrição das principais jogadas do esporte; apresentação dos times de Rio e São Paulo; tabela do Campeonato Paulista e informações sobre serviços importantes relacionados ao futebol, o guia foi um sucesso de vendas e seria usado como uma espécie de manual por repórteres.

Em 1906 foi criada a Liga Metropolitana, que seria a incumbida de organizar o primeiro Campeonato Carioca de Futebol. A Liga contava com seis clubes: Fluminense, Botafogo, Paysandu, Rio Cricket, Bangu e Atletic.

Com a criação da Liga Metropolitana e vendo a popularidade alcançada pelo futebol, o jornal carioca *A Gazeta de Notícias*, decidiu criar uma seção diária fixa, chamada *A Gazeta dos Sports*. *O Paiz* também criou uma seção específica para relatar notícias dos clubes e associações que iam sendo criados nos subúrbios cariocas. Surgiram publicações específicas, como o *Brasil Sport* e a *Revista Sportiva*, nesta mesma época.

> Com jornais específicos, começaram a surgir notícias dos bastidores, envolvendo as vidas dos protagonistas do espetáculo. Jogadores tratados com ídolos de suas torcidas passaram a ter suas vidas investigadas. (RIBEIRO.A, 2007, p.35)

Em 1914, a visita de uma equipe inglesa, o Exeter City, ao país iniciou a rivalidade intra e extra campo entre paulistas e cariocas. Os ingleses só iriam ao Rio de Janeiro, mas os times paulistas também queriam participar. Assim, cariocas e paulistas enfrentaram juntos, o Exeter City. A Copa Roca da Argentina, agravou a rivalidade, com os jornais sendo parciais e defendendo a inclusão de seus próprios jogadores na equipe que disputaria a competição.

Organizações políticas começavam a ser criadas. Em 1916 surgiu a antes Confederação Brasileira de Desportos (CBD), atual Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Um ano depois, em São Paulo, foi fundada a Associação dos Cronistas Esportivos.

No momento em que a discussão da inclusão ou não do negro no futebol era presente nos jornais da época, um filho de alemão com uma mulata brasileira viria para romper com o preconceito racial: Arthur Friedenreich se tornou ídolo, ao marcar o gol que deu o Campeonato Sul Americano ao Brasil.

A competição continental provou que poderia impulsionar a venda de jornais, fazendo com que aumentasse ainda mais o espaço destinado ao esporte nas publicações e diminuísse o dos antes populares remo e turfe. Uma foto dos pés de Friedenreich foi capa do jornal carioca *A noite*.

A popularização do esporte, a elevação das vendas e o surgimento de novos jornais e revistas fizeram com que a cobertura esportiva do futebol se tornasse mais profissional. Algumas das mudanças foram que os jornalistas passaram a possuir locais reservados nos estádios para suas coberturas e a publicação de um dicionário com os termos aportuguesados mais comuns do futebol, feita pela Associação dos Cronistas Esportivos. A presença de estatísticas nas notícias sobre futebol também começou a ser notada.

Mas a verdadeira revolução na linguagem das crônicas esportivas na época foi feita por Mário Rodrigues Filho. Mário Filho, que hoje dá nome a um dos mais importantes cenários do futebol mundial, o Estádio Maracanã, passou a comandar a parte dedicada a esportes do jornal *A manhã* em 1928. A revolução feita por Mário foi na maneira de retratar o futebol, utilizando uma linguagem mais popular, como a presente nos estádios e em rodas de discussão. O resultado foi uma clara aproximação das narrativas com o público.

> A opção de Mário Filho por escrever de forma dramática situações que poderiam parecer corriqueiras aproximou definitivamente o torcedor do jogador e da vida do clube. (RIBEIRO.A, 2007, p. 74)

André Ribeiro (2007) conta que quando Nicolau Tuma, da Rádio Educadora Paulista, foi transmitir na íntegra, pela primeira vez na história do rádio, uma partida de futebol, ele não sabia que tal fato iria revolucionar tanto o novo veículo quanto a importância do futebol na sociedade brasileira.

Tuma tinha o desafio de criar na mente dos ouvintes o cenário de tudo o que acontecia no jogo entre São Paulo e Paraná, pelo oitavo Campeonato Brasileiro de seleções, em 1931. Como relatou: “eu precisava dar a impressão ao indivíduo que estivesse ouvindo com os fones do rádio galena, que ele estaria apreciando e vendo quase, e completando com a sua imaginação a minha descrição” (GUERRA, 2002, p.16).

Nicolau ficou conhecido como *speaker metralhadora*, pois falava muito e muito rápido, para que o ouvinte não se incomodasse com o silêncio e mudasse de estação. O *speaker metralhadora* não tinha a ajuda de repórteres ou comentaristas e, na época, para

complicar ainda mais, os jogadores não vestiam camisas numeradas. A partida terminou 6x4 para os paulistas.

> O grito de gol era sem muita emoção, mas durante o tempo restante do jogo Tuma teve de se virar no improviso, falando do clima, das arquibancadas, da lotação do campo, dos torcedores. (RIBEIRO.A, 2007, p.76)

Dois anos depois, Nicolau Tuma estava trabalhando na Rádio Record, que havia sido comprada por Paulo Machado de Carvalho. De acordo com André Ribeiro (2007), na emissora, que se tornou líder de audiência, o futebol tinha espaço fixo. Nas tardes de domingo, um locutor lia boletins enviados por telefone por repórteres presentes nos estádios e, durante a semana, um programa diário mantinha os ouvintes atualizados dos acontecimentos do esporte.

Após o fim da Revolução Constitucionalista, responsável por fechar várias redações de jornais, seleções do Rio de Janeiro e de São Paulo se enfrentaram em amistosos. O jogo no Rio de Janeiro foi transmitido pela Rádio Clube do Brasil, com narração de Amador Santos, e retransmitido pela Rádio Record, em São Paulo. O jogo de volta, em território paulista, foi transmitido pela Rádio Record, com Nicolau Tuma como narrador. As irradiações foram marcadas pela parcialidade dos radialistas, cada qual exaltando a seleção de seu estado, principalmente Amador Santos.

Assis Chateaubriand era um grande empresário no ramo de comunicações. Em 1932, vendo o avanço do rádio e conversando com Paulo Machado, fez uma análise que pode ser considerada quase como uma previsão do futuro.

> “Olha, Paulo, isso que a gente está vendo aqui é o início de uma grande transformação que vai acontecer no mundo inteiro. Na minha opinião, no futuro, estas coisas vão progredir de tal maneira que vão surgir aparelhos de rádio pequeníssimos, como uma caixa de fósforos. As pessoas vão andar na rua com rádios junto aos ouvidos, ouvindo as notícias. Vamos chegar ao rádio de lapela. Os jornais impressos estarão sempre atrasados.” (RIBEIRO.A, 2007, p. 78)

Em 1933 o futebol passou do amadorismo para a profissionalização. A imprensa esportiva também precisava evoluir. André Ribeiro relata que a relação entre o jornalista com os clubes e os jogadores era de amizade. E para essa nova profissão que estava nascendo, de jornalista esportivo, essa ligação não poderia existir.

> O jornalista esportivo passara a fazer parte do dia-a-dia das redações dos principais jornais do Brasil. Sua presença era ainda mais fundamental no momento em que a presença de jogadores famosos nas redações virava rotina. (RIBEIRO.A, 2007, p.85)

O sucesso das rádios fez com que outras emissoras entrassem no mercado. Mesmo com maior concorrência, foi a Record quem inovou, colocando um comentarista nas transmissões das partidas. Guerra (2002) diz que antes, eram colocadas músicas nos intervalos das partidas. Na época, de acordo com André Ribeiro (2007) a função de comentarista era desempenhada por um jornalista da mídia impressa, que fazia um resumo da partida com o placar e autores dos gols e dando dados estatísticos.

A liberação da publicidade no rádio em 1932 deu início a exploração comercial do futebol nas rádios. Com os radialistas produzindo *jingles* criativos, o investimento da publicidade nas transmissões esportivas radiofônicas dava um grande retorno aos empresários, que passavam a investir ainda mais neste mercado.

A crescente popularização do rádio e a publicidade que as transmissões começavam a atrair fizeram com que os dirigentes e federações proibissem as transmissões dos jogos. “alegando que o rádio estava “roubando” o público dos estádios, quando na verdade o que queriam era encontrar uma maneira de também faturar” (Ribeiro.A, 2007, p.85). A forma encontrada foi vender a transmissão das partidas a apenas uma rádio. As demais emissoras não se intimidaram: transmitiam boletins sobre as partidas utilizando casas de vizinhos dos estádios, escadas e postes, pois não podiam entrar nos estádios.

As duas Copas do Mundo já disputadas pelo Brasil na época tinham sido um fracasso, cuja culpa estava na falta de união política entre os dirigentes esportivos brasileiros.

Com a unificação da política, sem divisão de ligas, sob o comando da Federação Brasileira de Futebol (FBF), a Copa do Mundo na França, em 1938, criava a esperança no país de que seria diferente.

André Ribeiro (2007) conta que a euforia e o ufanismo tomaram conta de redações e emissoras. A imprensa esportiva brasileira participava, pela primeira vez, da cobertura de um grande evento, como a Copa do Mundo. Encartes sobre o evento foram lançados em jornais, revistas esportivas surgiram e até um concurso promocional foi criado por um jornal.

Da mesma maneira que já acontecia com os campeonatos dentro do Brasil, as transmissões radiofônicas da Copa do Mundo de 1938 foram vendidas. Assim, o único narrador sul americano na França seria Gagliano Neto.

Com altos falantes instalados nas praças das cidades, o país parou para ouvir Gagliano, “com seu estilo sóbrio, sem floreio, era capaz de improvisar por horas a fio” (Ribeiro.A, 2007, p.99)

A euforia, o ufanismo e nacionalismo da população e da imprensa esportiva não foram em vão. Com o terceiro lugar na Copa do Mundo da França, os jogadores brasileiros voltaram ao país como heróis, em especial Leônidas da Silva, o Diamante Negro. André Ribeiro (2007) diz que a maior e mais polêmica cobertura esportiva já realizada pela imprensa brasileira fez com que empresários de comunicações, impulsionados pelo futebol, investissem ainda mais. Com novos jornais, revistas e emissoras de rádio.

A primeira rádio totalmente esportiva foi a Rádio Panamericana, do empresário Paulo Machado de Carvalho.

> Pela primeira vez na história do rádio esportivo brasileiro formava-se uma equipe, ou melhor, um time de craques responsáveis por segurar um dia inteiro, sete dias por semana, um ano de programação esportiva. (RIBEIRO.A, 2007, p.113)

Mas as inovações da Panamericana não pararam por aí. Um comentarista de arbitragem foi introduzido nas transmissões. E além de futebol, a emissora narrava lutas de boxe, jogos de basquete e golfe.

Além disso, na figura do narrador Pedro Luiz, a Rádio Panamericana instalou o espírito de equipe nas transmissões esportivas. Além do comentarista de arbitragem, a equipe de transmissão possuía um repórter de campo, um narrador para antes da partida e outro para durante, o comentarista e um plantão esportivo. Como explicou André Ribeiro (2007), "a programação da Radio Panamericana serviu de modelo para muitos programas esportivos que surgiram anos mais tarde".

A década de 1940 foi de evolução nas transmissões esportivas. O repórter de campo começou com a função de apenas ser uma espécie de locutor que contava o que acontecia quando a bola saia do campo de jogo. Porém, aos poucos foi ganhando importância e assumiu o cargo de entrevistar os jogadores após as partidas.

Outra mudança foi no estilo do grito de gol. Antes curto, o grito de gol passou a ser narrado de forma longa e mais emocionante por Rebelo Júnior, em meados da década de 1940.

> A partir daquele momento, o instante de maior emoção do futebol passou a ser narrado de forma longa: "goooool!". A nova forma, emocionante, ganhou tanta fama entre os torcedores que até apelido o narrador ganhou. Rebelo Júnior passou a ser conhecido como "o homem do gol inconfundível". (RIBEIRO.A, 2007, p.116)

Reclamações quanto a erros de arbitragem fizeram com que a Rádio Bandeirantes, de São Paulo, colocasse um repórter na linha de impedimento para observar a infração.

A Copa de 1950 seria realizada no país e, mesmo antes de acontecer, o evento já influenciava a imprensa. Andre Ribeiro (2007) relatou que, pela primeira vez na história, um repórter brasileiro foi a Europa cobrir a preparação dos adversários do Brasil no Mundial.

Mais uma vez, o ufanismo tomou conta do noticiário nas rádios e jornais que realizavam a cobertura da Copa. Jornais exaltavam o nacionalismo, rádios convidavam os torcedores para cantar o hino e filmes sobre os jogos eram exibidos nos cinemas.

A confiança na seleção para a final contra o Uruguai tomava conta do país e da imprensa. A população assediava os jogadores e o clima de oba-oba era intenso. Os jogadores do Uruguai se revoltaram com os jornais do dia da final, que já exibiam fotos da seleção brasileira com legendas “campeões do mundo”.

Neste clima de revolta, o Uruguai jogou diante de 200 mil pessoas no Maracanã. “Mas o que se viu em campo foi a garra e a revolta dos uruguaios sufocarem o grito antecipado de campeão. Quase mil jornalistas presenciaram a maior tragédia ocorrida no futebol brasileiro” (Ribeiro, A., 2007, p. 133). O Brasil perdeu por 2 a 1.

Os melhores repórteres, narradores e comentaristas da imprensa brasileira estavam lá cobrindo a derrota. A tristeza e a comoção tomaram conta tanto da imprensa, quanto dos torcedores, que revoltados, queimavam jornais.

Mas o ano de 1950 não foi só de dor para os brasileiros. Neste mesmo ano “nascia” a televisão brasileira, com a TV Tupi do empresário Assis Chateaubriand. Na emissora o esporte teve seu espaço desde o início, com o programa “Vídeo esportivo”. As primeiras imagens de um jogo de futebol transmitidas pela TV foram um mês depois, do jogo Palmeiras e São Paulo. Naquela época, eram cerca de 200 aparelhos de televisão no país, mas Assis Chateaubriand, firmando o visionário que era, já falava: “Um dia a televisão pagará o rombo dos jornais e das rádios”.

O fracasso da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1950 não parecia ter afetado a paixão do torcedor pelo futebol Ao contrário: a mídia esportiva não parava de evoluir e fazer com que aumentasse ainda mais o gosto e o envolvimento da população com esse esporte.

> O fenômeno televisão era apenas mais uma ferramenta para atrair mais e mais torcedores para as discussões em torno do futebol. Novos programas de rádio surgiam a cada ano, alguns deles falando exclusivamente de cada um dos principais clubes do Rio e de São Paulo; jornais se modernizavam, e até mesmo uma obra de referência foi publicada. (RIBEIRO,A, 2007, p.117)

Em São Paulo nascia a TV Paulista. Mesmo com precárias instalações e falta de estrutura, a nova emissora não podia deixar o futebol de lado, transmitindo jogos inteiros.

> "Eu tinha de fazer também a locução das partidas de futebol. Fazia a abertura do jogo com narração de estúdio, corria para o estádio do Pacaembu para transmitir a partida em externa, depois corria novamente para o estúdio para fazer a finalização e apresentação das próximas atrações. E tudo isso a pé... sorte que o estádio era perto" recorda Luiz Guimarães, um dos primeiros contratados da TV Paulista. (RIBEIRO,A, 2007, p.142)

Para concorrer com a TV Tupi, além de montar uma equipe forte a TV Paulista introduziu um repórter de campo nas transmissões esportivas. O primeiro a fazer esta função foi Silvio Luiz. O sucesso do repórter e seu poder de improvisação dada a precariedade dos equipamentos, o fez ser contratado para a mais nova emissora, a TV Record, do empresário Paulo Machado de Carvalho.

Se antes da Copa de 1950 o clima era de confiança, quatro anos depois, a situação era inversa. A derrota em casa para o Uruguai ainda repercutia entre imprensa e jogadores e a rivalidade entre paulistas e cariocas estava grande. Para piorar, o técnico da Seleção Brasileira, Zezé Moreira, era considerado retranqueiro e não tinha uma boa relação com a imprensa. Mesmo com a Copa do Mundo na Suíça já iniciada, a mídia não deixava de pressionar o treinador e ainda tentava o convencer a mudar o esquema tático da seleção brasileira. Em meio a esse clima de pressão e rivalidade, o Brasil foi eliminado pela seleção húngara.

A década de 1950 foi de muitas novidades na imprensa esportiva. No jornal *Última Hora* surgiu um "caderno especial que trazia as fotos dos gols registrados em seqüência, como se fosse um filme (Ribeiro,A., 2007, p.151).

A primeira agência de notícias esportivas também foi criada nesta época. A *Sport Pres*s surgiu para preencher uma lacuna: “não existia no país um serviço que concentrasse todas as informações sobre os diversos eventos que ocorriam no mundo dos esportes” (Ribeiro,A., 2007, p.152)

Além disso, o esporte foi motivo da criação de publicações e novas seções em revistas já consagradas. Foi criada a revista *Gazeta Esportiva Ilustrada e* a *Manchete Esportiva* – com abordagem dos assuntos do mundo do futebol, em especial a vida particular dos jogadores. A revista mais vendida do Brasil, O *Cruzeiro*, criou uma seção chamada *Ídolos do Futebol Brasileiro*. Outra publicação, que também surgiu essa época, foi a *Vida de Crack*, nela, “resgatava-se em cada edição a carreira de ídolos do futebol brasileiro, com fotos históricas de infância na terra natal, em casa ao lado de amigos famosos e anônimos, tomando sorvete, cercado de fãs, uma autêntica *Caras* do futebol” (Ribeiro,A., 2007, p.154). O sucesso da *Vida de Crack* levou a criação da revista *Rádio Ilustrado*¸ que contava os bastidores das estações de rádio.

Naquela época, os radialistas dividiam seu tempo entre emissores de rádio e de TV. Em 1955, surgia a TV Rio. A grade de programação contava com dois programas envolvidos com o esporte: *Salve o esporte*, apresentado por Luiz Mendes, e o programa de maior sucesso da nova emissora, *Noite de Gala*, que “mantinha um quadro de entrevistas com personagens do mundo esportivo” (Ribeiro,A., 2007, p.155).

A televisão começava a conquistar o público, mas o rádio ainda era o grande veículo de comunicação do Brasil.

Enquanto a TV Rio esbarrava na precariedade das instalações e equipamentos nas transmissões esportivas, a TV Tupi fez a primeira transmissão intermunicipal, do jogo entre Santos e Palmeiras. No ano seguinte, as emissoras TV Record e TV Rio responderam realizando a primeira transmissão interestadual, direto do calçadão da orla carioca.

De acordo com André Ribeiro (2007), foi na TV Record que nasceu o programa precursor das mesas de debates esportivos existentes hoje em dia, o *Mesa Redonda*.

Faltando um ano para a Copa do Mundo de 1958 na Suécia, a influência dos jornalistas na seleção brasileira era tão grande, que não só fez com que o técnico Flávio Costa saísse do comando da Seleção Brasileira, quanto fez com que o presidente da CBD, João Havelange, tentando evitar mais um vexame no Mundial, colocasse um empresário de comunicação no comando político da equipe nacional: Paulo Machado de Carvalho. Com total liberdade para organizar a Seleção Brasileira, Paulo convidou outros três jornalistas para criar o *Plano da Vitória*. O projeto incluía itens desde a escolha da comissão técnica, quanto as prioridades para a seleção dos jogadores que iriam vestir a camisa amarela. Paulo Machado conseguiu administrar a rivalidade entre cariocas e paulistas, um dos grandes empecilhos que rondavam a seleção até então.

As transmissões da Copa do Mundo da Suécia foram compradas pela TV Tupi. Enquanto na Europa os jogos já seriam transmitidos ao vivo, no Brasil, seriam exibidos com dois dias de atraso e editados com meia hora de duração.

Mas com 708 estações de rádio, oito emissoras de TV e 252 jornais diários (Ribeiro, 2007, p.165) não faltava espaço na imprensa brasileira para divulgação da Copa do Mundo.

O *Plano da Vitória* não só deu certo, com o Brasil campeão pela primeira vez da Copa do Mundo, como divulgou ao mundo o jogador que seria consagrado o Rei do Futebol: Pelé.

Com a conquista da Copa do Mundo grande nomes da literatura nacional se renderam a paixão dos brasileiros pelo futebol. Após a Copa, foi lançada a *Antologia da Copa do Mundo*, que contava com textos de Raquel de Queiroz, Manuel Bandeira, Ferreira Gullar, Marques Rebelo, Tristão de Athayde, Fernando Sabino, Rubem Braga, Carlos Drummond de

Andrade, Barbosa Lima Sobrinho e até o então presidente Juscelino Kubitschek. André Ribeiro (2007, p.167) explicou a importância da publicação:

> Somente assim foi possível conhecer, passadas tantas décadas, as reações que o futebol causava em personalidades da literatura brasileira, a maioria formadores de opinião. (RIBEIRO.A, 2007, p.167)

A conquista do Mundial, fez com que as emissores de TV decidissem transmitir jogos ao vivo. Contudo, encontraram a mesma resistência das rádios: de que as transmissões tirariam o público dos estádios. Após dois meses de discussões, as emissoras conseguiram autorização para exibir as partidas. O sucesso das exibições dos jogos pelas emissoras de TV levou ao aperfeiçoamento das transmissões, com equipamentos melhores e mais potentes e a inserção do comentarista de arbitragem.

A Copa do Mundo de 1962, no Chile, ainda não trazia aos brasileiros transmissões ao vivo pela televisão. Mas, já era possível ver as partidas inteiras, com dois dias de atraso. As rádios eram a única maneira de acompanhar os jogos ao vivo. Contudo, naquele ano, as emissoras de TV captaram mais verbas publicitárias do que rádios e jornais.

> Investir em novas idéias significava ampliar ainda mais o poderio da televisão diante do público consumidor do esporte, especialmente dos fanáticos torcedores de futebol. (RIBEIRO, A., 2007, p.190)

Um ano depois surgiu um programa que "iria inovar as discussões em torno da maior paixão do brasileiro" (Ribeiro.A, 2007, p.190), a *Grande Resenha Facit*, da TV Rio. O programa contava com uma seleção de grandes jornalistas da época, cada um representando uma paixão do torcedor carioca. André Ribeiro explica a importância do programa que estava surgindo:

> A mesa redonda transformou-se em programa obrigatório aos domingos para o torcedor carioca e terno modelo para gerações futuras. (RIBEIRO.A, 2007, p.191)

Seguindo a linha de um jornalismo esportivo mais investigativo, impulsionado pelo *Jornal da Tarde*, em meados da década de 1960, surgiu a primeira revista somente sobre

futebol. A *Placar* era “destinada a leitores interessados em reportagens mais elaboradas, inteligentes e escritas por feras do jornalismo esportivo” (Ribeiro.A, 2007, p.208).

A Copa do Mundo de 1970 foi a primeira em que foi possível aos brasileiros assistir aos jogos ao vivo e assim, a população pode assistir o Brasil ser tricampeão mundial. Foi também da década de 1970 que surgiu a primeira equipe de rádio esportiva só de mulheres. Foi na Rádio Mulher, de Roberto Montoro. “A proposta era inovadora, mas o preconceito por parte dos homens da imprensa era escancarado” (RIBEIRO.A, 2007, p.220). Porém, o preconceito fez com que, após cinco anos, as jornalistas saíssem do ar e abandonassem a imprensa esportiva.

A popularização da televisão foi aumentando na medida em que os aparelhos de TV se tornavam mais baratos, aumentando assim o acesso da população a essa mídia. E para que as grandes emissoras tivessem sucesso, o esporte, em destaque o futebol, deveria ocupar espaço na programação. Pensando nisso, a TV Bandeirantes dedicou quase 24 horas de sua programação para o esporte: estava criado o *Show do Esporte*. “Uma verdadeira maratona esportiva comandada por Luciano do Valle, que a partir daquele instante passou a ser, além de narrador, um grande incentivador de esportes como vôlei, basquete e atletismo. Com essa ampla cobertura, além do tradicional futebol, a TV Bandeirantes criou um novo *slogan*, passando a ser tratada com o “Canal do Esporte” (Ribeiro.A, 2007, p. 256).

Na década de 1990 chegaram ao Brasil os canais por assinatura. Assim, em 1991 nascia o SPORTV, o primeiro canal esportivo pago do país. Dois anos depois, o SPORTV passou a ter a concorrência do canal TVA Esporte (hoje ESPN). Ambos disputavam nos bastidores os direitos de transmissão dos eventos esportivos do país.

> Se em décadas passadas todos duvidavam que uma programação esportiva no rádio pudesse fazer sucesso, agora o Brasil passava a ter não um, mas dois canais específicos de esportes na TV a cabo, mais o conteúdo gerado pelas emissoras de canal aberto. (RIBEIRO.A, 2007, p.279)

Já na TV aberta, TV Globo e TV Bandeirantes disputavam a audiência dos brasileiros. Os investimentos eram altos, pelas disputas com exclusividades em transmissões de eventos esportivos e pelas constantes inovações apresentadas. Quem lucrava com a concorrência, eram os telespectadores e os clubes.

> Por isso, a cada dia a televisão, sempre considerada vilã para os dirigentes esportivos, passou a ser o principal instrumento de sobrevivência para os clubes brasileiros. O surgimento de canais por assinatura no Brasil e a disputa pelos direitos exclusivos de transmissão aumentavam ainda mais a receita que dirigentes esportivos poderiam embolsas sem fazer nenhuma força. (RIBEIRO.A, 2007, p.278)

A Copa do Mundo de 1994 foi o momento ideal para divulgar as evoluções tecnológicas que passariam a estar nas transmissões esportivas. A TV Globo inovou colocando quatro câmeras exclusivas. Além disso, passou a usar o *super slow motion* e também permitiu "aos comentaristas analisar jogadas a partir de desenhos feitos sobre uma imagem, através do recurso de *touch screem.*

> Investir em um evento de alcance mundial era quase uma obrigação, ainda mais com o número impressionante de telespectadores que passaram a acompanhar o maior evento do futebol mundial. Na Copa do Mundo de 1994, em todo o planeta, foram 31,7 bilhões de telespectadores, em 140 mil horas de transmissões. (RIBEIRO.A, 2007, p.279)

Em formato tablóide e com quarenta páginas totalmente coloridas chegava as bancas de Rio e São Paulo, em 1997, o jornal esportivo *Lance!* Também as vésperas da Copa do Mundo na França, uma mulher assumiu pela primeira vez a editoria de esportes. Isabel Tanese, no jornal *Estado de São Paulo.*

A Copa do Mundo de 1998 abriu as portas para a Internet na cobertura esportiva. Se o mundo já conhecia a ferramenta, no Brasil ela era novidade. Não só jornalistas faziam uso da Internet. Na concentração da Seleção Brasileira, a rede era utilizada por dirigentes e jogadores, que acessavam as publicações dos *sites* brasileiros e estabeleciam contato com as famílias através de *e-mails.*

Com a Internet começando a ser tornar febre, os meios de comunicação que não aderissem, criando uma página, ficavam a margem dessa nova tecnologia. Assim, revistas e jornais passaram a ter um *site*, onde a princípio, apenas eram reproduzidas as notícias que iriam para os jornais. Aos poucos, os *sites* passariam a ser os primeiros lugares onde novas informações seriam publicadas. Este novo veículo modificou a maneira como o público consome informações, assim como mudou o modo de fazer notícia.

3 JORNALISMO E INTERNET

A invenção do computador, em 1940, de acordo com Walter Lima Júnior (*apud* RESENDE, 2008, p.12), foi um marco da passagem da Sociedade Industrial para a Sociedade da Informação. Nessa nova realidade as informações desempenham papel fundamental enquanto produtoras de conhecimento. Lima Júnior afirma que ao transformar sinais analógicos em digitais, os computadores proporcionaram transformações econômicas e sociais em todos os setores da sociedade, alterando formas de trabalho e produção.

Hoje, os computadores estão presentes no cotidiano de grande parte da população mundial, seja para uso pessoal ou no trabalho. Segundo uma pesquisa divulgada[1] pela Fundação Getúlio Vargas em abril deste ano, existem 85 milhões de computadores em uso no Brasil, assim quatro a cada nove brasileiros tem um computador para uso doméstico ou corporativo.

A importância do computador na sociedade aumentou consideravelmente com a popularização da internet a partir de 1995. Assim, empresas de jornalismo impresso, rádio e TV começaram a marcar presença na rede através da criação de seus próprios *websites*.

3.1 Jornalismo online: da digitalização de jornais impressos a divulgação de informações em tempo real

Com o jornalismo online criou-se uma nova forma de abastecimento de notícias, no qual os fatos são publicados na medida em que acontecem e até mesmo enquanto estão

[1] Disponível em: http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2011-04-19/pesquisa-mostra-que-brasil-tem-85-milhoes-de-computadores-em-uso Acesso em 20 de outubro de 2011.

acontecendo. A informação chega com velocidade a qualquer internauta em qualquer lugar do mundo.

Mas no início do jornalismo online não era assim. Nos primeiros sites de notícias os conteúdos publicados eram, em sua maioria, reproduções de partes dos jornais impressos.

> Em vez de ver a *web* como um novo meio, com características próprias, as empresas tradicionais a encararam como uma nova ferramenta para distribuir conteúdos, originalmente produzidos em outros formatos. (ALVES, 2006, p.94)

A segunda evolução no jornalismo online consistiu no início da exploração das características oferecidas pela Internet. Ainda eram utilizadas as transposições de conteúdos publicados no jornalismo impresso, mas surgiam novas seções intituladas de "últimas notícias" ou "plantão", nos quais fatos que aconteciam no período entre edições eram publicadas, utilizando de forma limitada, recursos do hipertexto.

Contudo, a real evolução do jornalismo online para o que vemos hoje aconteceu com a criação de *sites* de notícias que não pertenciam a nenhum veículo de comunicação "tradicional" (jornal, rádio ou TV), feitos especificadamente para a web, e já utilizando os recursos que esse suporte de mídia oferece. "Só no final dos anos 90 os jornais criaram sites diferenciados, com equipes exclusivas e links para outros sites, áudio, vídeos, animações e outros elementos multimídia" (ADFGHIRNI, 2002, p.6).

O jornal esportivo *Lance!* criou sua versão online, o *Lance!Net*, em 1997. Outros sites específicos de esportes criados na época foram *o Sportsya* e o *Pelé.net.* Para Marcos Palacios (2003, *apud* RESENDE, 2008, p.43), seriam seis as características gerais do jornalismo online como vemos hoje: Multimidialidade/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Customização do Conteúdo/Personalização, Memória e Instantaneidade/Atualização Contínua.

A presença de computadores com acesso a internet nas redações modificou a maneira de difundir as notícias e proporcionou mais facilidades no fazer jornalismo. Com a

evolução da web e transferências de dados em alta velocidade, foi possível ao repórter fazer pesquisas, consultar bancos de dados, conseguir acesso facilitado às fontes (sem ser necessário o contato pessoal) e enviar matérias com vídeo, fotos e áudio aos veículos sem estar dentro da redação.

3.2 Web 2.0 e convergência

Para Alex Primo (2007, p.2) o conceito de *Web 2.0* pode ser entendido como a "segunda geração de serviços e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para interação entre os participantes do processo".

Este conceito explicado por Primo (2007, p.2) vai além de "uma combinação de técnicas de informática", se refere a um determinado período tecnológico no qual a *Web 2.0* tem "repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações", ou seja, por meio da *Web 2.0* é possível uma interação mediada pelo computador.

Como vimos, antes, "os *sites* eram trabalhados como unidade isolada", e nessa nova versão, tem-se uma "estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo". A *web 2.0* tem como foco a participação.

> A *web* representa uma mudança de paradigma comunicacional muito mais ampla que a adição de um sentido. Ela oferece um alcance global, rompendo barreiras de tempo e espaço como não tínhamos visto antes. A indexação do meio digital permite a acumulação de conteúdo, rompendo os paradigmas organizacionais que o jornalismo tinha criado. Além disso, a *web* oferece um grau de interatividade que também nos era desconhecido. Trata-se de um meio ativo, que requer constante interação com seus usuários, contrastando com a relativa passividade que marca a relação do telespectador, ouvinte ou leitor com os meios tradicionais. (ALVES, 2006, p.95)

As características da internet possibilitaram a alteração na relação entre usuários (receptores) e o conteúdo noticioso, uma vez que o meio citado permite a todos serem produtores de conteúdo. Jenkins (2008, p.30) afirma que "em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras". Machado (2003, p.14) complementa dizendo que "através da produção de conteúdos no ciberespaço, o jornalista assume cada vez mais o papel de fonte, pois o material produzido por ele serve como pauta e como fonte de informações para seus próprios colegas de profissão."

Com a *Web 2.0* a Internet transformou-se em um importante espaço de conversação (PRIMO E SMANIOTTO, 2006 *apud* Primo, 2008, p.3). Com isso e o fato de essa nova mídia ter facilitado o acesso a uma imensurável quantidade de informação, a *Web* permite ao usuário acesso a uma rede de informações de um assunto específico.

A *Web 2.0* e popularização da Internet também tornaram fácil a produção de conteúdo pelos próprios usuários. Assim, além de receptor, o usuário é também produtor de conteúdo.

> Atualmente, qualquer pessoa que use um computador conectado à web pode publicar os mais variados tipos de informação, utilizando, para isso, diversos formatos, tais como textos, imagens, áudio ou vídeo. A participação do público no jornalismo disponível na internet é cada vez maior, tanto por meio da colaboração em sites especializados como através da produção de conteúdos próprios. (RESENDE, 2008. p.45)

Côrrea e Lima (2009, p.4) afirmam que, na *web 2.0*, "a informação e conversação independem das fontes formais, permitindo alto grau de envolvimento e personalização por parte dos usuários e uma articulação coletiva baseadas na concentração, no mesmo ambiente digital, de ferramentas de produção de conteúdo e de participação e diálogo". Dessa forma, os grandes veículos perderiam força se não assumissem novas posturas.

3.3 Redes sociais

Hoje em dia, no Brasil, quase metade da população tem acesso a internet. De acordo com uma pesquisa divulgada pela Fecomércio-RJ com parceria com Ipsos[2], o percentual de brasileiros conectados à internet aumentou de 27% para 48%, entre 2007 e 2011. Já a pesquisa do Ibope[3] com Nielsen afirma que o total de brasileiros com acesso em qualquer ambiente (domicílios, trabalho, escolas, *lan houses* ou outros locais) atingiu 77,8 milhões de pessoas no segundo trimestre de 2011. Esse número é 5,5% superior ao do segundo trimestre de 2010 e 20% maior que o do segundo trimestre de 2009.

Além do acesso[4], houve aumento na freqüência de uso, com 47% dos internautas brasileiros afirmando usar internet todos os dias. Os sites mais acessados são de redes sociais, com 61%.

> A revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Essa sociedade é caracterizada [...] por uma cultura de virtualidade real construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. [...] Essa nova forma de organização social, dentro de sua globalidade que penetra em todos os níveis da sociedade, está sendo difundida em todo o mundo." (CASTELLS, 2008, p. 17 *apud* BARROS *et al.* 2010, p.2)

Como explica Barros *et al (*2010), uma rede social "nada mais é que uma rede de amigos e\ou conhecidos, implicando então em dizer que o homem vive em redes sociais desde se entende como um ser social." De acordo com Raquel Recuero (2006), uma rede social é

---

[2] Disponível em: http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php Acesso em 12 de novembro de 2011.

[3] Disponivel em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE+Nielsen+Online&docid=969B6F463EE402398325793A00487B6A Acesso em 12 de novembro de 2011.

[4] Disponível em: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/11/quase-metade-dos-brasileiros-acessa-internet-diz-pesquisa.html Acesso em: 12 de novembro de 2011.

formada por dois elementos: os atores (pessoas, instituições ou grupos que formam os nós da rede) e suas conexões (as relações que se estabelecem entre os indivíduos).

As redes sociais na internet permitem ao usuário interagir com outros sem barreiras geográficas. Assim, pessoas com gostos e interesses em comum encontram facilidade de se conectar. De acordo com Raquel Recuero (2009) uma das mudanças mais significativas das redes sociais "é a possibilidade de expressão e sociobilização através de ferramentas de comunicação mediada pelo computador".

Dessa forma, as redes sociais são um meio em que é permitido aos jornalistas entrar em contato com o público em geral e com outros jornalistas. De acordo com Raquel Recuero (2009), dentre as características das redes sociais, podemos citar a persistência, a capacidade de busca, a replicabilidade e audiências invisíveis.

A persistência se refere ao fato de que este meio, as redes sociais, armazenam tudo aquilo que foi dito na internet.

A capacidade de busca é a ferramenta disponível nas redes sociais que permite fazer pesquisas dentro da rede, assim como encontrar usuários.

A replicabilidade é a capacidade de tudo que for publicado tem de ser replicado por qualquer usuário a qualquer momento. Assim, essas informações são difíceis de ter sua autoria determinada.

As audiências invisíveis significam que uma parte dos usuários acompanha o que acontece nas redes sociais sem interagir com usuários.

> São essas características que fazem com que as redes sociais que vão emergir nesses espaços sejam tão importantes. São essas redes que vão selecionar e repassar as informações que são relevantes para seus grupos sociais. (RECUERO, 2009)

A possibilidade de interação sem ter contato face a face permite que os usuários busquem se conectar com outros com os mesmos interesses. Assim, a possibilidade de interagir com um jornalista esportivo, para um usuário fã de esportes, é vista como uma

maneira de ter informações de um profissional em que ele já confia, ou seja, que possui credibilidade. Raquel Recuero (2009) explica a credibilidade na rede:

> No ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. Essas palavras, construídas como expressões de alguém, legitimadas por grupos sociais, constroem as percepções que os indivíduos têm dos atores sociais. É preciso, assim, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço. Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada.

Este usuário que já é uma figura pública é portador de capital social: o que é publicado por ele tem relevância na comunidade virtual (Recuero, 2009).

> A grande diferença entre sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediada pelo computador é o modo como os primeiros permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço offline. (RECUERO, 2009, p.121)

De acordo com Raquel Recuero, os blogs, e microblogs, como o *Twitter*, são exemplos, pois "possuem mecanismos de individualização (personalização, construção do eu, etc); mostram as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas".

3.4 Blogs e microblogs

Os blogs fazem parte da nova realidade proporcionada pela *web 2.0.* Na literatura podemos encontrar diferentes definições para blog, podendo este ser uma ferramenta ou um formato. Autores como Blood; Walker; Hering *et al* consideram blog como uma formato: página com atualizações freqüentes em ordem cronológica inversa, sem a necessidade de uma ferramenta específica para publicação (ZAGO, 2008, p.2-3). Dessa forma, os primeiros *sites* podem assim serem considerados blogs.

Para autores como Komesu (2004), só são blogs aqueles criados em ferramentas de publicação como *Blogger e Wordpress*, independentemente do formato. Assim, os blogs só teriam surgido em 1999 (ZAGO, 2008).

Porém, a popularização dos blogs em todo o mundo só aconteceu depois do surgimento de ferramentas que permitiam a criação e manutenção do blog (Blood, 2003, p.61 *apud* ZAGO, 2008) mesmo que o usuário não tivesse conhecimentos de programação.

> Até o surgimento das ferramentas de publicação de blogs, a idéia de que qualquer um poderia publicar na Web era restrita àquelas pessoas que soubessem programação em *html*. Com o surgimento de ferramentas como o *Pyra* e o *Blogger*, a publicação de idéias se disseminou na Internet, e qualquer um com acesso a um computador pôde ter a oportunidade de compartilhar seus pensamentos com o grande grupo. (ZAGO, 2008 p.4)

De acordo com Gabriela da Silva Zago (2008), os blogs são "veículos de publicação digital, comumente associados à ideia de diários virtuais, nos quais um ou mais autores publicam textos, geralmente sobre uma temática específica, em ordem cronológica inversa e de forma freqüente". Dessa forma, os blogs são espaços pessoais.

> Isso significa que as informações não são simplesmente colocadas no website, mas que alguém as coloca, que funcionam como a voz e o pensamento de uma pessoa. São opiniões, relatos, informações e textos escritos do ponto de vista de alguém (RECUERO, 2003 *apud* ZAGO, 2008 p.5)

Outra importante característica do blog é a possibilidade de interação, de forma direta, através da caixa de comentários, e de maneira indireta através "da criação de uma nova postagem em outro blog, comentando um *post* realizado anteriormente por outra pessoa, através de *links* (ZAGO, 2008).

Os jornalistas esportivos utilizam os blogs como uma ferramenta para expor opiniões e fazer análises sobre fatos do esporte de maneira mais aprofundada que conseguem expor nos meios de comunicação em que trabalham.

Como os blogs permitem a interação com o público, através dos comentários, o jornalista também é capaz de se aproximar de seus leitores e tem um rápido *feedback*.

A capacidade de armazenamento de dados e a velocidade da transmissão de informações pela internet a qualquer lugar do mundo também é um dos motivos para que os blogs sejam usados pelos jornalistas.

> Da mesma forma que a quebra de limites físicas na *web* possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para a disponibilização de material noticioso (sob os mais variados formatos midiáticos), abre-se a possibilidade de disponibilizar *online* toda a informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação (PALACIOS, 2002, p.7)

Outro grande atrativo dos blogs é a capacidade de oferecer ao leitor não só textos, mas também imagens, arquivos de áudio e vídeo, alem de *links* de outros endereços da internet que podem interessar ao leitor.

Uma ferramenta de *microblogging* seria uma mistura de blog com rede social e mensagens instantâneas (ORIHUELA, 2007 *apud* ZAGO, 2008). O *microblogging* tem as características similares as do blog, porém é adaptado a postagens de tamanho reduzido. Zago (2008) afirma que a "idéia é que haja maior facilidade de interação com outras ferramentas digitais, como celulares e outros dispositivos móveis". E assim, como é uma ferramenta rápida, os microblogs "são mais ágeis que os próprios blogs na cobertura de acontecimentos" (ZAGO, 2008).

A história dos microblogs teve o mesmo caminho da história dos blogs. "Primeiro, havia uma prática tradicionalmente estabelecida. Depois, passara a ser criadas ferramentas capazes de automatizar esse processo" (ZAGO, 2008, p.9).

Foi em 2002 a primeira vez que o termo microblog foi usado, porém só em 2006 surgiram ferramentas de microblog. Outra semelhança com a história do blog, a definição do termo microblog também tem versões diferentes, quanto a formato e quanto a ferramenta.

Microblog enquanto formato seria qualquer atualização curta em ordem cronológica inversa feitas a partir de qualquer dispositivo, não somente ferramentas de microblogs, como por exemplo mudanças de *status* em redes sociais. Microblog enquanto

ferramenta seriam apenas atualizações feitas a partir de ferramentas de microblog, como o *Jaiku e o Twitter*.

Enquanto a conversação em blogs ocorre predominantemente através dos comentários (PRIMO E SMANIOTTO, 2006 *apud* ZAGO, 2008), nos microblogs, ela pode acontecer nas próprias mensagens trocadas pelos usuários.

4 TWITTER

O *Twitter* foi criado em março de 2006, em São Francisco, nos Estados Unidos, mas só foi lançado ao público em julho do mesmo ano. A ferramenta, através, da pergunta[5] "O que você está fazendo?", permite mensagens, denominadas *tweets*, de até 140 caracteres.

Um dos idealizadores do *Twitter*, Jack Dorsey, conta[6] que o objetivo era desenvolver uma ferramenta de interface simples e intuitiva em que seus amigos pudessem lhe contar o que estavam fazendo. A mascote da rede social, um pássaro azul, vem da expressão popular a *little bluebird told me* ("um passarinho azul me contou"), utilizada pelas pessoas ao revelar uma novidade ou algo surpreendente.

O *Twitter* é uma ferramenta multifuncional que otimiza todas as formas de participação, pois une todas elas em um único *site* (NASCIMENTO *et al*, 2010). Ao mesmo tempo em que é um *microblog*, o *Twitter* também tem características de rede social. Já que a ferramenta permite ao usuário criar uma página pessoal e personificá-la, interagir com outros usuários e exibe sua rede de contatos.

> E por isso, também oferece maneiras de gerar e manter valores sociais entre essas conexões. Como as conexões no sistema são expressas através de *link*, ficam permanentemente visíveis aos usuários. (RECUERO & ZAGO, 2009).

No *Twitter*, o usuário escolhe quem ele quer seguir, ou seja, mensagens de quem quer ler. Diferente de outras redes nas quais a interação tem de ser mútua e o outro usuário precisa permitir a conexão, no *Twitter* uma pessoa pode seguir sem ser seguido pelo outra.

> No *Twitter*, essas conexões vão ainda mais longe: além de formar as redes pela conversação, é possível formar uma rede de contatos onde jamais houve qualquer tipo de interação recíproca. E essa conexão, embora não recíproca, pode dar ao ator acesso a determinados valores sociais, que de outra forma não estariam acessíveis, tais como determinados tipos de informações. (RECUERO & ZAGO, 2009, p.3)

---

[5] "O que você está fazendo?" mudou para "O que está acontecendo?"

[6] Disponivel em: www.twitter.com\about#idea>

Essa característica do *Twitter* é um de seus diferenciais perante outras redes sociais e um dos motivos de sua popularização entre pessoas do meio artístico, esportivo e político. Pois da mesma maneira que há interação, a mesma não invade a vida privada e fica a cargo do usuário escolher o que escrever em seu *microblog*.

Hoje, o usuário pode atualizar o *Twitter* por *short message service* (SMS), *instant messager* (IM), pela *web,* por Internet móvel (WAP ou 3G), ou por diversos aplicativos construídos por usuários a partir da API[7] do sistema.

> Os celulares devem ser compreendidos como instrumentos que podem aumentar as possibilidades de emissão e de recepção de informações, ampliando as probabilidades de comunicação, mas não garantindo, necessariamente, um maior enriquecimento do processo comunicativo (CAMARGO, 2008, p.32 *apud* LEMOS, 2009, p.8)

As atualizações ficam no perfil do usuário, e também são enviadas aos seus seguidores. Cada um possui uma *timeline* na qual aparecem os *tweets* escritos por aqueles que o usuário segue. Mischaud (2007 apud ZAGO, 2008, p.11) constatou que a maior parte das atualizações dos usuários, de fato, não respondia à pergunta proposta pelo site ("O que você está fazendo?"), demonstrando a apropriação social da ferramenta para usos diversos da proposta inicial do site, (ZAGO, 2008, p.11), como o acesso a informação e ao estabelecimento de conversações entre os atores (JAVA, e*t al*, 2007 *apud* RECUERO E ZAGO, 2009, p.2)

> O uso do *twitter* para conversação dá-se, principalmente, através do direcionamento de mensagens pelo uso do sinal "@" diante do *nickname* do destinatário, o que faz com que essas apareçam em sua aba denominada "@r*eplies*" na página do ator. (HONNEYCUTT E HERRING, 2009, *apud* RECUERO E ZAGO, 2009). Mas os usuários podem se comunicar de forma privada através do envio de mensagens diretas, as DMs. (RECUERO E ZAGO, 2009 p.2)

[7] Sigla em inglês para *Application Programming Interface,* conjunto de ferramentas ou de dados que permitem criar uma aplicação de um determinado programa

No *Twitter*, a comunicação é assíncrona, "ou seja, ele não serve para as pessoas baterem papo, e, sim, para acompanharem umas às outras à distância" (SPYCER, 2007, p.197 apud ZAGO, 2008, p.11)

O *Twitter* hoje conta com 200 milhões de usuários em todo o mundo[8], que enviam 200 milhões de *tweets* por dia[9]. Uma pesquisa divulgada em agosto pela CNT/Sensus[10] apontou que 8,8% da população brasileira têm perfil no *Twitter*. Dos brasileiros que utilizam a internet, 31,3% possuem conta no *Twitter*.[11]

Em seus cinco anos de existência, o *Twitter* fez algumas modificações. Inicialmente disponível somente em inglês, o microblog já conta com versões em diversas línguas, incluindo o português[12]. Com a incorporação do Twitter para outras funções, a ferramenta mudou a pergunta antes pessoal, "o que você esta fazendo?", para "o que está acontecendo?":

> [...] demonstrando a apropriação social da ferramenta para outros usos diversos da proposta inicial do site, em um caminho parecido com a relação entre blogs como diários virtuais, na época do surgimento das primeiras ferramentas, e posterior utilização do formato blog para outros fins (ZAGO, 2008, p.11)

O jornalismo, através da divulgação de notícias e dos perfis de meios de comunicação e dos próprios jornalistas, é uma crescente no *Twitter*.

> Do mesmo modo, o uso do twitter para acesso a informação é corrente, tanto pelos usuários (JAVA *Et al., 2007),* que parecem investir tempo na busca e divulgação de informações para seus contatos, quanto por veículos de mídia (ZAGO, 2008; SILVA, 2009 apud ZAGO E RECUERO, 2009)

---

[8] Disponível em: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/07/usuarios-do-twitter-enviam-200-milhoes-de-tuites-por-dia.html

[9] Disponível em: http://www.midiassociais.net/2011/07/twitter-alcanca-200-milhoes-de-usuarios/

[10] Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/tec/960471-brasileiros-usam-mais-orkut-e-facebook-que-twitter.shtml

[11] Disponível em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE+Nielsen+Online&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F

[12]Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/tec/926605-twitter-lanca-versao-em-portugues.shtml

Os veículos de comunicação se apropriaram do *Twitter* para divulgar seu conteúdo jornalístico e redirecionar os usuários da rede para seus sites e reverberarem no próprio twitter. Contudo, o *Twitter* vem sendo utilizado, tanto como um próprio meio de comunicação, no qual, informações são passadas em tempo real aos internautas, quanto como fonte – através de dados veiculados pelas próprias fontes dos meios de comunicação – como meio de interação entre jornalista e o público. Uma pesquisa feita pelo Grupo RBS e ANJ divulgada pelo *site Portal da Imprensa*[13] em outubro apontou que as mídias sociais são incentivadas em 68% das redações.

No jornalismo esportivo não poderia ser diferente. Jornalistas divulgam suas matérias, interagem com o público e buscam informações através de perfis oficias de atletas, equipes e treinadores. Assim como usam a ferramenta como um *feedback.*

> Embora não prevista inicialmente, a utilização dos microblogs como ferramenta para o jornalismo tem aos poucos se consolidado, em decorrência da versatilidade do sistema de publicação do twitter, em parte decorrente de sua limitação de tamanho a cada atualização e do caráter de rede social da ferramenta (ZAGO, 2008, p.5)

De acordo com Raquel Recuero (2009), são três as relações possíveis entre jornalismo e redes sociais: as redes sociais podem atuar como fontes produtoras de informação, como filtros de informação, ou ainda como espaços de reverberação dessas informações.

Partindo desse pressuposto e considerando ainda outras formas de utilização, faremos uma análise das maneiras como o *Twitter* vem sendo utilizado pelo Jornalismo Esportivo, focando a relação do jornalista com essa ferramenta.

---

13 http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/45354/midias+sociais+sao+incentivadas+em+68+das+redacoes+e+pedem+uso+responsavel+aponta+anj/

4.1 Twitter como ferramenta de divulgação

Com a popularização da Internet, que hoje pode ser acessada tanto de computadores, *notebooks*, celulares e *tablets*, a busca por informações na própria rede se torna muito mais ágil e cômoda que em outros meios de comunicação.

> A incessante busca pela informação tem feito com que um novo paradigma se forme no jornalismo. Esperar pela notícia na televisão, no rádio, ou ainda no jornal impresso, que sairá somente no próximo dia, já não faz mais parte do perfil de muitos brasileiros, para estes, a Internet - tanto acessada pelo computador como por dispositivos móveis - tem sido além de fonte de informação, um espaço para a busca e aprofundamento de assuntos de seu interesse. (RIBEIRO, M. 2010, p.1)

Essa busca por assuntos de interesse do usuário, como explicou Murian Ribeiro (2010), leva a uma segregação, a criação de nichos, em que o usuário encontra locais específicos para se informar e opinar sobre determinados assuntos. Assim, o usuário fã de esportes, procura seguir no *Twitter* veículos especializados, jornalistas esportivos, atletas e outros aficionados, para dessa forma se informar e discutir sobre esporte.

> O twitter se torna, então, um grande lançador de notícias, que se adequa as novas características comunicativas, já que vivemos numa sociedade de excesso de informação. Por sua vez, uma conseqüência desse excesso, consiste numa evolução do sentido de noticiar o máximo possível de acontecimentos, gera um retorno a hábitos que perduraram até o inicio do século XX, como a especialização. Até certo momento da nossa história, os jornais tinham um conteúdo especializado, voltado ao seu publico alvo [...] com o twitter, há um retorno a essa especialização generalizada. Um leitor que queira ler sobre esporte poderá se informar totalmente sobre o assunto, enquanto que um leitor que seja interessado em musica poderá fazer o mesmo. Isso implica na tendência de um jornalismo digital cada vez mais especializado e cada vez mais próximo fisicamente do leitor, pois é essa proximidade que interessa (FIGUEIREDO E REFKALESKY, 2009. p.12)

As redes sociais, como o *Twitter* são uma importante ferramenta na divulgação de informações. Pois, na medida em que um usuário lê uma notícia que julga importante, ele divulga a mesma para seus seguidores. Assim, perfis oficiais de veículos de comunicação e de

jornalistas são a forma mais fácil da notícia chegar ao usuário sem que este tenha de deixar a página do *Twitter* para se informar.

> As redes sociais vão atuar de forma a coletar e republicar as informações obtidas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a republicar informações observadas dentro da própria rede. Estes são os casos mais comumente observados em termos de difusão de informações. É o caso, por exemplo, dos *retweets* no Twitter. (RECUERO, 2009, p.9)

O *retweet* é uma ferramenta do microblog em que "alguém republica no sistema uma informação originalmente publicada por outra pessoa. Neste caso, muitas vezes, os atores julgam relevante a informação e julgam que sua rede social ainda não teve acesso a ela (RECUERO E ZAGO, 2009).

O ato de um usuário divulgar conteúdos jornalísticos, de acordo com Zago (2008), vai além de disseminar informações: os usuários dão credibilidade ao veículo autor da notícia e tomam parte dessa credibilidade para si, por serem responsáveis por espalhar a informação. Se o usuário que divulga as notícias for o jornalista que as produziu, Recuero (2008) diz que ele ganha credibilidade e dá credibilidade ao meio em que trabalha.

> A eventual superficialidade das atualizações em uma ferramenta com limitação de caracteres pode ser compensada pelo fato de que se pode aprofundar as informações através de hipertextos, a partir da aposição de links que apontem para espaços que complementem a informação. (ZAGO, 2008, p.9)

Um jornalista esportivo pode, por meio do *Twitter,* divulgar uma matéria, coluna, ou *post* de sua autoria ou do meio de comunicação em que trabalha, e é capaz também de divulgar um programa ou cobertura esportiva em que vai participar. Como nos exemplos abaixo:

Assim, as redes sociais "podem atuar de forma próxima ao jornalismo, complementando suas funções, filtrando matérias relevantes, concedendo credibilidade e importância para as matérias jornalísticas (RECUERO, 2009, p.51).

4.2 Twitter como meio de divulgação da primeira informação ou cobertura em "tempo real"

A tendência do *Twitter* hoje, de acordo com Pollyana Ferrari (2010), é vir a ser como uma ferramenta complementar na obtenção de informações, como um lugar para primeiro ficar sabendo das coisas.

A instantaneidade do *Twitter* é uma das características que fazem com que a ferramenta seja muito usada na divulgação de informações e comentários sobre assuntos que estão acontecendo no momento.

> O sentido predominante de instantaneidade que as experiências do jornalismo têm desenvolvido refere-se a uma desejada ausência de intervalo de tempo entre a ocorrência de um evento e sua transmissão e recepção por um público. [...] Este movimento era captado pelo público com uma sensação de que o 'instante presente' dos eventos não vivenciados diretamente estava cada vez mais próximos do tempo da experiência cotidiana do leitor. (FRANCISCATO, 2005, p. 114, 122 *apud* VIEIRA *et al*, 2010)

Dessa forma, essa rede social está sendo utilizada por meios de comunicação através de seus perfis oficias e de seus jornalistas para, além de promoverem as informações contidas em seus sites, oferecerem aos usuários as primeiras informações sobre novos acontecimentos, como acidentes, informações sobre o trânsito, premiações, eventos esportivos, discursos, entre outros.

Mais especificadamente no jornalismo esportivo, o *Twitter* vendo sendo utilizado para disseminar a primeira informação sobre um acontecimento instantaneamente, como uma convocação ou uma entrevista. Uma informação superficial - pois a plataforma não permite mensagens longas - mas que muitas vezes basta por si só, por ser o necessário no momento.

> Bradshaw (2007) propôs o modelo de diamante da noticia (*news diamond*). Para o autor, o primeiro passo da produção jornalística na web seria o alerta de acontecimento, uma atualização curta dando conta que determinado fato aconteceu. E isso, segundo o autor, poderia se dar em um microblog como o Twitter, por exemplo. Após este primeiro passo, partir-se-ia para a produção de conteúdos jornalísticos mais detalhados, para sempre disponibilizados no site do webjornal e em outros espaços da web. (ZAGO, 2008, p.5-6)

Gabriela Zago (2008) afirma que “a limitação de caracteres, associada à disposição em ordem cronológica inversa das atualizações, faz com que a ferramenta se torne interessante de ser empregada para coberturas estilo minuto a minuto de eventos e acontecimentos (no caso, frase a frase), o que inclusive pode se dar a partir de dispositivos

móveis”. Dessa forma, o jornalista pode utilizar o *Twitter* para oferecer ao usuário informações rápidas e sem aprofundamento durante a transmissão de jogos de futebol, por exemplo. O profissional pode comentar ou narrar lances que acabaram de acontecer, dar informações sobre as condições do gramado, do tempo, a escalação das equipes. Como podemos ver nos exemplos abaixo:

A possibilidade de o usuário enviar vários *tweets* em um curto espaço de tempo, facilita ao jornalista narrar eventos em sequência, como treinos e viagens de um time, por exemplo. Além disso, o uso do celular para enviar *tweets* também pode colaborar, como explica Gabriela Zago (2008):

> A possibilidade que as empresas jornalísticas têm de produzir conteúdos a partir de dispositivos móveis, como no caso de coberturas de eventos realizadas a partir de mensagens de texto ou web móvel, em tempo real, a partir do próprio local do acontecimento, fazendo com que a informação possa ser disponibilizada ao mesmo tempo em que ocorre. A produção de conteúdo para o Twitter a partir de dispositivos móveis, como no caso do uso do celular para realizar a cobertura minuto a minuto de um determinado evento, assemelha-se ao que Silva (2007) chama de *Ambiente móvel de produção*, na medida em que há publicação de conteúdo a partir de dispositivos móveis, o que provoca uma modificação nas rotinas de produção jornalística. (ZAGO, 2008, p.11)

A imagem a seguir, mostra uma série de *tweets* enviados pelo setorista do Flamengo da Rádio Globo, Cláudio Perrout, através de um celular, direto do Centro de Treinamento do Flamengo.

Cerca de um bilhão de pessoas já acessam a internet de seus telefones celulares, ou seja, 20% das cinco bilhões que têm um aparelho em todo o mundo, segundo um estudo do Google[14].

[14] http://www1.folha.uol.com.br/tec/984072-mais-de-1-bilhao-de-pessoas-ja-acessam-internet-do-celular-diz-google.shtml

> Aproveitando essa conexão mundial através dos celulares, o Twitter possibilita que, onde quer que esteja, qualquer pessoa possa informar sua rede sobre um acontecimento e essa nota, foto ou vídeo ser repassada para outras redes, alcançando repercussões não previstas e sendo capaz de se antecipar à própria imprensa, assumindo um papel informativo significativo. Mais do que nunca, a web se mostra como um celeiro de oportunidades para o jornalismo participativo – principalmente com as possibilidades que as mídias móveis como o Twitter oferecem." (AGUIAR E PAIVA, 2009, p.5)

Dessa forma, as características do *Twitter* de ser uma ferramenta ágil e que pode ser acessada de qualquer aparelho com acesso a internet ou via SMS fazem com que o microblog seja útil na divulgação de informações em tempo real. A incapacidade de enviar mensagens longas, não atrapalha, pois, é possível enviar vários *tweets* e complementá-los com *links*. Da mesma maneira que as primeiras informações sobre um acontecimento, normalmente não são profundas, assim, não necessitam de espaços maiores do que os disponibilizados pelo *Twitter*.

4.3 Twitter como ferramenta de exposição de ideias, análises rápidas e informações pessoais

Os jornalistas esportivos também podem utilizar o *twitter* para fazerem análises ou comentários rápidos de uma partida, de um acontecimento, uma notícia relacionada ao esporte e também divulgar informações sobre os bastidores do jornalismo, como nos exemplos a seguir:

Assim como os demais usuários do *twitter*, os jornalistas esportivos podem usar a ferramenta para falar de assuntos corriqueiros, do dia-a-dia. Esse fenômeno de transformar o microblog em uma espécie de diário em tempo real chama-se *Lifestreaming*. “Se caracteriza como um processo de expressão pessoal baseado no compartilhamento de informações íntimas, através de textos, fotografias e vídeos, e é facilmente perceptível entre muitos usuários do site” (RAMALDES E REIS, 2010, p.11).

4.4 Twitter como ferramenta de interação e reverberação

Um dos aspectos mais importantes proporcionados pela *Web 2.0* é a possibilidade de interação e, como já vimos aqui, o *Twitter* possui essa função. Entre os jornalistas esportivos, temos aqueles que praticamente não interagem com nenhum outro usuário, os que dialogam apenas com outros profissionais da área e aqueles que interagem com outros jornalistas e também com o público. A interação com os internautas é um acréscimo ao jornalista, já que podem ajudá-lo no fazer jornalístico. Pois possibilitam discussões sobre fatos do esporte, e levam ao profissional uma visão diferente da dele ou fatos que o mesmo não havia percebido.

> O internauta, assim, torna-se ativo nos meios digitais e passa a ser um colaborador com a capacidade de criar e alterar conteúdos já produzidos, além de ter a capacidade de provocar e mudar o curso de discussões, promovendo ou minimizando os assuntos, tudo em tempo real. (NASCIMENTO *et al*, *2010*, p.5)

A seguir seguem exemplos da interação entre jornalistas esportivos e entre jornalistas e o público:

Alex Primo (2009) acredita que além de divulgar uma notícia, o *retweet* pode "também criar novas conexões, motivar debates a partir de uma perspectiva diferente, e até mesmo gerar uma ação coletiva em rede" (apud AGUIAR, 2009, p.5).

As redes sociais como o *Twitter* são um local útil aos jornalistas e meios de comunicação para mensurar e observar a opinião dos internautas sobre notícias e fatos, servindo assim como um "termômetro" do público em geral. Os jornalistas podem consultar o *Twitter* para descobrir de forma rápida e fácil a opinião dos torcedores do Botafogo sobre a demissão do técnico Caio Júnior, por exemplo, verificando se a decisão foi aceita ou não e por que, sem sair da redação.

> [O twitter] serve também como uma ferramenta capaz de mostrar aos jornalistas quais os assuntos que estão tendo maior repercussão na *web* (...), a plataforma pode ser utilizada como uma "rádio escuta" em que é possível analisar os temas que estão em alta na rede (CARDOSO, 2010, p.12)

Os *trending topics* do Twitter é o ranking dos assuntos mais falados do microblog. O *ranking* pode ser configurado para exibir a lista de diferentes países e algumas cidades, como Rio de Janeiro e São Paulo.

> Ao clicar nesses tópicos, pode-se acompanhar aquilo que é discutido a respeito desses assuntos. Com isso a ferramenta permite não apenas a difusão das informações, mas igualmente o debate em cima das mesmas. (RECUERO, 2009, p.10)

Portanto, os *trending topics*, ou "Assuntos do momento" na versão traduzida, são um importante mecanismo para acompanhar quais os assuntos discutidos no momento. Por exemplo, no dia 20 de novembro, às 18 horas (horário de Brasília) os *Trending Topics* do Brasil eram:

Quando um jornalista esportivo faz um perfil no *twitter* ele automaticamente abre um canal de comunicação com o internauta. Através das *replies,* os fãs de esporte usam a ferramenta para enviar mensagens aos jornalistas, seja elogiando uma transmissão, concordando com uma opinião, fazendo perguntas ou críticas. Portanto, o *twitter* é um artifício interessante para o jornalista ter um *feedback* de seu próprio trabalho.

4.5 Twitter como fonte

Vários clubes, atletas, dirigentes e técnicos de futebol fazem uso do *Twitter* para divulgar informações sobre sua rotina, ações com patrocinadores, comentar partidas e interagir com os torcedores, mesmo que a grande maioria deles não responda as mensagens enviadas. Assim, o *Twitter* passa a ser uma ferramenta importante para o torcedor estar em contato e obter informações sobre seu time e os jogadores, sem que haja uma empresa jornalística mediando a interação. Este canal de comunicação entre o personagem do esporte e o público em geral vem sendo monitorado por jornalistas e meios de comunicação e utilizado como fonte, para publicação de matérias que contenham apenas as declarações ou informações divulgadas no *Twitter* ou como pauta para produção de notícias mais aprofundadas.

Entre mensagens corriqueiras, informando o início de um treino, chamando os torcedores para a próxima partida entre outras, o *Twitter* pode ser usado como um local de desabafo, no qual o atleta ou técnico questiona posições de árbitros, manifesta alegrias por convocações, gols e vitórias ou reclama de derrotas ou onde dirigentes anunciam contratações.

> O próprio Twitter pode por vezes servir como ponto de partida para notícias, como quando frases ditas por políticos ou celebridades na ferramenta servem de pauta para a produção de notícias em um determinado veículo. Alguns estudos já buscaram apontar anteriormente essa relação. Ao analisarem um caso específico de uso do Twitter como pauta pelo jornalismo, Vieira & Cervi (2010, p. 12) concluem que "As redes sociais não foram usadas para gerar uma cobertura jornalística diferente da convencional nesse caso". Apesar do potencial de utilizar o Twitter para dar voz a uma multiplicidade de vozes, o que os autores observaram "Foi a reprodução das práticas e rotinas de produção da notícia, porém, agora, sem a necessidade de fazer perguntas antes de obter as respostas" (VIEIRA & CERVI, 2010, p. 12 apud ZAGO, 2010, p.4)

A seguir, temos alguns exemplos de mensagens enviadas por atletas, dirigentes e técnicos:

Estas mensagens podem ser transformadas em notícias e divulgadas pelos meios de comunicação, por conterem informações ainda não divulgadas na mídia. Ou podem ainda servir de pauta para outras matérias mais profundas. Como podemos ver abaixo, na do Portal UOL cuja fonte foi o perfil no *Twitter* do jogador do São Paulo, Lucas:

LucasnaRede_ Lucas Moura
Minha mãe sempre diz: "podemos acertar 364 dias no ano,1 dia que erramos ja não servimos mais"
13 Maio

LucasnaRede_ Lucas Moura
Mas como eu sempre digo,criticas construtivas são sempre bem vindas! Tenho muito que mostrar ainda,mas sempre irei honrar a camisa tricolor
13 Maio

LucasnaRede_ Lucas Moura
Eu,mais do que qualquer um,queria muito ganhar essa copa!Mas infelizmente não foi possivel,coisas q acontece com um clube que ganhou 'tudo'
13 Maio

LucasnaRede_ Lucas Moura
Triste ler algumas coisas de algumas pessoas..Mas sei do meu carater e sempre dou o sangue pelo meu time..
13 Maio

LucasnaRede_ Lucas Moura
Jamais irei perder minha vontade e meu prazer de jogar por esse time!! Fiquem todos com Deus!! Grande abraço
13 Maio

LucasnaRede_ Lucas Moura
Bom,é isso..só queria mostrar que estou aqui pra ler criticas,elogios,ou qualquer outra coisa!! "O que não mata,fortalece"
13 Maio

Lucas desabafa pelo Twitter após eliminação: "críticas construtivas são bem-vindas"

Do UOL Esporte
Em São Paulo

Tweet 145 Recomendar +1 0 Comentários 49

Lucas desabafou nesta sexta-feira pelo Twitter após o São Paulo ser eliminado da Copa do Brasil. O camisa sete, que voltou ao time após se recuperar de uma lesão muscular, reagiu às críticas de que a equipe entrou em campo sem vontade na derrota por 3 a 1 para o Avaí, nesta quinta, no estádio da Ressacada.

"Só queria dizer q NUNCA entramos em campo pra perder,entramos sempre pra dar o nosso melhor!Mas do outro lado tem um time fazendo isso tmb" (sic), escreveu o meia-atacante em seu perfil oficial no microblog.

O jogador se mostrou chateado com algumas críticas que recebeu por sua atuação discreta na partida desta quinta. "Triste ler algumas coisas de algumas pessoas..Mas sei do meu carater e sempre dou o sangue pelo meu time.. Eu,mais do que qualquer um,queria muito ganhar essa copa!Mas infelizmente não foi possivel,coisas q acontece com um clube que ganhou 'tudo'" (sic), comentou Lucas.

Mesmo com os comentários negativos, o camisa sete se mostrou disposto a ouvir

AVAÍ FAZ 3 A 1 E ELIMINA O SÃO PAULO

00:00 / 01:09

CONFIRA O RELATO DO JOGO PELA COPA DO BRASIL

CENI: TEMOS QUE MUDAR PARA NÃO PASSAR VERGONHA

Como vimos, são diversas as maneiras como o Jornalismo Esportivo pode se apropriar do *Twitter*, como uma ferramenta para ajudar na divulgação de conteúdo de outras mídias, como um canal para dar opiniões e fazer coberturas do tipo “minuto a minuto”, como um canal de interação e reverberação e também como fonte.

5 A VISÃO DO JORNALISTA

Nos capítulos anteriores, apresentamos um histórico do Jornalismo Esportivo, do Jornalismo Online e explicamos como as características da *web 2.0*¸ a partir do *Twitter*, estão sendo utilizadas no Jornalismo Esportivo.

Neste capítulo, vamos analisar o ponto de vista dos jornalistas esportivos, como eles enxergam a relação do *Twitter* com o fazer jornalístico. Através do *Twitter* foi feito contato com 80 jornalistas - de emissoras de TV aberta e fechada, rádios, jornais, sites e revistas – que fazem uso do microblog. Dos 80 selecionados, 45 responderem o *tweet* informando e-mail para contato, porém, até o dia 22 de novembro de 2011, 32 responderam o questionário. Todas as entrevistas foram feitas por e-mail.

A maioria dos jornalistas entrevistados apontou a divulgação de seu trabalho como a principal razão para de cadastrarem no *Twitter*, como João Palomino, diretor da ESPN (Apêndice P) e Décio Lopes, apresentador do SPORTV (Apêndice F). O narrador do SPORTV Milton Leite (Apêndice Z1), disse que seu objetivo inicial era a possibilidade de interação com as pessoas que acompanham seu trabalho. Já André Rizek (Editor e apresentador do SPORTV, Apêndice C), Thiago Lavinas (jornalista do GLOBOESPORTE.COM, Apêndice Z5) e Marcela Rafael (apresentadora e repórter da ESPN, Apêndice T), acreditavam que o *Twitter* iria ser uma rede social em que iriam interagir com amigos.

> "Entrei por questões pessoais, achei que iria me divertir com meus amigos, como no *facebook*, além de paquerar umas garotas. Com o tempo, o *twitter* virou ferramenta meramente profissional e o f*acebook*, pessoal." (André Rizek, apêndice C)

Contudo, existem aqueles que entraram apenas como curiosidade, para conhecer a ferramenta, como Rafael Oliveira (Apêndice Z2) e André Henning (Apêndice A), ambos do

canal Esporte Interativo e Flávio Gomes (Apêndice M) e Gean Oddi (Apêndice N), ambos da ESPN.

Carlos Cereto (SPORTV, apêndice E) e João Castelo Branco (ESPN, Apêndice O) afirmaram que entraram no *Twitter* com o objetivo de acompanhar os dirigentes e atletas do mundo esportivo. "Percebi que algumas personalidades do esporte, presidentes de clubes, jogadores, se comunicavam pelo *Twitter*. Como jornalista, me senti na obrigação de seguí-los.", explicou Carlos Cereto. João acrescenta: "senti que poderia ficar pra trás ou perder informações se eu não tivesse uma conta."

Hoje, a função do *Twitter* e a maneira como o microblog é utilizado pelos jornalistas entrevistados vai além das expectativas. Como expôs Rafael Oliveira:

> O *Twitter* hoje é indispensável para filtrar notícias do meu interesse e com velocidade maior do que qualquer outro site possa dar. Sendo assim, já não consigo ficar na internet sem estar logado no *twitter*. É, de fato, um vício. Além de informação, ele permite que você opine e leia as opiniões de quem você deseja, em tempo real, principalmente durante algum evento que esteja acontecendo naquele momento, por exemplo. (Apendice Z2)

Júlio Gomes (Apêndice R), comentarista da ESPN, acrescenta dizendo: 'O *Twitter* é hoje uma ferramenta de comunicação, muito mais do que uma rede social. Para jornalista, é obrigatório ter uma conta. Não necessariamente para *twittar* e emitir opiniões, mas para seguir muita gente e estar informado". Rodrigo Bueno, repórter da Folha de São Paulo, concorda:

> O *Twitter* superou muito minhas expectativas. Pensava, a princípio, que não teria muita utilidade para a atividade jornalística. Mas me surpreendi rapidamente vendo que os sites que eu costumeiramente acessava chegavam até mim pelo *Twitter*. Não era mais eu que corria atrás de informação, ela que vinha até mim. Com muitas celebridades do esporte, clubes, entidades e veículos de comunicação no *Twitter*, ficou impossível não ficar bastante ligado no *Twitter*. Com o passar do tempo, fui pensando melhor no que eu gostaria de escrever no meu *Twitter*. (Apêndice Z4)

Hoje, os jornalistas utilizam o *Twitter* como uma ferramenta profissional. Thiago Lavinas explica essa escolha:

> Não posso mais utilizar o Twitter para expor opiniões ou brincar com amigos. Os seguidores não têm a percepção para separar a pessoa normal do jornalista. Então qualquer opinião pode ser levada para um campo profissional, gerar comentários e cobranças. E passei a evitar isso. (APENDICE Z5)

A autora Gabriela Zago (2008, p.5) coloca como possíveis apropriações jornalísticas do *Twitter:* "coberturas minuto a minuto, difusão de últimas notícias, informações sobre bastidores da publicação jornalística, envio de atualizações direto do local do acontecimento a partir de dispositivos móveis, entre outras".

Os jornalistas entrevistados, além dessas utilizações apontadas por Zago, colocam a interação com os internautas, e a possibilidade de conseguir um *feedback* como outras possibilidades interessantes no *twitter*, como explicou o Editor-executivo do Lance!, Eduardo Tironi (Apêndice J): "O *Twitter* é um bom termômetro de tendências, pautas e boa fonte de informação." Décio Lopes (SPORTV, Apêndice F) diz que o microblog é um canal eficiente "para conversar, esclarecer dúvidas, ouvir sugestões, elogios e críticas do espectador do meu programa de TV". Jota Júnior (SPORTV, apêndice Q) diz que através do *Twitter* "uma gama de opiniões aparecem, dando várias versões dos fatos". Carlos Cereto acrescenta: "gosto de me comunicar com o público que acompanha o meu trabalho. Tenho através do *Twitter* um bom retorno sobre o que as pessoas pensam sobre o que faço no dia a dia." Thiago Lavinas (Apêndice Z5) partilha dessa opinião e afirma que interação com o público é "como se fosse um retorno em tempo real do que é produzido e, principalmente, um caminho para saber os assuntos mais comentados, que geram mais interesses, em resumo, o que o público quer ver." Milton Leite (Apêndice Z1) concorda: "depois de uma transmissão costumo entrar para verificar os comentários que fazem a respeito do trabalho que realizei." Gean Oddi (Apêndice N), comentarista da ESPN, ainda afirma que faz perguntas "para entender o que as pessoas estão pensando sobre um determinado assunto".

Edgar Alencar, do SPORTV (Apêndice G), mora atualmente na China, país

onde o *twitter* é proibido. Porém, Edgar consegue acessar através de ferramentas especiais e, além de utilizar o *twitter* para divulgar seu trabalho, acompanha notícias do Brasil: "Hoje, além de checar de tempos em tempos se as personalidades que sigo anunciam algo interessante, uso o *twitter* também como uma espécie de resumo de notícias brasileiras. É uma ferramenta interessante para um jornalista que mora tão longe."

Os entrevistados recebem dos internautas *tweets* com perguntas, elogios, críticas, informações, sugestões e comentários. Os jornalistas consultados, com a exceção de João Palomino (Apêndice P) - que raramente interage com os usuários - respondem, na medida do possível, todas as mensagens que são enviadas de maneira educada. Apenas Andre Rizek (Apêndice C) gosta de responder internautas que fazem xingamentos.

Os profissionais questionados costumam interagir com outros jornalistas, principalmente com aqueles com quem já possuem laços de amizade ou trabalhem na mesma empresa. Poucos são os que dialogam com jogadores e dirigentes. Porém, Rodrigo Bueno, jornalista da Folha de São Paulo (Apêndice Z4) e Mauricio Noriega, do SPORTV (Apêndice Y), afirmam terem conseguido ou até mesmo realizado entrevistas pelo *Twitter* através das Mensagens Diretas (ou DMs). Thiago Lavinas ((Apêndice Z5) salienta que interagir com os atletas e dirigentes no *Twitter "t*ornou-se muito útil nestes tempos em que as assessorias de imprensa fecham cada vez mais o contato".

Twitter também poder ser utilizado como fonte no Jornalismo Esportivo, como apresentado neste trabalho. Acompanhar perfis de clubes, dirigentes e jogadores é um dos principais objetivos da maioria dos jornalistas entrevistados no *Twitter*. Eduardo Moreno, narrador do SPORTV, é um dos vários profissionais que utilizam o microblog como fonte.

> Hoje, no esporte, por exemplo, o atleta, o diretor, o presidente do clube, o empresário, etc., são eles que estão dando a notícia em primeira mão, via Twitter. Eles têm obviamente a "informação privilegiada", eles estão diretamente envolvidos na informação e têm, na palma da mão, o meio para divulgá-la. (APENDICE I)

André Rizek (Apêndice C) cita o Presidente do Atlético Mineiro, Alexandre Kalil, como um dos principais exemplos de personagens do esporte que divulgam informações em "primeira mão" no *Twitter*.

Décio Lopes (Apêndice F) acrescenta dizendo que "rumores são comprovados ou negados em contas oficiais do microblog constantemente". E completa afirmando que utiliza o *Twitter* para se informar:

> Quando há rumores sobre algo, vou ao *Twitter* e já conheço os jornalistas que são os mais quentes em cada assunto. Eles costumam antecipar notícias e desdobramentos. No *Twitter*, atualmente, eu já me informo antes mesmo de muitas notícias serem publicadas – até mesmo nos sítios de informação. (Apêndice F)

Eduardo Moreno (Apêndice I) lembrou que os jogadores estão utilizando o *Twitter* como um local de desabafo. Em meio ao grande crescimento do controle das Assessorias de Comunicação sobre tudo que atletas e dirigentes falam para a imprensa, o microblog é um local interessante para conhecer o outro lado e ler declarações polêmicas.

Essa opinião é compartilhada por Ricardo Perrone (Apêndice Z3), que coloca o fato "dos jogadores terem voz", como a principal razão para o *Twitter* ter crescido no Jornalismo Esportivo. "Antes eles só falavam se a mãe, o assessor, o empresário e o clube deixassem. Hoje eles podem escorregar e mostrar a cara via *twitter* às vezes".

Outra questão debatida é a utilização do *Twitter* para o jornalista divulgar um "furo". Alguns jornalistas, como Décio Lopes (Apêndice F), concordam com a utilização do microblog para oferecer uma informação em "primeira mão":

> Acho uma tendência mesmo [divulgar furos no *Twitter*]. Já rola e vai rolar ainda mais. Quem tem informação, hoje em dia, não precisa mais esperar 5 minutos para divulgá-la. Não têm mais essa de "parem as rotativas". Isso é um risco extra. É mais uma baita chance de barrigas e barcas furadas. Mas também pode ser muito legal, muito ágil e muito útil. Até porque você dá a notícia e segundos depois, ela já começa a ser digerida. E você percebe e degusta dessa "digestão" em tempo real. É um prazer extra para o jornalista. (APÊNDICE F)

Já outros acreditam que ao fazer isso, o profissional se coloca acima do meio de comunicação em que trabalha, por isso não acham correto. Como explicou André Rizek (Apêndice C): “Desde que ele não fure a própria empresa que paga o salário dele. Já vi colegas darem furos no twitter antes mesmo de trazer a informação para sua redação. Isso é absurdo e deslumbramento de quem se acha maior do que o veículo.” Marcelo Prado (GLOBOESPORTE.COM, apêndice W) concorda e relata: “eu só posto a informação no *Twitter* depois que ela está publicada no GLOBOESPORTE.COM. Não tem sentido eu fazer ao contrário, eu estaria indo contra o meu empregador. Não critico quem faz, mas não faço.”

Concordando ou não com a publicação de informações primeiro no *Twitter* do que nos meios de comunicação em que trabalham, os jornalistas entrevistados salientaram a importância de divulgar apenas informações que foram devidamente apuradas.

A velocidade e a instantaneidade permitida pelo *Twitter* fazem com que muitas vezes se divulgue informações com pressa, e assim não se faça uma apuração ou checagem dos dados. Fellipe Camargo, repórter da rádio Estadão ESPN (Apêndice L), diz que “a pressa de trazer a informação em primeira mão proporciona uma notícia sem muita profundidade. Isso quando não traz a informação com equívocos.”

Eduardo Tironi (APÊNDICE J) alega que o que for divulgado no *Twitter* deve ser encarado como o começo de uma apuração: “o *Twitter* é uma fonte de informação, que necessita checagem, apuração mais aprofundada para se tornar uma informação de verdade”. Thiago Lavinas (APÊNDICE Z5) afirma que nada pode sair do *Twitter* e ser publicado como oficial: acho que o *Twitter* atualmente funciona como uma central nervosa que sempre dá um sinal quando algo está acontecendo”. André Rizek (APÊNDICE C) ainda acrescenta que divulgar informação sem apuração profunda não é conseqüência da Internet, e sim do jornalista.

O alcance do que se escreve no *Twitter* levou várias empresas a passarem para seus funcionários cartilhas, normas ou recomendações do que se pode ou não escrever no microblog. Quando questionados se os veículos de comunicação em que trabalham possuem esse tipo de normas, as respostas encontradas variaram até mesmo entre jornalistas da mesma empresa de comunicação No portal IG, segundo Mário Monteiro (APÊNDICE X), os jornalistas são orientados pela a empresa a tomarem cuidado com comentários que possam insultar clubes ou torcidas e também evitarem o uso de palavras de baixo calão. Essa última recomendação também é feita na ESPN, Fábio Azevedo (APÊNDICE K) explica que os *tweets* dos jornalistas do canal vão para o *site*, por isso, deve-se evitar palavrões. Nas Organizações Globo, que inclui o canal SPORTV alguns jornalistas afirmaram existir uma cartilha rigorosa (APÊNDICE W) com recomendações que incluem não expor assuntos estratégicos da empresa sem autorização. O envolvimento do nome do veículo também foi citado por outros profissionais, como Eduardo Tironi (APÊNDICE J): "não se pode postar nada em nome do LANCE!". O jornalista da Folha de São Paulo Rodrigo Bueno explica: "A Folha já deixou bem claro que é 'dona' da minha imagem e dos meus textos e que devo ter muita responsabilidade com minha aparição em mídias sociais". Carlos Cereto lembrou:

> Somos [os jornalistas esportivos] formadores de opinião e temos que ter responsabilidade sobre tudo o que comunicamos e com quem comunicamos. (APÊNDICE E)

De acordo com os jornalistas entrevistados, ainda é cedo para concluir que o *Twitter* tenha revolucionado o jornalismo esportivo. Mas, pode-se afirmar que o microblog já é uma ferramenta poderosa, ágil e útil para os profissionais da área em diversos quesitos. Marcelo Prado (APÊNDICE W) acredita que o *Twitter* possibilita "uma dinâmica na troca de informações que você não encontra em nenhum outro meio de comunicação". Flávio Gomes (APÊNDICE M) completa dizendo que "a relação com aquele que consome a informação que você produz é mais direta, rápida, sem intermediários".

João Castelo Branco (APÊNDICE O) diz que o *Twitter* "abriu uma janela direta para comunicação entre internauta, jornalista e o atleta. Com todos podendo se comunicar entre eles." Gian Oddi vai além:

> [...] os personagens do jornalismo esportivo parecem dispostos a se tornar protagonistas da ferramenta (tanto que Kaká, um jogador, é o brasileiro com mais seguidores); isso muda, porque essa era uma fonte de informações que não existia: uma ferramenta através da qual jogadores, técnicos, dirigente e empresários informam sobre suas atividades e manifestam (às vezes sem filtro algum) suas opiniões. (APÊNDICE N)

Thiago Lavinas (APÊNDICE Z5) afirma que o jornalista hoje é dependente do *Twitter*, pois "a partir do momento que ele [o microblog] alterou a rotina profissional, [o twitter] passou a ser uma fonte indireta de informação e passou a ser um canal direto de comunicação com o público."

6 CONCLUSÃO

Os estudos realizados durante este trabalho, agregado às entrevistas feitas com jornalistas esportivos, nos permitem fazer reflexões sobre como a Internet, e com ela o *Twitter*, afeta e agrega novas ferramentas ao jornalismo. A Internet revolucionou a sociedade em que vivemos. As barreiras geográficas não existem mais, a distância entre os lugares do mundo podem diminuir com um clique. É possível conhecer museus, parques, monumentos, fazer compras, conhecer pessoas de outros continentes, fazer pesquisas e ter acesso as mais variadas informações com rapidez.

No campo do jornalismo, a Internet permitiu a convergência, ou seja, juntar, em um só lugar, textos, vídeos, imagens e *links*, permitindo ao internauta escolher entre vários caminhos para consumir uma única notícia, por exemplo. A agilidade da Internet faz com que o jornalismo online foque na diminuição do tempo em que o fato ocorre e ele é noticiado. A cobertura de eventos programados, como conferências, palestras, jogos de futebol é feita na *Web* em "tempo real". Até mesmo incêndios, acidentes, enchentes, etc., passam a ser "narradas".

Hoje, qualquer notícia pode chegar a qualquer lugar do mundo em uma fração de segundos. A partir do minuto em que ela é publicada na *Web*, pode ser acessada e divulgada por todos os internautas.

A *Web 2.0* agregou ferramentas que vem modificando o jornalismo, como a possibilidade de abrir um canal em que o consumir de notícias passe a ser também produtor. Mais do que ter acesso a informação, a Internet permite a participação, seja com comentários que iniciam debates, seja oferecendo informações aos profissionais da comunicação. Dessa forma, o consumidor não é mais passivo, ele participa ativamente do fazer jornalístico.

A grande oferta de informações na rede e a possibilidade do internauta escolher quais notícias serão consumidas por ele, levou a uma segregação de temas. O usuário fã de esporte pode acessar diversos *sites*, blogs e seguir perfis no *Twitter* em busca dessas informações específicas.

O *Twitter* é uma ferramenta que eleva ao máximo as características proporcionadas pela Internet. É ágil, fácil, interativo, pode ser acessado de qualquer aparelho celular (é possível enviar *tweets* por mensagens SMS) e configurado para receber informações de veículos e jornalistas específicos. Assim, um internauta cadastrado no microblog, pode: conversar com amigos, conhecer pessoas que compartilham os mesmos interesses, receber informações dos veículos de comunicação e divulgá-las. Além disso, o usuário pode também acompanhar o trabalho de jornalistas, conhecer sua rotina, lendo informações divulgadas por eles, fazendo perguntas e dando sugestões de pautas. O *Twitter* também permite ao internauta se aproximar, virtualmente, da vida e do dia-a-dia dos jogadores de seu clube do coração. Esses atletas têm no *Twitter* um canal em que o contato com o torcedor é direto, fácil, ágil e sem mediação.

O jornalista esportivo tem no *Twitter* um local para divulgar seu trabalho, as matérias que produziu, os programas em que vai participar, os eventos esportivos que irá transmitir, os novos *posts* em seu blog. O microblog permite ao jornalista expor pensamentos, opiniões, escrever informações e comentar fatos que acabaram de acontecer ou estão acontecendo, como por exemplo, comentar os lances de um jogo de futebol na medida em que eles se realizam.

Esta ferramenta também é útil na aproximação e na interação com o público, estabelecendo diálogos e discussões que podem levá-lo a ter idéias para pautas, obtendo um *feedback* de seu trabalho e usando-a como um “termômetro das opiniões dos internautas”.

Porém, como observamos nas entrevistas realizadas com os profissionais, é necessário cuidado, atenção, responsabilidade e bom senso para utilizar a ferramenta. O jornalista precisa, ao divulgar uma informação no microblog, se ater aos mesmos princípios da divulgação de uma informação em um veiculo de comunicação. Checar e apurar as informações é crucial para que apenas se divulgue fatos corretos.

Após cinco anos de sua criação, o *Twitter* hoje vai muito além da pergunta inicial "O que você está fazendo?". A apropriação dessa rede social pelo Jornalismo pode ser realizada de diversas maneiras, algumas expostas neste trabalho. Porém, como um serviço novo, outras formas podem aparecer, carecendo de um estudo constante para acompanhar as várias faces que o microblog possa ter.

Ainda é impossível garantir que o *Twitter* tenha revolucionado ou mudado o Jornalismo Esportivo. Mas, é certo que o microblog hoje é um importante mecanismo que acrescenta ao jornalismo esportivo, e ao jornalismo em si, velocidade impressionante na publicação e divulgação de informações. Podemos considerar o *Twitter* hoje uma mídia-suporte ao jornalismo, uma plataforma útil, portátil e ágil, que faz a mediação entre produtores, receptores e "protagonistas" da notícia.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADFGHIRNI, Zélia Leal. **Jornalismo online**: em busca do tempo real. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador, 2002.

AGUIAR, Laíza Felix de; PAIVA, Cláudio Cardoso de. **Twitter, Celulares e Jornalismo**: Mídias Móveis no Processo Informativo. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo Digital:** Dez anos de web... a revolução continua. In: Comunicação e Sociedade. Vol. 9-10. P.93-102. 2006.

BARROS, Monique Cristine Garcez; FELIZONA, Matheus Pereira Matos. SEGUNDO, Wilson Teles Barbosa. VIEIRA, Eloy Santos. **As redes sociais e novo consumidor de notícias**. Trabalho apresentado no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande, 2010.

CARDOSO, Cláudio. Os blogs e Outras Narrativas no Ciberespaço. In: SOSTER, Demétrio de Azevedo; SILVA, Fernando Firmino (orgs). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul; Edumisc, 2009.

CORREA, Elizabeth Saad; LIMA, Marcelo Coutinho. **Modus Operandi digital**: Reflexões sobre o impacto das mídias sociais nas empresas informativas. Trabalho apresentado no XVIII Encontro da Compós, Belo Horizonte, 2009.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; SILVA, Francisco Antônio Machado. **JORNALISMO EM 140 TOQUES**: análise de três contas do Twitter no Brasil Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 22, p. 65-80, janeiro/junho 2010.

FARIAS, Marina Fernanda Veiga dos Santos de. **Redes sociais na convergência**: o papel do twitter na comunicação contemporânea. Trabalho apresentado no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande, 2010

FERRARI, Pollyana. **A força das mídias sociais.** São Paulo, Factash editora, 2010

FERREIRA, Erica Eloize Peroni. **TV e Redes Sociais online**: interação, práticas conversacionais e interatividade através do Twitter. Trabalho apresentando no IX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste. Campinas Grande, 2010.

FIGUEIREDO, Pedro de; REFLAKLESKY, Eduardo. **Twitter:** Uma nova forma de Comunicar? 2009. Trabalho apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação. Curitiba, 2009.

GUERRA, Márcio. **Você ouvinte, é a nossa meta:** A importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol. 1. Ed. Rio de Janeiro: Etc Editora, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. Prefacio. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARO, Sandra (orgs). **Blogs.com:** Estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

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

NASCIMENTO, Gustavo. RIBEIRO, Laura. VELASCO, Juliana. **Produção Jornalística:** as práticas do jornalismo no *Twitter.* Trabalho apresentado no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Goiânia, 2010

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória:** Apontamentos para debate. Trabalho apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online. Beira Interior. Junho de 2002.

PRIMO, Alex. O **aspecto relacional das interações na Web 2.0**. Trabalho apresentado na XXIX Intercom. Brasilia, 2007.

RAMALDES, Maria Dalva; REIS, Breno Maciel Souza. "**O que está acontecendo agora?":** informação e interação no Twitter a partir de dispositivos móveis. Trabalho apresentado no XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Vitória, 2010

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**: Considerações Iniciais. E Compós, v. 2, 2005.

RECUERO, Raquel. **Microblogs e Redes Sociais no Brasil**. Social Media. Pelotas, 2008. Disponível em: <pontomidia.com.br/raquel/cparty2.ppt>.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és:** a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. In: Revista FAMECOS, nº 38, p.118- 128. Porto Alegre, 2009.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, Demérito de Azevedo; SILVA, Fernando Firmino (orgs). **Metamorfoses jornalísticas 2:** a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009

RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriela. **Em busca das redes que importam**: Redes sociais e capital social no Twitter. Trabalho no XVIII Encontro da Compós. Belo Horizonte, MG, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed Sulina, 2010

RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriela**. "RT por favor":** considerações sobre a difusão de informações no Twitter. In: Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. 12 nº2 maio\agosto 2010.

RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriela. **A economia do Retweet**: Redes, Difusão de Informações e Capital Social no Twitter. [1] Trabalho no XX Encontro da Compós. Porto Alegre, 2011.

RESENDE, Evie Saramella de. **Jornalismo e Tecnologia** – O uso da internet no processo de produção de notícias. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2008.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo:** história da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Ed. Terceiro Nome, 2007.

RIBEIRO, Murian. A Construção **Da Informação Na Internet E Em Sites De Redes Sociais:** A Nova Forma De Visão Da Informação. Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010

UNZELTE, Celso. **Jornalismo Esportivo**. Relatos de uma paixão. São Paulo: Saraiva, 2009.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos blogs aos microblogs**: aspectos históricos, formatos e características. Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital do VI Congresso Nacional de História da Mídia. Niterói, 2008.

ZAGO, Gabriela da Silva. **O Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos.** Pelotas, 2008. Disponível em: <www.scribd.com/doc/5887184/O-Twitter-comosuporte-para-producao-e-difusao-de-conteudos-jornalisticos>.

ZAGO, Gabriel da Silva. O **Twitter como Fonte e Pauta de Notícias na Mídia Online de Referência**. Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010.

APÊNDICE

Entrevistas

APÊNDICE A

André Henning: narrador e apresentador do canal Esporte Interativo
Twitter: @AndreHenning
Seguidores: 53.810 Seguindo: 300 Tweets: 20.796[15]

Entrevista respondida por e-mail no dia 14 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no Twitter?
Desde janeiro de 2009.

2) Com qual objetivo você entrou no Twitter?
Primeiro como curiosidade absoluta.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o Twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Não.

4) Atualmente, para quê você utiliza o Twitter?
Como fonte de notícias, divulgação da programação do Esporte Interativo e interação com meu público e dos espectadores que gostam de mim.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Quase todos os dias, às vezes mais às vezes menos. Não tenho rotina.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Muito.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Jogadores (quase) nunca, dirigentes idem e com outros jornalistas bastante. Principalmente com os amigos da área.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Falam sobre as transmissões, criticam, elogiam a TV, perguntam sobre o time deles. Tem de tudo.

9) Você responde as mensagens?
Só não respondo os que faltam com o respeito, os que falam palavrõ perguntas que não deveriam ser direcionadas a mim, as que são descabidas. Às vez muitas mensagens no meio dos jogos e não consigo colocar em dia todas elas quando fico livre. Mas, no geral, respondo bastante.

[15] Dados acessados no dia 24 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu Twitter?

Minhas opiniões sobre o que esteja acontecendo no esporte naquele momento.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do Twitter?

As de bom senso que qualquer emissora ou empresa deva ter. Afinal de contas, sou o André Henning do Esporte Interativo, isso é claramente associável. Me comporto dessa forma no Twitter e em qualquer outro lugar. De forma irreverente, como sou, mas sabendo que estou, também, representando a minha empresa.

12) Você considera que hoje o Twitter já é uma fonte de informações?

Sim. Não confiável 100%, mas é uma das maneiras mais rápidas de se ter informações hoje. Sem dúvidas.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Muito pouco.

14) Você utiliza o Twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Às vezes.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o Twitter?

Cada um deve encontrar a melhor forma, acho que ainda estamos descobrindo isso.

16) O que você acha do Twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Normal, apesar de que hoje todo mundo é “pai da criança”.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sim.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

De maneira profunda, nada. Mas a internet mudou a cara do jornalismo de maneira geral, não apenas o esportivo.

APÊNDICE B

André Hernan: repórter do canal Sportv
Twitter: @andrehernan
Seguidores: 11.068 Seguindo: 575 Tweets: 6.286[16]

Entrevista respondida por e-mail em 14 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no Twitter?
3 anos

2) Com qual objetivo você entrou no Twitter?
Queria experimentar a ferramenta de comunicação e também divulgar meu trabalho.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Não totalmente. Pelo fato do twitter ter crescido avassaladoramente, muitas pessoas confundem o real objetivo da ferramenta. Por exemplo: Não vejo o twitter como fonte de informação ou de furo. Acho que tem muito jornalista que escreve o que quer. Vejo isso com mais freqüência no jornalismo esportivo.

4) Atualmente, para quê você utiliza o Twitter?
Para divulgar meu trabalho e informar as escalas de jogos e reportagens que vou fazer no canal.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Diariamente

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim. Apesar de ter muita gente que te insulta, tem internauta que te faz elogios e isso é importante para o andamento do trabalho.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também. De minha parte, a relação com eles é ótima.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Pedem opiniões sobre seus clubes, perguntam bastidores do trabalho no dia a dia, sugerem pautas e tem aqueles que também cornetam o que a gente escreve.

9) Você responde as mensagens?
Na medida do possível, sim.

[16] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu Twitter?

Se o internauta segue, é porque ele admira e respeita teu trabalho. Espero sempre satisfazer o cara que ta lá do outro lado.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do Twitter?

No caso do Sportv, não existe uma cartilha dizendo o que você pode fazer ou não no twitter. Mas o que existe é uma orientação para ter sempre bom senso naquilo que a gente posta.

12) Você considera que hoje o Twitter já é uma fonte de informações?

Não.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Vejo o que é postado, mas sempre ligo para checar se a info é real. No jornalismo, ainda acredito no bom e velho telefone.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim. Às vezes é importante saber o que o povão acha dos acontecimentos.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o Twitter?

Daquela que eu faço. Para divulgar trabalhos e me comunicar com o telespectador.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Não acredito nisso. Tem muita gente que dá chutes por aí.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Claro.

18) No que o Twitter muda no jornalismo esportivo?

Em nada.

APÊNDICE C

André Rizek: apresentador do canal Sportv
Twitter: @andrehernan
Seguidores: 72.973 Seguindo: 126 Tweets: 2.469[17]

Entrevista respondida por e-mail em 9 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde a Copa de 2010.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Entrei por questões pessoais, achei que iria me divertir com meus amigos, como no facebook, além de paquerar umas garotas. Com o tempo, o twitter virou ferramenta meramente profissional e o facebook, pessoal.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Não.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Divulgar o programa e o canal que apresento, além de me divertir dando opiniões em 140 caracteres. E, às vezes, fazendo umas ironias, tirando um sarro. Nem todo mundo entende ironia e fica revoltada. Por exemplo, recentemente eu e o Thiago Leifert estamos, juntos, fazendo piadas sobre "almas gemeas" do futebol: Paulo Baier e Pirlo, André Lima e Van Persie. É apenas uma brincadeira. Mas os fanáticos da seita do futebol europeu entenderam que era sério e ficaram todos "indignados", aliás, como ninguém fica quando um deputado mete a mão em nosso dinheiro. Mas isso é uma outra história...

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Não sou muito assíduo, creio. Mas umas 3 vezes por dia, no máximo. Hoje, porém, já postei 5 e estamos às 15hs.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Bastante. Gosto, sobretudo, de responder a quem me xinga.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Apenas com jornalistas que sejam meus amigos. Está cheio de jornalista concorrente mandando indireta, o que acho ridículo, e evito interagir com quem não seja meu amigo. Durante a Copa América, ironizei a posição de quem dizia que torce contra a Seleção por causa do Ricardo Teixeira. Perguntei se existe algum clube para o qual podemos torcer, então. Estava respondendo a leitores que me escreviam, não sabia que tal tese tinha nascido no twitter do Mauro Cezar (a quem respeito). Ele achou que era com ele e ficou postando indiretas para mim. Twitter, às vezes, equivale a ter uma arma embaixo do banco do meio do trânsito das 18h da Marginal. É perigoso...

[17] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?

Dos mais variados. Elogios, cantadas (pouco), xingamento, tem de tudo.

9) Você responde as mensagens?

Sim, algumas.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Opinião e divulgação do meu trabalho.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Sim, a Globo tem uma cartilha sobre uso de mídias sociais.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvida!

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros

Muito. Tem vários dirigentes, como Alexandre Kalil, que coloca coisas em primeira mão no twitter.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim, mas relativizo. Prefiro usá-lo como forma de me corrigir. O público que acompanha futebol é muito antenado. Várias informações já foram corrigidas, ao vivo, graças a mensagens no twitter do redação, que eu monitoro durante o programa.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Desculpe, mas acho que não tem regra. Diria que é seguindo as pessoas certas.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Desde que ele não fure a própria empresa que paga o salário dele... Já vi colegas darem furos no twitter antes mesmo de trazer a informação para sua redação. Isso é absurdo e deslumbramento de quem se acha maior do que o veículo.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Isso acontece em qualquer meio. Não é culpa da internet. É culpa do profissional que apura mal.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

Não dou essa importância toda... É apenas mais uma ferramenta, muito boa, de interação com muita agilidade. Logo, logo vão surgir outras.

APÊNDICE D

André Rocha: administrador do Blog Olho Tático do GLOBOESPORTE.COM
Twitter: @anunesrocha
Seguidores: 1.818 Seguindo: 884 Tweets: 19.749[18]

Entrevista respondida por e-mail em 14 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde 2009.

2) Com qual objetivo você entrou no Twitter?
Aumentar rede de contatos e divulgar meu trabalho.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o Twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Totalmente.

4) Atualmente, para quê você utiliza o Twitter?
Além das funções citadas anteriormente, também para debater sobre futebol e me informar.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Sempre que estou online.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Muito. O tempo todo. É o mais legal, inclusive.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com aqueles que respondem, né? Risos

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Perguntando sobre tática, pedindo posts no meu blog, concordando (RT), discordando e criticando.

9) Você responde as mensagens?
Na grande maioria das vezes. Felizmente meus seguidores são educados. Risos

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Análises e informações sobre futebol. Principalmente táticas.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do Twitter?
Se tem nunca me disseram. Tenho total liberdade.

[18] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

12) Você considera que hoje o Twitter já é uma fonte de informações?
Sem dúvida.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)
Claro. Contratação do Muricy Ramalho pelo Palmeiras em 2009 e a de Zico para ser diretor de futebol do Flamengo em 2010 foram anunciadas primeiro no Twitter.

14) Você utiliza o Twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?
Sem dúvida.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o Twitter?
Divulgando seu trabalho, trocando ideias e buscando informações.

16) O que você acha do Twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?
Natural. Mas normalmente o cara divulga no seu blog ou site primeiro para garantir. Risos.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?
É um risco. Mas vale a pena.

18) No que o Twitter muda no jornalismo esportivo?
Aproximou do público, abriu um canal de feedback para o seu trabalho, aumentou o acesso e a troca de informações e acelerou o processo jornalístico. Aumentou o trabalho também. Risos.

APÊNDICE E

Carlos Cereto: Repórter do canal Sportv e editor responsável pelo programa Arena Sportv.

Twitter: @carloscereto

Seguidores: 42.289 Seguindo 710 Tweets: 1702[19]

Entrevista respondida por e-mail no dia 15 de novembro de 2011

1) Há quanto tempo você possui uma conta no Twitter?

Há uns dois anos, mais ou menos.

2) Com qual objetivo você entrou no Twitter?

Percebi que algumas personalidades do esporte, presidentes de clubes, jogadores, se comunicavam pelo twitter. Como Jornalista, me senti na obrigação de segui-los.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o Twitter corresponde a esse objetivo inicial?

Sim, acompanho todas as pessoas que de alguma maneira são ligadas ao esporte.

4) Atualmente, para quê você utiliza o Twitter?

Gosto de me comunicar com o público que acompanha o meu trabalho. Tenho através do twitter um bom retorno sobre que as pessoas pensam sobre o que faço no dia a dia.

5) Com que freqüência você posta mensagens?

Duas vezes por dia.

6) Você costuma interagir com os internautas?

Menos do que gostaria, mas na medida do possível respondo a todos que me fazem perguntas.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?

Não uso o twitter para falar com jornalistas, dirigentes ou jogadores, apenas para segui-los. A não ser em casos excepcionais.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?

Críticas, elogios e perguntas.

9) Você responde as mensagens?

Sim, todas as mensagens educadas merecem respostas.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Acho que ele quer saber um pouco mais sobre o meu trabalho, ou ter notícias do esporte.

---

[19] Dados acessados em 20 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Sim, a orientação é para que haja responsabilidade no uso do twitter. Não uso o twitter para mensagens pessoais. Somos formadores de opinião e temos que ter responsabilidade sobre tudo o que comunicamos e com quem comunicamos.

12) Você considera que hoje o Twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvida. É uma boa fonte de informação.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim, esse é o objetivo.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim, é um excelente termômetro.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o Twitter?

Como disse, com muita responsabilidade, pois somos formadores de opiniões.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

É válido. O twitter passou a ser mais uma das tribunas a qual o Jornalista tem acesso. É rápido, ágil e imediato. Um meio excelente para transmitir informações.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Esse é o risco que se corre e o cuidado que se deve tomar. Toda informação carece de muita apuração. Não se deve divulgar nada antes da devida checagem com todos os lados da notícia.

18) No que o Twitter muda no jornalismo esportivo?

Não muda muito, mas é mais um espaço para que o Jornalista possa se comunicar, apurar e transmitir informações

APÊNDICE F

Décio Lopes: jornalista. Produz e apresenta o programa Expresso do Esporte do SPORTV.

Twitter: @DecioLopesExp
Seguidores: 24.355 Seguindo: 154 Tweets: 10.136[20]

Entrevista respondida por e-mail em 30 de março de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?

Há seis meses comecei. E não parei mais. Adorei.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?

O primeiro objetivo era divulgar o blog. Avisar às pessoas quando eu atualizasse o meu blog (que fica nos sítios do Sportv e no globoesporte.com).

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?

Hoje é muito mais do que isso. Esta virou apenas uma das muitas utilidades (e inutilidades) de estar no Twitter.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?

Para dar opiniões, em primeiro lugar. Manifestar-me, expressar-me. Para ouvir opiniões. Para me divertir, contando e ouvindo piadas e irônias dos amigos. Para divulgar meu blog e meu programa de tv. Para conversar, esclarecer dúvidas, ouvir sugestões, elogios e críticas do espectador do meu programa de tv – é um canal muito eficiente para isso. E, ultimamente, tenho usado muito como fonte de informação mesmo. Quando há rumores sobre algo, vou ao Twitter e já conheço os jornalistas que são os mais quentes em cada assunto. Eles costumam antecipar notícias e desdobramentos. No Twitter, atualmente, eu já me informo antes mesmo de muitas notícias serem publicadas – até mesmo nos sítios de informação.

5) Com que freqüência você posta mensagens?

Umas quatro vezes por dia. Às vezes tenho vontade de tuitar mais, mas evito para não ser chato ou excessivo.

6) Você costuma interagir com os internautas?

Muito. Sempre. Todos os dias. Respondo sempre a quem me escreve, com educaçao (o que nem sempre acontece no esporte, com as paixões clubísitcas e polêmicas). Pelo retorno entusiasmado do público, sinto que sou dos poucos que respondem. Parece – é o que contam – que a maioria prefere apenas falar. Talvez ainda seja o hábito da tv, um meio muito menos democrático, neste sentido.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?

Sempre. E isso é muito útil. O Twitter já pode, inclusive, por vezes, substituir o email. Ou o telefone, no caso de usar a ferramenta para, digamos, nutrir relacionamentos. É

[20] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

importantíssimo para todo jornalista (assim como para jogadores, treinadores e cartolas, claro) e o Twitter serve muito bem para isso.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?

Muitos comentários e opiniões sobre minhas opiniões, quase sempre com ponderação e responsabilidade, um debate de bom nível (nem se compara ao blog, onde o público tem anonimato. Ali te xingam constantemente, xingam jogadores, esbravejam, só faltam cuspir e bater... é um horror. O anonimato dos blogs protege uma atitude mais negativa e agressiva do público. Leio no meu blog constantemente comentários racistas, sexistas, medonhos... Neste sentido o Twitter tem um efeito muito mais positivo. As pessoas podem te criticar, mas não te ofendem. Há também muita gente que escreve só para ter uma resposta mesmo. Acho que faz parte da curiosidade, você ter uma réplica de alguém que costuma acompanhar na TV ou na internet. Curiosidade mesmo. Ela te manda uma abraço, um elogio e quer uma resposta. Não custa nada. É um prazer até.

9) Você responde as mensagens?

Todas. Sempre. Imagino que pessoas que tenhas 500 mil seguidores não possam fazer o mesmo. Mas eu, com os meus 14 mil, consigo sem dificuldade. E gosto. (Observação: o número de seguidores passou para mais de 24 mil até o dia 24 de novembro)

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Ele quer informação. Ele confia em você e te considera uma pessoa bem informada, capaz de enriquecer o "noticiário" dele. E quer também opinião, quer participar do debate permanente que é o noticiário esportivo. Aconteceu algo, sei lá, no Flamengo... todo mundo logo quer palpitar. E ouvir outros palpites, mesmo que seja para odiar. Este é um dos grandes prazeres do esporte. E, aqui, sinto que o Twitter vira uma grande mesa de botequim. Imensa. Deliciosa. Só falta a cerveja. Ou às vezes nem isso...

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Sou produtor independente, não sou funcionário de um grande grupo desde 2002. Mas sinto que as empresas vão começar a se mobilizar neste sentido. É necessário criar certas normas, sim. Não é censura. Mas é preciso, por exemplo, disciplinar a divulgação de opiniões sobre assuntos corporativos. Acho que está prestes a acontecer. É um caminho natural. Mas até hoje nunca recebi instruções de qualquer cliente sobre uso de Twitter.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvidas. Eficiente. Mas, claro, você tem que usar a sua experiência de jornalista macaco velho. Não vai embarcar em qualquer canoa furada. Não vai sair espalhando o que soube "de orelhada" ou por fontes não confiáveis. Não vai também publicar alguma declaração de um tuiteiro sem ter acompanhamento que lhe dê a certeza absoluta de que aquele não é um *fake*, que a fonte é, de fato, quem assina o Twitter.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Uso. Rumores são comprovados ou negados em twitters oficiais constantemente.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público os acontecimentos esportivos?

Você acaba sendo influenciado, sim. Mas, neste caso, acho que não deveríamos. Acho que é um tipo muito específico de público ainda, muito concentrado ainda nos mais jovens, nas grandes cidades e nas classes mais instruídas. Sempre é bom ter um retorno imediato do público, mas este grupo que se manifesta no Twitter seguramente não é a "verdade" do público todo, não corresponde ao universo do público brasileiro – especialmente em televisão. A imensa maioria dos brasileiros ainda não tem Twitter e, portanto, não pode manifestar-se neste meio.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Acho que ainda está sendo descoberta. Isso é o mais fascinante desses novos canais: ninguém sabe direito o que eles são e onde vão dar. Nem seus criadores!

Vamos abrindo caminhos, experimentando e descobrindo a cada dia do que é capaz essa jeringonça. E o mais incrível neste mundo rápido demais: às vezes os meios morrem sem sequer terem sido totalmente explorados e conhecidos.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Acho ótimo. E acho uma tendência mesmo. Já rola e vai rolar ainda mais.

Quem tem informação, hoje em dia, não precisa mais esperar 5 minutos para divulgá-la. Não tem mais essa de "parem as rotativas". Isso é um risco extra. É mais uma baita chance de barrigas e barcas furadas. Mas também pode ser muito legal, muito ágil e muito útil. Até porque você dá a notícia e segundos depois, ela já começa a ser digerida. E você percebe e degusta dessa "digestão" em tempo real. É um prazer extra para o jornalista.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sem dúvida. E isso já aconteceu muito com os sítios de internet. As pessoas, nessa loucura de urgência e tempo real, publicam qualquer coisa, suitam qualquer coisa. Nesta semana mesmo, vi com pesar diversos sítios de internet publicando como manchete uma "notícia" do The Sun. O tablóide, que qualquer jornalista de respeito sabe que não merece a menor credibilidade, dizia que a tal banana atirada no gramado do Emirates havia sido obra de um brasileiro. Imagine! Em vez de vítimas de racismo, os brasileiros seriam os culpados de um vexame e de um ato de inciviladade e porcaria. E os sítios brasileiros repassam isso sem o menor pudor, sem rigor algum... Adorando. Adorando cuspir no espelho e chamar os brasileiros de porcos.

Eu fiquei muito indignado (inclusive manifestei-me imediatamente no Twitter). Era o fim da picada. Sem qualquer prova, seguindo um tablóide sensacionalista (só por ser inglês os mais provincianos julgam imediatamente como confiável) e pronto: tudo estava invertido. As vítimas eram culpadas. Eram uns porcos que não poderiam reclamar de nada. Absurdo! Mas acontece. Cada vez mais. E, no Twitter, infelizmente, esse tipo de bobagem muitas vezes encontra eco. Todo mundo vira um pouco jornalista, todo mundo vira um pouco mídia. A questão é você saber em quem realmente deve confiar.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Muda um bocado. Ainda não temos a mais vaga ideia de quanto e em quê. Mas muda muito. Além de tudo isso que já falamos aqui, de declarações, desmentidos oficiais, urgência da notícia, público também virando mídia... Além disso tudo, sinto que também foi

criado uma espécie de “conselho” informal dos jornalistas esportivos. Todos nos conhecemos e um segue o outro. Assim, quando acontece algo, todos logo se manifestam. Acho que isso, de algum modo informal e maluco, pode melhorar a qualidade da informação. Hoje, quando você vai escrever um texto, já leu o que várias jornalistas falaram sobre aquilo no Twitter. Isso faz com que a sua visão e/ou opinião já saia um pouco mais amadurecida, um pouco mais “curtida”. Isso, para mim, é mais qualidade para o público.

APÊNDICE G

Edgar Alencar: repórter do canal Sportv
Twitter: @edgarsportv
Seguidores: 2.567 Seguindo: 284 Tweets: 98[21]

Entrevista respondida por e-mail em 21 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no Twitter?

Desde o fim de 2010, antes só olhava "twitadas" esporádicas, demorei a abrir uma conta minha.

Com qual objetivo você entrou no Twitter?

Basicamente, pra acompanhar essa nova ferramenta que estava já tão comum no meio esportivo, entre atletas e treinadores. Objetivo 100% profissional.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o Twitter corresponde a esse objetivo inicial?

Com todos os asteriscos de quem mora na China, um país que proíbe o uso desta rede social, posso dizer que o objetivo básico continua o mesmo. Mas como preciso de um outro tipo de conexão pra acessar o twitter, isso acabou me distanciando um pouco do uso diário que tinha quando morava no Brasil.

4) Atualmente, para quê você utiliza o Twitter?

Hoje, além de checar de tempos em tempos se as personalidades que sigo anunciam algo interessante, uso o twitter também como uma espécie de resumo de notícias brasileiras. É uma ferramenta interessante para um jornalista que mora tão longe.

5) Com que freqüência você posta mensagens?

Já no Brasil, era raríssimo; aqui na China parei definitivamente. Sou apenas um leitor atualmente.

6) Você costuma interagir com os internautas?

Não é comum, até por este fato de eu me expor pouco, mas sempre que há qualquer mensagem direta, eu respondo.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?

Já utilizei algumas vezes para solicitar contatos e entrevistas, inclusive com atletas estrangeiros. No mais, fico mais acompanhando as postagens, mesmo.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?

Isto é curioso, porque há mensagens de naturezas diferentes: elogios por algum trabalho, críticas e pessoas que parecem simplesmente terem o objetivo de se aproximar.

[21] Dados acessados em 20 de novembro de 2011

9) Você responde as mensagens?

Sempre, sem problemas ou exceções.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu Twitter?

Acredito que, por ser jornalista esportivo, o internauta quer ter mais uma fonte de notícias.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do Twitter?

Nada formalizado que eu tenha conhecimento. O uso dentro da emissora é comum e irrestrito. Até agora, de todos os casos que acompanhei, só valeu a lógica óbvia do bom senso, sem qualquer manual de normas por escrito.

12) Você considera que hoje o Twitter já é uma fonte de informações?

Sou um pouco rigoroso com a definição de conceitos como informação, notícia, reportagem. Entendo que o twitter é a expressão máxima desse mundo instantâneo, impune e um tanto caótico da internet. Até por isso, o considero uma ferramenta quase obrigatória para o meio em que trabalho, mas com várias ressalvas. Como todo microblog, ele aceita tudo, e o festival de boataria e "chutometria" é tão ou mais comum do que notícias de verdade. Resumindo: consultar sempre; ter como fonte definitiva, não.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Particularmente, não utilizo, até lembrando minha situação atual de estar num outro mundo (quase literalmente), mas tenho colegas e vejo o twitter com esse potencial de aproximar jornalistas e atletas, dirigentes, etc. Não creio que seja possível fazer uma fonte apenas com a rede, isso leva mais tempo e envolve outros fatores. Porém, não há dúvidas de que esse contato pode aproximar e muito esses dois lados, vi isso acontecer incontáveis vezes no meu trabalho.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Acho isso perigoso, assim como utilizar comentários e fóruns de discussão como parâmetros. Sem dúvida, é o termômetro mais rápido, importantíssimo, mas longe de qualquer valor estatístico. Leio às vezes reportagens sobre isso e fico de cabelo em pé. Entendo que opinião pública é uma coisa séria, complexa e difícil de se obter. Ter o twitter como "o" termômetro é ignorar uma realidade que tem de ser vista por uma perspectiva mais ampla.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o Twitter?

Confesso que essa é uma discussão que ainda é muito recente para que se tenha uma fórmula. Vejo jornalistas que anunciam notícias no twitter antes mesmo de veicular nos seus próprios veículos, que os pagam e dão a estrutura para que eles tenham acesso a essa informação. Isso é ético, um meio de valorizar a própria empresa chamando atenção para uma reportagem mais detalhada no jornal/rádio/site/TV?

Outra: repórter, por excelência, vive de credibilidade e até de imparcialidade considerando a imensa dificuldade de aplicar isso na prática do mundo esportivo. Aí, no twitter, o mesmo profissional vira comentarista, expressa opiniões, chuta, anuncia rumores... direito pessoal ou conduta inapropriada?

Só exemplos de situações que, confesso, ainda não tenho opinião definitiva. Tenho a tendência de ver sempre o lado do novo, o potencial que está surgindo, sem nostalgia burra. Mas isso não pode significar vale-tudo. É um desafio posto por essa e para esta nossa geração de jornalistas.

16) O que você acha do Twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Vou insistir no ponto de que esta é uma possibilidade sim, porém temerosa. O twitter é um microblog, ninguém precisa assumir nada, não há qualquer responsabilidade. Se você leu e acreditou, é porque segue um profissional provavelmente identificado com algum veículo ou site pessoal de notícias e o twitter neste caso funcionou para fazer circular mais rapidamente o tal conteúdo. Esse cotidiano já está estabelecido e a quantidade de "furos" desmentidos minutos depois na mesma timeline não me deixa ver essa rede como uma boa possibilidade de consulta, não uma verdade absoluta.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Se tomarmos o twitter como proposta e até o mecanismo como funciona, já há uma certa contradição em relacionar o blog com notícia apurada. O que você está fazendo em um número limitado de caracteres. Este é o modelo, rápido, superficial e efêmero por definição. De novo, para circular, debater, unir opiniões, aproximar contatos, o twitter é fantástico para uma infinidade de situações, cabe ao jornalista tomar os seus cuidados e assumir suas posturas.

18) No que o Twitter muda no jornalismo esportivo?

Vejo que ele se encaixa muito bem num meio que historicamente tem uma controversa relação de credibilidade com interesse passional. Neste sentido, acho fascinante uma ferramenta em que jornalistas podem anunciar suas notícias ou algo que o valha e já ter consumo e retorno imediatos; um atleta fala diretamente para jornalistas e pra quem mais quiser ler o que está fazendo e detalhes do seu dia a dia; um dirigente/empresário anuncia ou desmente uma contratação; uma figura como o Ronaldo faz uma interação direta via webcam com toda a rede. Isso passa pelo papel do assessor de imprensa, pela famosa, inescapável e imortal necessidade da devida apuração de todo e qualquer fato, isso passa pelo jeito com que o público tem acesso a novos tipos de informação. Estamos vivendo ainda, no meu modo de ver, um momento de perguntas, de transgressão, de levar essa realidade até o limite para descobrir até onde é possível. Assim como é impossível não lembrar do lado B. A calúnia, a inverdade, a notícia jogada na rede sem regra, sem autor definido. Quem escreve, não precisa revelar fonte ou provar nada; quem lê não tem culpa. E aí? Juridica, ética e legalmente essa é uma discussão, para mim, tão ou mais importante e paralela às potencialidades do twitter.

Nada que não existisse antes com a própria internet, essa questão já estava posta. Mas entendo que o twitter, como uma ferramenta máxima de comunicação instantânea e massiva, vem como um catalisador de todo esse processo. Gostaria de ver mais e parabenizo trabalhos e pesquisas como esta que respondo agora para que seja possível evoluirmos e aprendermos todos a lidar com o mundo que estamos vivendo e twitando atualmente.

APÊNDICE H

Eduardo Cecconi: jornalista do site GLOBOESPORTE.COM
Twitter: @eduardocecconi
Seguidores: 9.212 Seguindo: 381 Tweets: 20.390[22]

Entrevista respondida no dia 14 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Há aproximadamente três anos.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Exclusivamente para divulgar meu trabalho e interagir com o público que consome este trabalho.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Perfeitamente. Continuo utilizando o Twitter com o mesmo propósito.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Apesar de algumas vezes usar para conversar com amigos, a essência está na divulgação dos meus textos e das minhas idéias, e na interação com as pessoas que recebem estas mensagens.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Muito grande. Várias vezes por dia, sempre de acordo com o volume de trabalho.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Quando a pergunta ou o comentário são sérios, procuro sempre responder.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Bastante, os jornalistas são os amigos com os quais converso. Com jogadores, muito pouco, e com dirigentes, praticamente nunca.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Tenho por lema o seguinte: qualifique seu comentário para qualificar a resposta da audiência. Como não sou um polemista, tomo cuidado para não ofender ninguém nem as idéias de ninguém, a grande maioria dos comentários que recebo são de alto nível, com respeito e conteúdo.

9) Você responde as mensagens?
Sim.

[22] Dados acessados em 20 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Imagino que ele procure uma referência para análises táticas e para notícias do Grêmio, porque tenho um blog de análises táticas e sou setorista de Grêmio.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Nunca recebi nenhuma orientação institucional, mas tenho cuidado no uso da minha conta porque ela está vinculada ao meu blog, e a encaro como uma ferramenta de trabalho. É preciso ter responsabilidade na hora de escrever e de se relacionar com o público.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Não apenas é, como também é a principal fonte de informações disponível hoje.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim, mas é preciso conhecer o perfil que postou a informação – se é gerenciado pela pessoa mesmo (para não cair em golpes de fakes), se é uma pessoa de credibilidade, se costuma ser uma fonte de informação...e sempre partir desta fonte para buscar novas fontes e conferir a veracidade.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Diariamente.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Com responsabilidade, passando informações como se fosse um jornal, uma rádio...seguindo os mesmos preceitos de checagem, ética, responsabilidade social, relevância.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Se for com responsabilidade, sem problemas. O problema está em achar que o Twitter pode receber informações sem checagem, e muita gente acaba jogando qualquer coisa ali...boatos, mentiras, polêmicas.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Exatamente, é o que eu falei na resposta acima. A responsabilidade que o Twitter exige na escrita pelo jornalista é a mesma exigida por qualquer outra plataforma "oficial".

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

O Twitter nos aproximou da audiência. Tornou-se um ombudsman. Os jornalistas esportivos são seguidos pelos torcedores, que constantemente fazem observações, correções... alguns passam dos limites, ofendem, xingam...outros apenas cobram um determinado comportamento. Isso é bom. Não estamos acima dos outros. Se erramos, é direito do público alertar. Esse contato que o Twitter proporciona do público com os jornalistas pode nos ajudar a ter maior responsabilidade e a fazer melhor nosso trabalho.

APÊNDICE I

Eduardo Moreno: narrador do canal SPORTV
Twitter: @morenosportv
Seguidores: 7.289 Seguindo: 217 Tweets: 1789[23]

Entrevista respondida no dia 12 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Cerca de 6 meses.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Ter um contato com os telespectadores, os amigos e expressar idéias.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Para os objetivos citados acima. Entendo também que, muitas vezes, o Twitter serve como desabafo, um meio cômodo de expressar indignação com acontecimentos do dia a dia.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Diariamente.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Na medida do possível, sim.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Idem.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Elogiam, criticam, mandam saudações, informam que estão ligados nas transmissões e pedem opiniões principalmente sobre futebol.

9) Você responde as mensagens?
Quase sempre sim.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Percebo que eles têm curiosidade sobre a rotina do jornalista esportivo, por isso tento passar detalhes a respeito disso. E, claro, eles querem ter informações e opiniões sobre esporte.

[23] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Não, não há nenhuma ingerência. Porém, é óbvio que temos que ter responsabilidade e ética ao twittar. Existe um compromisso tácito de nunca passar informações internas do veículo como pautas que estão sendo pensadas, contratações que estão sendo planejadas, salários, brigas ou discussões que venham a ocorrer, etc.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Certamente, sim. Inclusive o furo jornalístico já está muito mais difícil de ser dado pelo jornalista. Hoje, no esporte, por exemplo, o atleta, o diretor, o presidente do clube, o empresário, etc., são eles que estão dando a notícia em primeira mão, via Twitter. Eles têm obviamente a "informação privilegiada", eles estão diretamente envolvidos na informação e têm, na palma da mão, o meio para divulgá-la.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim, sigo muitos deles. E vale muito a pena. Temos muitos exemplos que comprovam que as declarações polêmicas, que hoje tanto sentimos falta de ouvir da boca dos jogadores, estamos podendo ler no Twitter. Parece que os jogadores (e cartolas) se sentem mais a vontade para se expressar "digitalmente" do que diretamente a um jornalista. O Twitter já transformou o jornalismo.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim. Mas há um problema nisso. Percebo que as pessoas (e eu me incluo nisso) estão utilizando o Twitter para opinar e protestar sobre um determinado assunto e deixando de ir adiante. Por exemplo, os deputados aumentaram seus salários em mais de 60% no apagar das luzes de 2010. Muita gente protestou no Twitter. E pronto. Dá a sensação de que ao escrever na web você já fez a sua parte. É aquilo que eu falei do desabafo. Twittei e não preciso mais me mobilizar, fazer uma passeata, fechar a rua onde mora o deputado corrupto, etc. Isso é contraproducente para a cidadania. É perigoso.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Estreitar o relacionamento com o torcedor/leitor/ouvinte/telespectador. O contato que muitas vezes não era possível, agora está disponível pelo Twitter.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Como disse, agora não mais o jornalista e sim o próprio envolvido na informação que dá a informação em primeiríssima mão. Porém, ainda há como o jornalista ter o furo, mas ele tem que buscá-lo com muito mais urgência, necessita ter muito mais envolvimento com a fonte para que ela passe ou deixe revelar a informação. Ficou muito mais difícil.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Isso já acontece desde o surgimento da internet. Temos incontáveis exemplos de sites que dão informações sem nenhum apuro. Querem dar a informação primeiro e pronto. É um mal antigo da internet, não especificamente do Twitter.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Muda neste sentido de que qualquer pessoa pode dar a informação. Ela pode ser verdadeira ou não. Quando é verdadeira, o jornalista perdeu o furo. E esta informação correta geralmente vem da pessoa diretamente envolvida na notícia. Mas, quando não é verdadeira, o jornalista ou o jornalismo ganha credibilidade. Lembro que esses dias alguém mandou pra mim — via Twitter — uma informação dizendo ser de fonte fidedigna de que o Fluminense estava acertado com o Joel Santana. Ele sairia de Botafogo e seria o técnico do Flu no Brasileirão. Foi o que aconteceu? Não. O Joel saiu do Bota e o Flu está apalavrado com o Abel Braga.

Qualquer um hoje pode dar uma informação, mas eu prefiro a informação que vem do jornalista. Isso não mudará.

APÊNDICE J

Eduardo Tironi: editor executivo do Lance!
Twitter: @etironi
Seguidores: 3.315 Seguindo: 367 Tweets: 5.513 [24]

Entrevista respondida no dia 16 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Há pouco mais de um ano,

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Por objetivo profissional. O twitter é um bom termômetro de tendências, pautas e boa fonte de informação.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim, muito.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Objetivo profissional: para divulgar ações e reportagens do LANCE!, dicas para estudantes de jornalismo e muito pouco como ferramenta pessoal.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Diariamente.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim, muitas vezes.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Varia muito: há internautas que criticam fortemente principalmente quando não concordam com alguma colocação sobre seus times, alguns trocam ideias outros perguntam informações.

9) Você responde as mensagens?
A maioria, sim. Ofensas eu respondo só às vezes.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Minha conta é bastante transparente sobre o que ele encontrará lá. Então, creio que quem me segue quer informações de esportes, opiniões e, como acho que muitos estudantes de jornalismo me seguem, querem dicas profissionais (livros, leituras, etc, etc)

[24] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?
Uma regra básica: não se pode postar nada em nome do LANCE!. Se for postar algo em nome do LANCE! obrigatoriamente tem de seguir nossas orientações editoriais.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?
Sim, mas não mais do que isso. Muita gente confunde fonte de informação como declaração oficial. E não é isso: o twitter é uma fonte de informação, que necessita checagem, apuração mais aprofundada para se tornar uma informação de verdade.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)
Sim, apenas como fonte, diga-se.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?
Sim, muito.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?
Como fonte de informação primária (como disse acima, que carece de checagem, apuração, etc) e como plataforma de divulgação de informações.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?
É uma tendência. Mas a informação, para ter relevância, ela necessita de tudo o que disse acima: checagem, apuração aprofundada. O Twitter não é o fim de um trabalho de apuração, mas o começo.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?
Sim, já vivemos este mundo, que é muito perigoso.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?
O twitter nos oferece mais uma fonte de informação, mas isso é diferente de dizer que ele facilita o trabalho do jornalista esportivo. O bom jornalismo (esportivo ou não) é muito mais do que isso. É um trabalho cuidadoso e responsável de apuração, que demanda cruzamento de fontes, aprofundamento, interpretação, etc, etc... o Twitter, como disse, ele pode ser o começo de uma boa apuração, nunca o fim.

APÊNDICE K

Fábio Azevedo: jornalista do canal ESPN
Twitter: @fazevedoespn
Seguidores: 25.634 Seguindo: 270 Tweets: 15.911 [25]

Entrevista respondida no dia 14 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde julho de 2010.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Trocar informações, ampliar as notícias e fazer novos amigos.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Claro. Quando está na sua mão, fica mais fácil.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Para divulgar notícias, debater futebol e divulgar novidades do jornalismo (cursos e palestras, por exemplo)

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Todos os dias.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sempre, pois acho importante este contato. É uma forma de medir o nosso trabalho.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também e tenho alguns que troco informações constantemente. Isso ajuda no dia a dia.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Eles perguntam sobre contratações. Eles acham que eu sei tudo...rsrs Alguns, poucos, ofendem.

9) Você responde as mensagens?
É humanamente impossível. Mas, sempre respondo a muitos internautas.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Quando ele segue, ele já sabe qual é a sua linha de trabalho. A minha é dar informações sobre futebol, em especial.

[25] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

A única é usar com responsabilidade. Para mim, isso não é problema, pois ajo assim sempre. Ah! O Trajano pede para evitar os palavrões porque os nossos tweets vão para a home da ESPN.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Em alguns casos, sim! Depende de quem você segue. Hoje, uso para trocar informações e dar notícias também.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Faz parte do processo de mudanças. O Kalil, por exemplo, dá muitas notícias no twitter dele. Então, quem atua com Esporte...tem que seguir os caras que estão no twitter.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Às vezes.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Sempre dosando a informação com a educação no lidar com o internauta. Na maioria das vezes, ele é um fã e quer um contato com você. Temos que entender que entramos na casa dele e ele se sente íntimo.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Isso é reflexo da velocidade da informação. Agora, você não pode furar o veículo que trabalha. Afinal de contas, quem te paga?

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

É sempre um risco. Na pressa, alguns publicam sem a devida apuração. Isso entra naquilo que falei acima sobre a responsabilidade que devemos ter na hora de publicar a matéria.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Acho que é mais uma ferramenta de divulgação de informação. Usada com responsabilidade, tem tudo para crescer cada vez mais.

APÊNDICE L

Fellipe Camargo: Repórter da rádio Estadão ESPN
Twitter: @fellipe_camargo
Seguidores: 1.999 Seguindo: 337 Tweets: 5.320[26]

Entrevista respondida no dia 15 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Possuo conta no twitter desde 17 de julho de 2009.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Entrei no twitter por necessidade profissional. Inicialmente achava uma grande besteira usar essa ferramenta, achava que era um diário eletrônico apenas. No entanto, tive que mudar meu conceito quando percebi que clubes e jogadores de futebol usariam o twitter como meio de comunicação. Quando o Santos FC começou a usar esse meio para divulgação de informação, não tive outra alternativa. Fiz uma conta e passei a ficar atento em tudo que o clube postava ali e, num futuro, no que os jogadores também passavam a postar.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim. No entanto, atualmente ampliei bastante o meu leque. Hoje quase todos os clubes de futebol tem conta no twitter e a maioria dos jogadores também. Sendo assim, posso ficar atento em tudo aquilo que é postado. Não uso como pauta, mas muitos clubes ou jogadores anunciam algo de relevância utilizando essa ferramenta.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Assim que entrei no twitter, descobri que não apenas observar o que os outros postam seria legal, mas o que eu postasse também poderia ser útil. E foi isso. Uso o twitter também para divulgar as informações que colho no Santos. Divulgo também o meu trabalho e, com isso, ganhei muitos seguidores. Desde quando trabalhei na Rádio Cultura, de Santos, até agora na Estadão/Espn, ganhei alguns seguidores..rs

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Quando trabalhava na rádio Cultura (até março de 2011), postava com mais frequencia. Umas cinco postagens aproximadamente por treino. Trazia aspas das coletivas, anunciava escalações dos coletivos, dava informações exclusivas. Na verdade, esse período serviu para mostrar para muita gente meu constante trabalho como repórter dentro do Santos. Assim que fui contratado pela Espn, diminui significativamente as twittadas por alguns motivos. O principal deles era que a carga de trabalho aumentara e nem sempre tinha tempo. O outro motivo foi o seguinte: agora numa rádio de alcance muito maior, se eu postasse tudo que eu soubesse no twitter meus seguidores não precisariam mais me ouvir na rádio. Sendo

[26] Dados acessados em 20 de novembro de 2011

assim, hoje posto umas duas vezes por dia e, em algumas oportunidades, não está relacionado ao meu trabalho. Posto algo que aconteceu no meu dia ou exponho minha opinião sobre algo que tenha me chamado atenção no dia.

6) Você costuma interagir com os internautas?

Sim. Sempre que possível tento responder o que os meus seguidores perguntam ou comentam. Nem sempre é possível, mas me esforço.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?

Muitas vezes converso com algum outro jogador por DM e jornalistas, quando amigo, twitto de resposta normalmente. Caso tenhamos que trocar algum contato ou tirar alguma dúvidade de informação também usamos a DM. Geralmente, nesse caso, o celular é mais prático..rs

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?

Os seguidores mandam perguntas, geralmente, sobre o Santos. Dúvidas sobre como o time vai jogar, quem será contratado, essas coisas.

9) Você responde as mensagens?

Sim, respondo. Não sei se consigo atender todo mundo, mas tento.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Busca informações do Santos e saber yb o que estarei fazendo pela rádio. Muitas vezes quem segue é porque acompanha seu trabalho na rádio e quer saber sua escala. Geralmente, quando estou indo fazer um jogo ou indo cobrir o treino, coloco no twitter. Acho que dessa forma, o seguidor saberá que embreve terá novidades de informação.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Em nenhum momento a Espn fez recomendação sobre o uso. É de uso particular, então cada um usa como acha melhor. No entanto, é preciso ter sempre o bom senso para não usar o twitter como arma, até porque, não no meu caso especificamente, mas tem muitos da emissora que usam o espn no nick name. Enfim, as vezes se escreve algo que ganhe grandes proporções, alguem pode alegar que ali há uma versão oficial sua e querer te penalizar. Eu evito ataques via twitter (críticas direcionadas) e uso apenas para dar informações ou brincar com amigos sobre coisas leves e informais.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim, mas mesmo assim não se pode abrir nunca mão de checar a informação.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemp contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Às vezes. Quando estamos no ar, por exemplo, e temos acesso ao twitter oficial de uma entidade, jogador ou dirigente, informamos que através da rede social houve tal declaração. Mas o mais recomendável é checar antes qualquer informação.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Não gosto de generalizar, mas muitas vezes, algo polêmico cria repercussão no twitter. Quando falo em generalizar, na verdade, acho que nem sempre a opinião que se destaca numa rede social possa ser opinião pública. Tudo depende do universo envolvido.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Se for twitter oficial de clube ou jogador, serve como fonte. No entanto, como disse, acho prudente sempre checar.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Atualmente, com o twitter, todo mundo tem um pouco de jornalista. Todos possuem uma informação exclusiva. Sempre tem um que deu a informação primeiro que o outro. Enfim, acho uma verdadeira bobeira. A minha preocupação é levar a informação correta. Se será a primeira ou a quinta, mero detalhe. Muitas vezes a pressa proporciona a barrigada.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Geralmente. A pressa de trazer a informação em primeira mão proporciona uma notícia sem muita profundidade. Isso quando não traz a informação com equívocos.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Atualmente, o twitter criou uma proximidade maior dos jogadores com os seguidores, por exemplo. Além do site oficial, da assessoria, o clube pode se pronunciar através dessa ferramenta. Para esse mundo mais dinâmico de informação, o twitter chegou para acrescentar.

APÊNDICE M

Flávio Gomes
Twitter: @flaviogomes69
Seguidores: 24.196 Seguindo: 558 Tweets: 30.250[27]

Entrevista respondida no dia 5 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Há cerca de 2 anos

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Nenhum específico. Como em quase tudo nestes tempos em que vivemos, para ver do que se tratava. Tinha uma ideia do funcionamento, mas nenhuma de sua utilidade.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Como não tinha objetivo algum, digamos que corresponde aos objetivos que fui construindo ao longo do tempo.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Para muita coisa. Para me informar (as pessoas que sigo servem como um filtro, me indicam coisas que provavelmente não encontraria na net se não fossem os links enviados), para divulgar meu blog, para convocar pessoas para minha twitcam, para discutir os temas mais diversos, para conversar com amigos. O uso é ilimitado, do tamanho da internet.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Enorme. Todos os dias, dezenas por dia.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Bastante, mas já fazia isso no blog.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com jornalistas, sim. Com dirigentes e jogadores, não.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Me perguntam coisas. E quase nunca respondo, porque não sou balcão de informações...

9) Você responde as mensagens?
Algumas.

[27] Dados acessados em 20 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Não tenho a menor ideia. Sobre automobilismo, talvez. E, claro, quer saber o que penso de quase tudo.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?

Meu twitter é rigorosamente pessoal. É possível que as empresas para quem presto serviços tenham suas normas. Mas elas não me interessam muito.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvida.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Às vezes, sim.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Meu jeito de usar o Twitter é muito particular. Não vejo regras muito rígidas, nem fórmulas ideais. Não uso essa ferramenta na condição de "jornalista esportivo", mas sim de cidadão que tem muitos outros interesses além do esporte.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

É legítimo. Na velocidade com que as coisas acontecem hoje e são divulgadas, talvez seja a ferramenta mais veloz de todas. E furo, hoje, é mais velocidade do que exclusividade.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Claro, acontece aos montes. Mas aí cabe ao jornalista saber apurar e não se entregar à tentação de querer ser o primeiro a dar notícias sempre. Nisso, o jornalismo não mudou. Informação boa é informação bem apurada. Em qualquer veículo ou ferramenta.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

A relação com aquele que consome a informação que você produz é mais direta, rápida, sem intermediários. Seguir atletas é interessante, sabe-se mais deles, participa-se de seu dia a dia. O Twitter é mais uma ferramenta num jornalismo cada vez mais veloz e interativo.

APÊNDICE N

Gian Oddi: jornalista e comentarista do canal ESPN (na época em que respondeu ao questionário, também era editor de Esportes do IG)

Twitter: @gianoddi

Seguidores: 13.159 Seguindo: 496 Tweets: 5.403[28]

Entrevista respondida por e-mail no dia 4 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?

Não sei dizer exatamente, mas acho que desde o meio do ano passado.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?

No começo, mais por curiosidade, para conhecer melhor a ferramenta.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?

Meu objetivo inicial era conhecer a ferramenta para saber se valia a pena utilizá-la. Descobri as utilidades, entre elas, para quem trabalha com internet, a maior importante: ser informado com agilidade. Hoje, o Twitter é a maneira mais rápida para nos informarmos. Basta seguir as pessoas certas.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?

Primordialmente, para divulgar meu trabalho, seja como editor-executivo do iG seja como comentarista da ESPN. Mas o Twitter também é divertido. Mesmo quando estou em casa e não estou trabalhando, sempre dou uma olhada.

5) Com que freqüência você posta mensagens?

Diariamente. Mas o volume por dia depende do tempo que tenho à disposição e, sobretudo, do que tenho para postar.

6) Você costuma interagir com os internautas?

Sempre que possível. Procuro responder às perguntas e, eventualmente, faço outras para entender o que as pessoas estão pensando sobre um determinado assunto.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?

Não gosto muito da prática comum de elogios mútuos entre jornalistas, dirigentes e jogadores no Twitter. É uma rasgação de seda sem fim. Acho constrangedor. Sobretudo a maneira como alguns jornalistas escancaram seus relacionamentos com alguns jogadores, como se fossem melhores amigos, não me parece a mais apropriada. Essa história de "e aí meu parceiro?" pra cá e "fala moleque!" pra lá não é legal quando os diálogos envolvem jornalistas e jogadores, por exemplo... Mas eventualmente falo com colegas e amigos através do Twitter, sim.

[28] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens p você?
Chega um pouco de tudo: perguntas, elogios e críticas também, claro.

9) Você responde as mensagens?
Sim, procuro responder, sempre que a mensagem exige uma resposta.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Não tenho dúvidas que a maioria dos meus seguidores se deve ao meu trabalho na ESPN. Portanto, imagino que a maioria dos meus seguidores espere ler sobre futebol: opiniões e informações sobre o tema.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?
No IG existe uma orientação básica e geral da direção de jornalismo: ter bom senso, postar com responsabilidade, sem agredir gratuitamente instituições ou pessoas. Aliás, eu mesmo senti a necessidade de passar à equipe de esportes do portal a orientação de não usar o Twitter, por exemplo, para manifestações clubísticas. Se o sujeito quer ter um Twitter de torcedor, pode ter (embora não me pareça apropriado para quem trabalha com esportes). Nesse caso, porém, pedi para que a conta do Twitter em questão não possa ser de forma alguma (seja pelo nome da conta, pela bio ou pela foto) identificada com o iG ou com um de seus produtos como, por exemplo, os blogs.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?
Sem dúvida. Não só porque jornalistas e veículos têm colocado informações antes pelo Twitter, mas porque os próprios personagens das notícias (técnicos e jogadores, por exemplo) usam a ferramenta para informar sobre suas atividades e opiniões.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)
Sim, hoje isso é essencial, no mínimo para nos pautar.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?
Como não sigo os leitores, não uso tanto a ferramenta com essa finalidade. Mas eventualmente, como disse, pergunto aos leitores quais as opiniões deles sobre determinados assuntos.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?
Não acho que exista uma maneira ideal. Tudo depende do trabalho do jornalista, do que ele busca. No meu caso, além de usar para divulgar meu trabalho, uso principalmente como fonte de informações e por isso não sigo tanta gente, caso contrário ficaria impossível acompanhar toda a timeline.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?
É outra escolha que cabe ao jornalista e também ao veículo para o qual ele trabalha, que pode não ficar contente com o fato de o jornalista priorizar seu twitter pessoal ao veículo.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Não deveria. Porque, como disse, acredito que o Twitter sirva principalmente para alertar os jornalistas sobre novas pautas, já que, hoje em dia, é a ferramenta que nos informa com maior agilidade. E os próprios jornalistas que em geral dão um furo pelo twitter, depois aprofundam a notícia colocando links para seus sites ou blogs.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Em dois aspectos, basicamente. O primeiro, na agilidade da informação (e essa mudança é comum ao jornalismo em geral). O segundo é que os personagens do jornalismo esportivo parecem dispostos a se tornar protagonistas da ferramenta (tanto que Kaká, um jogador, é o brasileiro com mais seguidores); isso muda, porque essa era uma fonte de informações que não existia: uma ferramenta através da qual jogadores, técnicos, dirigente e empresários informam sobre suas atividades e manifestam (às vezes sem filtro algum) suas opiniões.

APÊNDICE O

João Castelo Branco: repórter do canal ESPN
Twitter: @j_castelobranco
Seguidores: 3.211 Seguindo: 142 Tweets: 578[29]

Entrevista respondida por e-mail em 3 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
4 meses

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Para ficar por dentro de informações, especialmente de jogadores de futebol que começaram a usar twitter com freqüência. Eu não tinha muita vontade de entrar neste mundo, mas senti que poderia ficar pra trás ou perder informações se eu não pelo tivesse uma conta.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim, fico de olho no que os jogadores falam. Mas também fui além disso, aos poucos fui criando uma rede de seguidores e acabei me empolgando para twittar também.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Acabei usando para interagir com outros jornalistas e com pessoas que se interessam no nosso trabalho. Comecei a passar informações pelo twitter e promover meu trabalho também.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Em media uma vez por semana. Mas posso passar duas semanas sem postar e em um dia de trabalho mandar vários recados.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim um pouco. Mas não gosto do fato de tudo ser tão publico.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também um pouco.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Até agora foram no geral perguntas ou elogios.

9) Você responde as mensagens?
Tento responder. Mas não todas.

[29] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Saber mais sobre mim e ter informações sobre futebol internacional, porque ramo de trabalho.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Não.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim. Mas tem que lembrar que é uma minoria , poucas pessoas relativamente tem acesso ao twitter especialmente no Brasil.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Acho que cada um tem direito de fazer o que quer. Tem gente que gosta de passar opinião, ou levar para o lado pessoal. Acho legal passar detalhes que você, o jornalista, está vendo e outros talvez não tenham visto. Passar recomendações de publicações. E passar uma visão instantânea do que está acontecendo em certo local.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Isso acontece, acho até legal. Mas temos que lembrar para quem trabalhamos e não ser muito individualista. Se eu tiver um furo vou dar na ESPN primeiro, depois no twitter.Acho que em geral é usado assim, para promover o trabalho mas através de quem paga seu salário.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sim, pode. Mas aí é a responsabilidade do jornalista de apurar os fatos antes de publicar.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Tudo é instantâneo. A notícia se espalha rápido. Abriu uma janela direta para comunicação entre internauta, jornalista e o atleta. Com todos podendo se comunicar entre eles. Ainda está se estabilizando, encontrando seu rumo e maneira de usar e não sei ainda direito no que vai dar, e onde vai chegar. Mas tem que ficar esperto para não ficar pra trás.

APÊNDICE P

João Palomino: narrador do canal ESPN
Twitter: @joaopalomino
Seguidores: 20.715 Seguindo: 1.055 Tweets: 2.510[30]

Entrevista respondida por e-mail em 5 de maio de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
2 anos

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Divulgação dos eventos da TV

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sem dúvida

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Divulgar os eventos dos quais participo e emitir opinião rápida sobre acontecimentos esportivos.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Quase diariamente

6) Você costuma interagir com os internautas?
Raramente

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com jogadores, nunca, com jornalistas também raramente

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
De que vão acompanhar ou opinam sobre algum lance relativo ao jogo.

9) Você responde as mensagens?
Raramente

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Opinião e interação

[30] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui a tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?

Não

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Não, ainda não é totalmente confiável pelos Fakes

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Não

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim, especialmente se a informação é polêmica. É uma forma de observar algumas opiniões que podem ser levadas em consideração.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Dando informação, opinião, exclusivamente relativos aos acontecimentos esportivos.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Não é o fórum ideal

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Não o faria porque não o uso para isso, mas tem gente que entra nessa.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Nada, apenas acho que é uma ferramenta de divulgação importante, mas que transformou-se num verdadeiro mata burro. As pessoas não sabem exatamente o impacto que uma informação pode ter.

APÊNDICE Q

Jota Júnior: narrador do canal SPORTV
Twitter: @jotasportv
Seguidores: 15.863 Seguindo: 315 Tweets: 5.912[31]

Entrevista respondida por e-mail em 4 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Utilizo o twitter há mais ou menos uns 10 meses.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
O objetivo é de interatividade com o meio e com as pessoas que gostam de esporte que se interessam por assuntos sociais.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Corresponde, sim, aos objetivos meus. Uma gama de opiniões aparecem, dando várias versões dos fatos. É interessante.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Uso o twitter para falar do esporte, mas também abordo temas de interesse comum, como o econômico, financeiro, político.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Praticamente faço meus comentários todos os dias. Dificilmente fico um dia sem intervir.

6) Você costuma interagir com os internautas?
A interatividade é fantástica. Papos, divergências, discussões, tudo isso vira legal.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Interajo com colegas jornalistas, sim. É produtiva a troca de observações, opiniões, pontos de vista.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Recebo mensagens as mais diversas. Desde elogios pelo trabalho até as criticas por isso ou aquilo dito nas transmissões. A maioria é de forma educada, vez ou outra pintam comentários maldosos e tendenciosos. Mas tudo faz parte da liberdade que a ferramenta dá a todos.

9) Você responde as mensagens?
Sim.

[31] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

A pergunta não foi respondida pelo entrevistado.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Minha empresa não faz nenhum tipo de recomendação, nem adverte a ninguém. Temos total liberdade para usar o twitter.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

O twitter tem sido uma fonte de informação, sim. Vários dirigentes de clubes de futebol, por exemplo, dão noticias em primeira mão através do twitter. Isto vem ocorrendo costumeiramente.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

A pergunta não foi respondida pelo entrevistado

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Para mim, o termômetro é como o torcedor/telespectador se dirige a mim e faz suas colocações. Fico sabendo como ele está pensando a respeito de determinado assunto. É bem bacana isso.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

A maneira de utilizar o twitter depende de cada um, obviamente. Mas eu gosto de usá-lo com responsabilidade e respeito. Acho que todos deveriam pensar na repercussão de mentiras alí colocadas e de como isto poderá prejudicar a terceiros. Responsabilidade é a palavra!

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Os furos jornalisticos continuam sendo o grande alvo da classe. O jornalista se realiza quando consegue dar uma noticia em primeira-mão. Mas não é o mais importante do trabalho. Um furo pelo twitter é super legal, assim como através do rádio, jornal ou televisão.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

É claro que estou me referindo ao FURO sério, honesto, verdadeiro. A apuração dos fatos é o desdobramento da noticia dada como FURO. E o twitter também está a serviço da apuração dos fatos, evidentemente.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

O twitter, se usado com responsabilidade, ajuda e muito o jornalismo esportivo. É super rápido. É fulminante. Corre o planeta em segundos. Uma ferramenta espetacular, mágica eu diria.

APÊNDICE R

Júlio Gomes: comentarista do canal ESPN e editor-chefe do www.espn.com.br
Twitter: @juliogomesfilho
Seguidores: 6.840 Seguindo: 395 Tweets: 4.551[32]

Entrevista respondida por e-mail em 31 de março de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde 19 de setembro, ou seja um pouco mais de seis meses.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
O Twitter é hoje uma ferramenta de comunicação, muito mais do que uma rede social. Para jornalista, é obrigatório ter uma conta. Não necessariamente para twittar e emitir opiniões, mas para seguir muita gente e estar informado.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Eu, além de sentir necessidade de seguir pessoas, tendo também a emitir opiniões. Sim, ele atende até hoje meus objetivos.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Segue na mesma linha do início. Informar, opinar e ficar informado. No meu caso, como editor de um site importante, o ESPN.com.br, o Twitter também é muito importante para eu monitorar o que está fazendo a concorrência.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Não há uma frequência exata. Eu uso muito o Twitter pelo celular, então a qualquer momento do dia posso pegar e twittar. Costumo twittar todos os dias, mas isso não é uma obrigatoriedade que eu me imponho.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim, gosto de responder a todos. É claro que, na medida em que cresce o número de seguidores, vai ficando mais difícil responder.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com jornalistas, sim. Dirigentes e jogadores, não.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Perguntam opiniões sobre temas específicos, falam muito da programação da ESPN, se vamos passar esse ou aquele jogo. E há aqueles também que simplesmente elogiam ou simplesmente ofendem, xingam. Desabafam, creio.

9) Você responde as mensagens?
Sim, na medida do possível.

[32] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Sinceramente, não tenho a menor ideia. Não tenho a resposta para esta pergunta e acho que todos a buscamos diariamente.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?

A ESPN americana tem uma série de regras, mas isso nunca foi imposto aqui no Brasil. Acho que é questão de tempo. O jornalista, em geral, ainda não entendeu que escrever no Twitter é o mesmo que falar no microfone. É estar "no ar". Tem coisa que não se fala no ar, certo? Então também não pode falar no Twitter.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim, a principal, eu diria.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim. Mas só publicamos qualquer coisa se tivermos 110% de certeza de que o Twitter é oficial. Se houver qualquer margem de dúvida, não dá para confiar.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Com ressalvas. É um termômetro das pessoas que eu sigo, e esse extrato não serve para medir a opinião do público geral, é uma amostra limitada.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Não sou petulante a ponto de dizer que há uma fórmula. Acho que todos estamos descobrindo pouco a pouco.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Normal. O furo hoje dura horas, minutos, não mais dias, como antigamente.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sem dúvida. Há colegas que se apressam. A ferramenta pode ser o Twitter, um jornal, uma rádio, uma tábua na montanha. Para dar uma informação, seja furo ou não, tem que ter certeza dela e é necessário chegar, apurar, aprofundar. Isso é uma responsabilidade da profissão, não importa a ferramenta.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

É quase uma revolução. Traz dinamismo, traz o contato direto nosso com o público e também com os entrevistados.

APÊNDICE R

Leonardo Bertozzi: comentarista do canal ESPN
Twitter: @lbertozzi
Seguidores: 24.941 Seguindo: 24.974 Tweets: 116.224[33]

Entrevista respondida por e-mail em 27 de maio de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Pouco mais de dois anos.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Não houve um objetivo específico. Uma funcionária da Trivela me alertou sobre a ferramenta, sobre a necessidade de termos uma conta no twitter para o site, e eu criei a minha na mesma onda.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Como eu disse, não tinha muitas expectativas. Hoje percebo o alcance da ferramenta.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Um pouco de tudo. Principalmente para me atualizar sobre o noticiário, mas também para informar aos seguidores sobre minha agenda e também passar informações de futebol. Vez ou outra posto sobre outros assuntos, mas é raro.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Constantemente. Sempre que estou online.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim. Sem interação o twitter perde muito de sua função.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com jornalistas, sim. Dirigentes ou jogadores, não.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Fazem perguntas, gostam de debater determinados temas, querem saber informações.

9) Você responde as mensagens?
Procuro responder a todos, mesmo aos mais "preguiçosos" que preferem te perguntar algo a procurar no google.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Acredito que ele espere informação e opinião sobre futebol.

[33] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?

Nunca recebi qualquer tipo de restrição. A maior norma é o bom senso.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvida. ele faz a função que o RSS deveria fazer.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim, é natural que isso aconteça. É preciso apenas tomar cuidado para que o twitter não substitua as demais técnicas de apuração.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Certamente. Quando algo está muito comentado na timeline, é relevante. Até por isso procuro seguir todos que me seguem.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Cada um tem sua maneira, não há uma regra. Há os mais sérios, os mais descontraídos. O importante é saber que tudo o que você diz no twitter vale como se fosse dito na televisão.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Pode ser um pouco incômodo para os meios de comunicação, já que o "dono" da notícia passa a ser o jornalista e não o meio.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Pode e já leva. Por isso o cuidado que sugeri anteriormente.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Não creio que mude, acho que acrescenta. É uma mídia a mais, com sua linguagem e suas peculiaridades.

APÊNDICE T

Marcela Rafael: apresentadora e repórter do canal ESPN
Twitter: @marcelarafael
Seguidores: 2.465 Seguindo: 315 Tweets: 6.917[34]

Entrevista respondida por e-mail em 1 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
2 anos e meio

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Pra me divertir com meus amigos e ver o que os famosos escreviam.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial? Não.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Pra me informar. E pra informar quem em segue. Mas sempre acabo me divertindo bastante.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Todos os dias.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Eu respondo todas as perguntas.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com meus colegas interajo sempre. Com dirigentes e jogadores quase nunca.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Eles falam sobre as matérias e programas que faço. Elogiam e criticam. Tb falam de todos os outros programas do canal onde trabalho.

9) Você responde as mensagens?
Todas.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Não penso muito nisso. Continuo escrevendo o que sempre escrevi. Mas acho que ele não gostaria de saber qual foi meu almoço ou coisas desse tipo.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?
Não. Temos muita liberdade... tanto nos programas e matérias, quanto no twitter.

[34] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim. Mas todas as informações precisam ser checadas.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim. E desperta pautas também.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

A regra é sempre se perguntar: eu falaria isso em público?

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Lugar de furo é em meios de comunicação. A partir do momento que a informação é dada no twitter, deixa de ser furo

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sim.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

O *feedback* do público e na rapidez da informação que muitas vezes chega mais rápido através de dirigentes, jogadores e outros jornalistas.

APÊNDICE U

Marcelo Bechler: comentarista da Rádio Globo SP
Twitter: @marcelobechler
Seguidores: 5.900 Seguindo: 275 Tweets: 18.416[35]

Entrevista respondida por e-mail em 14 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Há dois anos. Em agosto de 2009.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
De divulgação do trabalho e interação com o público.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Apenas para trabalho.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Todos os dias. Algumas vezes por dia. Apenas quando julgo informações ou comentários pertinentes.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Respondo às perguntas e tento esclarecer dúvidas. Não promovo enquetes ou proponho discussões.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com jornalistas amigos, apenas.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Normalmente, elogios ao trabalho. Eventualmente críticas. Sempre que twitto algo incorreto, muitas correções.

9) Você responde as mensagens?
Sim.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Comentários e especialmente informações sobre futebol.

[35] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Possui. A principal orientação é não falar no twitter o que não falaria nos microfones.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvidas. Expressa e carente de aprofundamento, mas é fonte de informação sim.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Não utilizo, porque o que algum personagem coloca no twitter se transforma em notícia em seguida. Normalmente, escrevem bobagens e futilidades. Não sigo jogadores ou dirigentes.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim. Mas com o olhar de que a voz do povo não é a voz de Deus. Não é porque todos estão dizendo que é o correto.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Postar informações. Hoje, todos querem comentar mais do que informar. Querem ter opinião sobre tudo e manifestar o ponto-de-vista sem embasamento. Evitar preconceitos, deboche e futilidades pessoais.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

O importante é a informação ter qualidade. O jornalista pode escrever em primeira mão que o Ronaldinho foi contratado, por exemplo. Mas a notícia boa é a que traz detalhes, explica, é crítica.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

A pressa é inimiga da perfeição. Querer ser o pai da notícia, a vaidade do jornalista, pode gerar sim a falta de cuidado na apuração. Mas existe má apuração e boa em qualquer veículo e no twitter pessoal de qualquer profissional.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

O torna mais crítico e dinâmico. A informação que vai chegar no rádio ou na TV já foi consumida na internet antes e o twitter é um bom canalizador de notícias.

APÊNDICE V

Marcelo Di Lallo: repórter da rádio Estadão ESPN
Twitter: @di_lallo
Seguidores: 6.253 Seguindo: 547 Tweets: 26.785[36]

Entrevista respondida por e-mail em 1 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Há 2 anos e pouco.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Divulgar meu trabalho profissional e criar uma rede amigos.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Corresponde sim.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Continuo utilizando mais para fins profissionais.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Umas 10 vezes por dia, no mínimo.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sem dúvida. Faz parte do meu trabalho. Ver e ler as críticas ao futebol, ou ao nosso trabalho na rádio Estadão ESPN.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também mantenho contatos com colegas de outras empresas. Quanto à dirigentes e jogadores não tenho tanto interesse. Poucas pessoas de dentro do futebol sabem utilizar a ferramenta do twitter.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Todos os tipos possíveis. Elogios, informações, críticas, cornetadas, etc.

9) Você responde as mensagens?
Respondo 90% das mensagens.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Espera comentários inteligentes sobre o esporte e que tenha um mínimo de consideração por ele.

[36] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Oficialmente não. Mas temos que ter algumas responsabilidades.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvida. Quase tão rápida quanto o rádio.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

De vez em quando. Há muito perfil falso, e todo cuidado é mais que necessário.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sem dúvida, levando-se em consideração que ainda uma fatia muito pequena de brasileiros utiliza o twitter.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Ele pode se dividir entre o jornalista e uma pessoa comum, que tem opiniões e problemas, mas sempre com responsabilidades.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

O furo hoje é bastante discutível. Temos tantas ferramentas e mídias instantâneas, que é muito complicado você definir uma informação como furo.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sem dúvida. Há muitas pessoas e garotos que sonham em ser jornalistas, e se acham no direito de publicar uma informação desta característica, ou seja, sem apurar e sem fonte.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

Virou mais uma ferramenta do jornalismo. Textos mais curtos, numa mesma tela, e funcionando como uma rede de amigos e notícias.

APÊNDICE W

Marcelo Prado: repórter do GLOBOESPORTE.COM
Twitter: @marceloprado
Seguidores: 3.266 Seguindo: 762 Tweets: 12.185[37]

Entrevista respondida por e-mail em 19 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde 2009

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Me relacionar com amigos e ainda promover a rapidez na troca de informações que apenas o twitter proporciona

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim, faço as duas coisas

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
As duas coisas e ainda aproveito para postar fotos ou vídeos que julgue interessante.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Diariamente

6) Você costuma interagir com os internautas?
Com os que são educados, sim (rs)

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Sim, constantemente

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
A grande maioria pergunta informações sobre treinos, contratações. E ainda repercutem opiniões dadas por mim sobre jogos, jogadores, eventos, política e por aí vai....

9) Você responde as mensagens?
Sim, costumo responder todas

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Na verdade, nunca penso muito nisso. Eu não mudo o que penso na hora de escrever para ter mais ou menos audiência. Acho que jornalista tem que tomar muito cuidado com o que escreve porque é formador de opinião...

[37] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Sim, a TV Globo é muito rigorosa quanto a isso. Existe uma cartilha de recomendações do que pode e não pode ser escrito

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sem dúvida nenhuma

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim, em diversas oportunidades precisei de personagem para matérias e através do twitter, encontrei. Porque sempre tem um amigo ou conhecido de alguém que te segue que pode ajudar (rs)

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim, todo mundo no twitter vira comentarista (rs)

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Acho que primeiro e mais importante, é preciso ter responsabilidade no que escreve. E segundo, ter educação porque nem sempre vão concordar com você. Uma meia dúzia "revolucionária" sempre parte para a agressão verbal. Contra esses idiotas, a ignorância é o maior remédio

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Eu só posto a informação no twitter depois que ela está publicada no GLOBOESPORTE.COM Não tem sentido eu fazer ao contrário, eu estaria indo contra o meu empregador. Não critico quem faz, mas não faço.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Já tem isso direto.. Você que tem de saber filtrar...

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

Acredito que o twitter proporciona uma dinâmica na troca de informações que você não encontra em nenhum outro meio de comunicação... Mais até do que a internet, que revolucionou o mundo quando chegou...

APÊNDICE X

Mário Monteiro: repórter do Portal IG
Twitter: @alemao_mario
Seguidores: 802 Seguindo: 301 Tweets: 11.415[38]

Entrevista respondida por e-mail em 1 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Tenho desde dezembro de 2009. Ou seja, quase um ano e meio.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
O objetivo principal foi para divulgar meu blog (o Blog do Alemão) e as matérias que faço no iG.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim, corresponde.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Utilizo principalmente para divulgação dos meus trabalhos, no blog e no iG, mas também uso para dar minhas opiniões sobre qualquer tipo de assunto, expor meus pensamentos, meus afazeres...

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Diariamente. Talvez menos de final de semana, mas como eu trabalho online na internet, fico postando o dia inteiro durante a semana.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim, com certeza. Sempre respondo às perguntas que me fazem, questiono as observações...

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também. Uso o Twitter como ferramenta de conversa com jornalistas, dirigentes, jogadores e também amigos.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Geralmente são mensagens e perguntas sobre futebol alemão. Creio que 80% das mensagens que recebo são desse assunto.

9) Você responde as mensagens?
Sim, todas que chegam. Mão passa uma.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Principalmente notícias de futebol alemão. E como sou um jornalista que escreve para um

[38] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

grande portal, o iG, acredito que essas pessoas que começam a me seguir possam buscar mais informações esportivas.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?
A recomendação é que não postemos mensagens com palavras de baixo calão ou, por sermos jornalistas esportivos, textos que contenham xingamentos a clubes ou torcidas de futebol no Brasil.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?
Sim, com certeza! Isso se não for a principal fonte da atualidade. Em muitos casos tomamos conhecimento de uma notícia importante primeiro no Twitter. Na minha opinião, essa ferramenta é um fenômeno da internet.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)
Uso sim. E fonte das boas...

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?
Nunca pensei em usar dessa maneira, apesar de analisar a opinião dos outros sobre determinado assunto.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?
De forma moderada. Todo mundo torce por um time de futebol. Creio que não seja antiético postar mensagens como torcedor, mas é claro que devemos ter consciência e bom senso para não extrapolar. Além, claro, de emitir opinião, divulgar os principais assuntos do momento, mostrar seu trabalho. Afinal, o jornalista é um formador de opinião.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?
Acho ótimo. Para nós jornalistas, qualquer fonte a mais que apareça para furos é bem-vinda.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?
Acredito. Por isso é importante se aprofundar na pesquisa de uma determinada informação que você receber no Twitter. Apesar de ser uma ótima fonte, não podemos acreditar em tudo que aparece por lá.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?
Acho que muda o conceito do próprio jornalista em relação aos seus leitores. O Twitter aproxima o profissional de imprensa de quem confia nas suas palavras numa notícia. Acho muito legal esse tipo de coisa.

APÊNDICE Y

Maurício Noriega: comentarista do SPORTV
Twitter: @norinoriega
Seguidores: 68.814 Seguindo: 533 Tweets: 15.848[39]

Entrevista respondida por e-mail em 1 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Menos de dois anos.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Divulgar escalas, blog e encontrar amigos antigos.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Em parte, sim. Ajuda muito na divulgação do blog, por exemplo.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Tentar interagir e divulgar escalas e o blog, não mudou muito.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Sempre que atualizo o blog, geralmente.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Bastante.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também, até entrevista já fiz via DM do Twitter.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Tem de todo tipo. Legal, divertida, agressiva, mal-educada, estúpida.

9) Você responde as mensagens?
As que considero relevantes, respondo.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Acho que, no fundo, ele quer ter um comentarista exclusivo para ele no Twitter, respondendo tudo que ele gostaria de saber. Tipo um pay-per-comentarista, só que de graça.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?
Declaradamente, acho que não, mas a norma maior é o bom senso. Mas a empresa sabe quem tem conta no Twitter.

[39] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim, mas ainda sem muita credibilidade. Falta filtro.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Já utilizei, mas porque eu sabia que era a pessoa, e mesmo assim liguei para ela para confirmar a notícia. E consegui o furo.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Mais ou menos. Como disse antes, o Twitter não é confiável ainda.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Isso é muito pessoal, depende do que cada um quer fazer, dos objetivos que tenta alcançar. Tem gente que só quer polêmica, aparecer. Outros querem trocar ideias.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Se o jornalista for free-lancer, tudo bem? Se tem um blog e divulga via Twitter, tudo bem. Se trabalha para uma empresa e dá a notícia antes no Twitter, está errado.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Já leva. Tem muito boato, mentira e enganação no Twitter.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

Por enquanto, em nada de relevante. É mais uma ferramenta. O que interessa é conteúdo, não como ele é distribuído

APÊNDICE Z1

Milton Leite: narrador do SPORTV
Twitter: @miltonleitereal
Seguidores: 114.393 Seguindo: 166 Tweets: 21.137[40]

Entrevista respondida por e-mail em 8 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Pouco mais de um ano, comecei na Copa do Mundo do ano passado.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
O objetivo inicial era ter a possibilidade de interagir com as pessoas que acompanham o meu trabalho.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Na verdade ele se ampliou, porque hoje em dia uso também para acoimpanhar o noticiário, seguindo veículos que me interessam, além de muitos companheiros de atividade.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Para interagir com as pessoas, para divulgar as coisas que escrevo no meu blog e as minhas escalas na TV, colocar algumas opiniões de vez em quando, acompanhar o noticiário...

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Praticamente todos os dias, pelo menos para responder às pessoas que me seguem.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim, afinal esse foi o objetivo da minha entrada na ferramenta.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com muitos jornalistas, sim, pessoas que são minhas amigas, que admiro. Mas com dirigentes e jogadores, não. Não sigo nenhum deles.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Comentam coisas a respeito do meu trabalho, querem saber das minhas escalas, às vezes perguntam a minha opinião a respeito de algum fato...

9) Você responde as mensagens?
Respondo à maioria, quando dá tempo, mas a maioria eu atendo.

[40] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Imagino que ele queira a chance de "conversar" com alguém que está em evidência na mídia, além de saber minha opinião sobre os assuntos do dia-a-dia.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Tem, basicamente que assuntos estratégicos da empresa não podem ser divulgados sem autorização.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim, principalmente quando você segue os veículso de comunicação que têm contas lá, além disso é comum as pessoas ficarem postando resultados de jogos, comentários sobre as coisas que estão acontecendo, etc.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Não

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Utilizo mas em relação ao meu trabalho. Depois de uma transmissão costumo entrar para verificar os comentários que fazem a respeito do trabalho que realizei.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Acredito que cada um tem um interesse quando entra lá, mas acho que a ferramenta serve para tudo isso que você colocou nas perguntas anteriores. Mas é importante sempre ter certeza da procedência de uma informação divulgada ali, ela deve ser um ponto de partida para a apuração, não se pode acreditar que tudo que está ali é verdade.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Sinceramente não sei, mas não acredito nisso. Pelo menos não tenho visto isso acontecer.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Esse é o maior perigo, até porque em 140 caracteres não dá pra divulgar nada com muita profundidade.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Por enquanto, em minha opinião, nada.

APÊNDICE Z2

Rafael Oliveira: comentarista do canal Esporte Interativo
Twitter: @r_oliveira
Seguidores: 21.385 Seguindo: 310 Tweets: 17.579[41]

Entrevista respondida por e-mail em 5 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Completo dois anos na semana que vem, no meio de abril.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Entrei sem ter muita idéia do que esperar. Ouvia falar do site e, como em quase toda novidade na internet, tive um certo pé atrás, achando que seria meio inútil. Afinal, qual seria a graça de saber o que as pessoas estariam fazendo? Por que em 140 caracteres? Eram mais perguntas do que objetivos, na verdade. Talvez o objetivo fosse apenas observar, e não escrever nada.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
É bem diferente. Mudou muito a maneira de enxergar site a importância que ele ganhou como ferramenta de comunicação mesmo.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
O twitter hoje é indispensável para filtrar notícias do meu interesse e com velocidade maior do que qualquer outro site possa dar. Sendo assim, já não consigo ficar na internet sem estar logado no twitter. É, de fato, um vício. Além de informação, ele permite que você opine e leia as opiniões de quem você deseja, em tempo real, principalmente durante algum evento que esteja acontecendo naquele momento, por exemplo.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Nas últimas semanas, diminuí um pouco o ritmo de "tweets", chegando a passar mais de um dia sem postar nada. Mas o normal é postar várias mensagens por dia, sendo de tarde, de noite ou de madrugada.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim. Sempre que possível, paro para ler e responder quase todo mundo que me manda mensagens.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com jogadores e dirigentes é um pouco mais difícil. Mas com jornalistas é bem mais comum.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Perguntas e comentários sobre esportes, em geral, além de elogios e críticas sobre meu trabalho.

[41] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

9) Você responde as mensagens?

Quase todas. Só não faço nenhuma questão de responder quem não tem o mínimo de educação nas mensagens. Mas isso é bem raro.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Isso é bem interessante. Porque essas ferramentas sociais tendem a dar uma sensação de liberdade e privacidade que não corresponde com a realidade. Quem me segue, sabe que, na maioria dos casos, verá minha opinião como comentarista. Em outros, verá críticas feitas pelo lado torcedor (que não escondo, deixando claro inclusive na descrição). No twitter, posso sair dos esportes e postar sobre outros assuntos. Mas acredito que 99% dos meus seguidores esperam tweets sobre esportes ou, de repente, algo que exponha um pouco mais o lado pessoal, algo que o telespectador sempre tem certa curiosidade.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Bom-senso.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Com certeza. Uma das maiores.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Uso. No meu caso, é uma ótima ferramenta para acompanhar o que jornalistas europeus noticiam ou comentam. Aqueles detalhes que nem sempre são publicados, mas que você consegue ter acesso pelo twitter.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim. Dá para ter uma noção interessante.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Não acredito que exista uma forma ideal. Cada um tem que saber até que ponto deseja se expor ou se preservar. Vai muito do estilo do jornalista. Alguns comentam mais, outros dão notícias. Alguns usam como ferramenta de trabalho, enquanto outros preferem falar mais da vida particular.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

O grande problema é que com a velocidade do twitter, ficou ainda mais difícil brigar pelo famoso “furo”. E, com isso, tem virado uma rede de chutes e especulações, que se espalham com uma rapidez impressionante. Ao mesmo tempo em que o twitter acelera a velocidade da notícia, diminui a apuração dela. Este talvez seja o maior problema.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Certamente. Já é isso que vem acontecendo bastante.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Já mudou muita coisa. Não sou especialista para tirar este tipo de conclusão, mas o jornalismo deve ser uma das áreas mais afetadas pela popularização do twitter. Hoje fica muito fácil ter relatos de vários lugares ao mesmo tempo sem estar presente em nenhum deles. E você não precisa esperar o repórter voltar até a redação. Tem acesso imediato a dezenas de opiniões ou informações através do twitter. Com isso, a dinâmica do jornalismo esportivo mudou bastante. A repercussão do que acontece em determinado treino é imediata, por exemplo. E a cobertura de grandes eventos também. A Copa do Mundo de 2010, apelidada de a "Copa do Twitter" por alguns na época, mostrou isso. Foi a primeira grande competição do esporte mundial já contando com a rede. E foi diferente. Ficou muito mais fácil ser bem informado, desde que você saiba escolher quem seguir.

APÊNDICE Z3

Ricardo Perrone: comentarista da Rádio Globo e "blogueiro" do GLOBOESPORTE.COM
Twitter: @ricaperrone
Seguidores: 43.543 Seguindo: 638 Tweets: 44.034[42]

Entrevista respondida por e-mail em 8 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Acho que há uns 2 anos.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Na verdade, quando fiz, foi pra ver o que era. Sem segundas intenções.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Não. Hoje uso bastante.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Tirar sarro, opinar sobre futebol e divulgar conteúdos do blog.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Sou chato. Posto quase o dia todo. Rs.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Raramente. A maioria é muito mal educada quando o tema é futebol.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Sim, são as pessoas do meio.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Agredindo se discordam, exaltando se concordam. Ignoro os elogios e as criticas pq os dois são "pós jogo".

9) Você responde as mensagens?
Quase nunca.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Opinião sobre futebol.

[42] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Eu não trabalho em nenhum com carteira assinada. Mas tem lá suas recomendações sim.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim...

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sempre

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Muito!

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Observar e não generalizar., O torcedor virtual não é o mesmo que vai ao estádio. Ali você tem a base de um perfil diferente do torcedor de estádio.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

A velocidade dele permite né. Acho normal.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

No jornalismo atual, especialmente no esportivo, algo pode piorar?

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

O fato dos jogadores terem voz. Antes eles so falavam se a mãe, o assessor, o empresário e o clube deixassem. Hoje eles podem escorregar e mostrar a cara via twitter as vezes.

APÊNDICE Z4

Rodrigo Bueno: comentarista do canal ESPN e jornalista da Folha de São Paulo
Twitter: @RodrigoBuenoESP
Seguidores: 14.434 Seguindo: 1.773 Tweets: 42.851[43]

Entrevista respondida por e-mail em 4 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?

Comecei a tweetar, experimentalmente, no segundo semestre de 2009.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?

Entrei primeiro para saber do que se tratava. Não tinha plano ou ideia para meu Twitter. Tanto que o @RodrigoBuenoESP é um erro. Queria escrever @RodrigoBuenoESPN e faltou espaço para o N. Depois, como trabalho no caderno Esporte da Folha e como sou descendente de espanhóis, deixei o @RodrigoBuenoESP.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?

O Twitter superou muito minhas expectativas. Pensava, a princípio, que não teria muita utilidade para a atividade jornalística. Mas me surpreendi rapidamente vendo que os sites que eu costumeiramente acessava chegavam até mim pelo Twitter. Não era mais eu que corria atrás de informação, ela que vinha até mim. Com muitas celebridades do esporte, clubes, entidades e veículos de comunicação no Twitter, ficou impossível não ficar bastante ligado no Twitter. Com o passar do tempo, fui pensando melhor no que eu gostaria de escrever no meu Twitter.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?

A principal coisa é ficar informado. Depois, divulgar meu trabalho, na Folha e na ESPN. Fiz alguns bons contatos e amigos no Twitter, mas, para tratar com colegas e pessoas próximas, uso mais DMs, outras mídias sociais e o insubstituível contato pessoal. No Twitter, excercito também minha visão, muitas vezes bem humorada, sobre diversas coisas, notadamente relacionadas ao esporte e ao jornalismo. Já divulguei campanha social e costumo divulgar vagas de trabalho para jornalistas no meu Twitter. É uma boa forma de manter contato com fãs do esporte e leitores, saber melhor o que eles pensam.

5) Com que freqüência você posta mensagens?

Varia muito. Tem dias que tweeto tanto em tão pouco que sou bloqueado. Já fui umas dez vezes por excesso de tweets. Normalmente isso acontece quando estou comentando algum jogo importante ou estou em um evento relevante. Tem dias, que, de folga, quero distância do Twitter. Por conta de projetos pessoais, fiquei quase quatro meses no segundo semestre de 2010 fora do Twitter. Ele vicia, é perigoso nesse sentido também.

[43] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

6) Você costuma interagir com os internautas?

Procuro responder a todos que me escrevem, seja por e-mail, orkut, facebook ou twitter. No começo era mais fácil, criei até uma forma bacana de mandar #FFs individualizados, mas depois, com cerca de 10 mil seguidores, ficou difícil atender a todos.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?

Sigo todo tipo de jornalista, dirigente ou jogador no Twitter, mas tenho contato com poucos. Já pedi entrevistas por Twitter. Algumas rolaram, outras não. E às vezes, acompanhando o Twitter dessas pessoas, tive ideias para algumas pautas.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?

No geral, são mensagens comentando jogos de futebol, fases de times, de jogadores, pessoas cobrando palpíte para jogos e opinião sobre futebol. Procuro divulgar blogs de meus seguidores, então tem muita gente que pede ajuda na divulgação de seus trabalhos (quase sempre atendo).

9) Você responde as mensagens?

Todas as que posso. Não tinha bloqueado ninguém até ser ameaçado recentemente por Luiz Felipe Scolari e ser difamado em uma desproporcional nota do Palmeiras. Virei alvo de alguns torcedores organizados que mal conhecem meu trabalho e que me viram como um inimigo. Quem me conhece sabe como respeito todo mundo e sou deveras atencioso com leitores, seguidores e fãs de esporte.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Depende do internauta. Creio que a maioria está interessada em saber minha opinião sobre esporte, principalmente sobre futebol. Esse é o público com o qual trabalho há mais de 16 anos, no jornal e na TV. Mas tem gente interessada em saber o que escrevo sobre outras coisas, sei de grandes amigos jornalistas que pararam de me seguir porque tweeto muito, respondo muito aos seguidores. E entendo, sou meio chato no Twitter às vezes. Porém resolvi tweetar para o público em geral, não para os colegas da imprensa. Minha ideia não é usar o Twitter para dar furo de reportagem. Para isso, tenho o jornal em sua versão papel e eletrônica.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recumendação sobre o uso do twitter?

Tem norma sim. A Folha já deixou bem claro que é "dona" da minha imagem e dos meus textos e que devo ter muita responsabilidade com minha aparição em mídias sociais. Eu represento o jornal de certa forma, tenho imagem associada à Folha (e à ESPN), e fatos recentes mostram que não posso comentar certas coisas. Isso não é bem uma censura, é mais um bom senso. Mesmo antes da recomendação da Folha, tem coisas que eu não faria de jeito nenhum. Evito falar de política, por exemplo, me posicionar em determinadas situações. Não provoco torcida, nunca foi minha praia fazer isso. Não ofendo nem desrespeito ninguém, nunca achei que Twitter fosse para isso e nunca fui de fazer isso mesmo. Não me sinto podado no Twitter. Escrevo o que normalmente escreveria.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

É sim. Tenho conversado com meus editores sobre a necessidade cada vez maior de termos uma pessoa que monitore o Twitter e o use como uma fonte de informação. Por ser

muito rápido e por termos hoje um jornal online cada vez mais vibrante, o Twitter virou uma fonte que não pode ser ignorada.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim, alguns jogadores, clubes e entidades têm transformado o Twitter em um meio importante de informação. Alguns sabem usar muito bem o Twitter para informar. Outros acabam passando boas informações mesmo que de forma mais pessoal.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim, é legal saber qual é o assunto do momento, o que está virando TT, qual é a opinião das pessoas sobre os mais diversos acontecimentos, especialmente esportivos no meu caso.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Não tenho condições de dizer qual é a maneira ideal. Nem todos pensam como eu sobre o Twitter, tem gente que ainda o abomina na imprensa. Acho que o jornalista em geral deve usar o Twitter como canal de comunicação com seus leitores, ouvintes, telespectadores e internautas, tentar entendê-lo melhor, saber quais são suas necessidades, suas carências, sua opinião também. E, claro, divulgar seu trabalho. Jornalista não é artista ou atleta, mas gosta de ver seu trabalho alcançando o maior número de pessoas possível. Eu acabei virando meio que um personagem no Twitter, mas esse personagem não é nada diferente do que sou, quem me conhece do jornal ou da TV ou pessoalmente sabe. Me divirto com meu trabalho e me divirto no Twitter.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

O problema disso é para a empresa que o jornalista trabalha. Dar furo no Twitter pode ser bom para o ego do profissional e pode ser péssimo para quem o está pagando. Eu não tenho blog para dar furo e uso meu Twitter como um blog muitas vezes. Mas só coloco uma informação mais importante no Twitter se tenho pela certeza de que ela não sairá no papel ou na versão online da Folha primeiro.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Isso já aconteceu várias vezes. A internet permite a todo mundo dar "furo", a todo mundo opinar, a todo mundo escrever, "ser jornalista" etc. Esse jornalismo instantâneo resulta em mais erros e em apurações menos profundas. A obsessão em dar tudo primeiro, muito rápido, às vezes atropela tudo.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

Não muda muita coisa. Talvez jogadores, técnicos e jornalistas se aproximem mais um pouco. No passado, jogadores recebiam jornalistas no campo, no vestiário e tinham um vínculo maior, se falavam mais. Hoje em dia, com as assessorias de imprensa, o contato entre jornalistas e atletas e treinadores é pequeno, limitado quase que só às coletivas. Já conheci pelo Twitter bem mais sobre alguns jogadores e treinadores. Não que tenhamos ficado amigos, mas foi possível ter um bom contato mais pessoal.

APÊNDICE Z5

Thiago Lavinas: jornalista do GLOBOESPORTE.COM
Twitter: @thiago_lavinas
Seguidores: 5.042 Seguindo: 570 Tweets: 6.636[44]

Entrevista respondida por e-mail em 14 de novembro de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Há três anos mais ou menos.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
No início para conversar com amigos, fazer novas amizades. Com a popularização passei a usá-lo mais para trabalho. Não posso mais utilizar o Twitter para expor opiniões ou brincar com amigos. Os seguidores não têm a percepção para separar a pessoa normal do jornalista. Então qualquer opinião pode ser levada para um campo profissional, gerar comentários e cobranças. E passei a evitar isso.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Não. Muito longe disso. Hoje é uma ferramenta profissional. Antes era algo para me divertir e relaxar.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Apenas no campo profissional. Para divulgar matérias publicadas no GLOBOESPORTE.COM ou na minha coluna no site, para acompanhar o que escrevem as personalidades do meio esportivo, para interagir com os torcedores.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Quando estou trabalhando, diariamente, várias vezes por dia. Fico com o Twitter aberto em um monitor à parte do meu computador na redação. Em folgas, já postei bem mais.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Sim, quase sempre. Acho importante ter esse contato para o meu trabalho. É como se fosse um retorno em tempo real do que é produzido e, principalmente, um caminho para saber os assuntos mais comentados, que geram mais interesses, em resumo, o que o público quer ver.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Sim. Tornou-se muito útil nestes tempos em que as assessorias de imprensa fecham cada vez o contato.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
Normalmente perguntas de assuntos que estão na mídia ou comentários sobre jogos.

[44] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

9) Você responde as mensagens?

Algumas sim, outras não. Depende do assunto, do número de mensagens e também da educação de cada um.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?

Acho que ele espera estar bem informado sobre assuntos esportivos e ouvir a minha opinião profissional em determinadas ocasiões. Acho que ele também tem curiosidade sobre a minha rotina, o que eu faço, o que eu gosto, com quem eu falo, etc.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Sim.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Sim, mas sempre precisa de confirmação. Nada pode sair do Twitter direto para as páginas. Acho que o Twitter atualmente funciona como uma central nervosa que sempre dá um sinal quando algo está acontecendo.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Acompanho normalmente as pessoas que preciso no meu trabalho. Muitas vezes pautas nascem pelo o que elas escrevem no twitter.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sim. É importante este feedback. Mas é preciso ter o feeling para separar o público em geral do "torcedor doente".

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Atualmente, em que o torcedor julga que você também virou uma pessoa pública, apenas dando opiniões profissionais e sempre interagindo com o público. E como uma fonte de informação seguindo pessoas que podem acrescentar conteúdo diariamente ao seu trabalho. Acho interessante usar o twitter também para passar algumas informações em tempo real sobre a rotina de cada jornalista. Quem está em um clube, por exemplo, pode comentar algo que aconteceu em um treino ou na coletiva... algo de bastidores. Postar fotos, vídeos, etc.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Péssimo. Para mim trata-se de uma total vaidade do jornalista querer dar furo pelo twitter. Até porque em 95% das vezes o público em geral não percebe quem é o primeiro a dar a informação. É uma competição de jornalista para jornalista. Nada tem a ver com o público. Se um jornalista trabalha em uma rádio ou jornal, ele precisa divulgar a informação primeiro no seu veículo. Não no twitter para depois ficar se promovendo falando que ele era o dono daquela informação. Fora que há uma onda de pessoas que "chuta" sem qualquer apuração prévia para depois só falar que "deu o furo" caso tudo se confirme posteriormente. Infelizmente, atualmente vejo muita gente querendo se promover pelo Twitter.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Sim. Vejo muito isso acontecer atualmente. Aos poucos, acho que o público vai saber separar o bom do mau profissional no Twitter.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Atualmente, não vejo um jornalista esportivo sobreviver mais sem o Twitter a partir do momento que ele alterou a rotina profissional, passou a ser uma fonte indireta de informação e passou a ser um canal direto de comunicação com o público.

APÊNDICE Z6

Vitor Sérgio: comentarista e apresentador do canal Esporte Interativo
Twitter: @vitorsergio
Seguidores: 40.161 Seguindo: 381 Tweets: 24.794[45]

Entrevista respondida por e-mail em 11 de maio de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde o começo de 2010.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Para divulgar o meu blog.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Não. É muito mais amplo. Hoje uso o Twitter para trabalhar. Fico informado de tudo que acontece no mundo do esporte basicamente via Twitter.

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Para me informar sobre o que ocorre no mundo do esporte principalmente. Saber assuntos de outras áreas e me comunicar com amigos, colegas e fãs também fazem parte das tarefas.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Todo dia. E muitas vezes enquanto estou trabalhando.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Muito. Respondo a grande maioria enquanto estou online no Twitter.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Com outros jornalistas sim. Com possíveis fontes não tenho o costume.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
A grande maioria é perguntando minha opinião sobre assuntos ligado ao mundo esportivo.

9) Você responde as mensagens?
Respondo sim a grande maioria.

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Basicamente a minha opinião sobre os assuntos.

[45] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?

Sim. Algumas regras de conduta para que o que colocamos no Twitter não acabe prejudicando a imagem da empresa.

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Total. Casos como a morte do Bin Laden só ratificam isso.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros)

Sim. Constantemente.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Não. É muito heterogêneo.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Falo por mim. Com seriedade sobretudo, passando informações relevantes e também opinião.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

Um esforço desnecessário. Hoje só em casos de denúncia um informação tem dono. No mais ela é pública assim que cai na Internet.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Com certeza leva. Acaba banalizando a informação verdadeira.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo¿

O jornalismo de uma forma geral. É um manancial de informação a todo momento com retorno do consumidor final instantâneo. Eu considero excepcional.

APÊNDICE Z7

Wellington Campos: jornalista da Rádio Itatiaia
Twitter: @wellingcampos
Seguidores: 13.332 Seguindo: 438 Tweets: 15.737[46]

Entrevista respondida por e-mail em 1 de abril de 2011.

1) Há quanto tempo você possui uma conta no twitter?
Desde maio 2010.

2) Com qual objetivo você entrou no twitter?
Dar notícias esportivas e recebê-las também.

3) Hoje, a maneira como você utiliza o twitter corresponde a esse objetivo inicial?
Sim

4) Atualmente, para quê você utiliza o twitter?
Dar notícias, recebê-las e cobrar providências.

5) Com que freqüência você posta mensagens?
Com muita freqüência, conforme vou sabendo das notícias.

6) Você costuma interagir com os internautas?
Com certeza. Os educados.

7) E com outros jornalistas, dirigentes ou jogadores?
Também.

8) Os internautas, de um modo geral, mandam que tipo de mensagens para você?
São geralmente carinhosos e perguntam bastante, ajudam inclusive com alguns assuntos.

9) Você responde as mensagens?
Quase todas

10) Quando um internauta começa a te seguir, o que você acha que ele espera ler ou busca no seu twitter?
Informação correta sobre o esporte. Tento satisfazê-lo.

11) A emissora/rádio/revista/jornal/site para qual você trabalha possui algum tipo de norma ou recomendação sobre o uso do twitter?
Não. Mas tomo cuidados.

[46] Dados acessados em 24 de novembro de 2011

12) Você considera que hoje o twitter já é uma fonte de informações?

Com certeza, por isso eu uso.

13) Você utiliza a plataforma como fonte? (Através, por exemplo, de contas de jogadores, assessores, dirigentes, empresários ou outros).

Certamente.

14) Você utiliza o twitter como um termômetro da opinião do público sobre os acontecimentos esportivos?

Sempre que Possível. Falta responsabilidade de alguns tuiteiros em usar a ferramenta como coisa séria e não brinquedo.

15) Qual você acha que é a maneira ideal de um jornalista esportivo utilizar o twitter?

Dando informações e opiniões fundamentadas.

16) O que você acha do twitter vir sendo utilizado como o local através do qual o jornalista dá o furo?

É normal, só que a abrangência ainda é pequena. Povão ainda não tem como usá-lo a todo instante como os jornalistas. Mas, é fonte.

17) Você acredita que isso pode levar a publicação de informações sem apuração profunda?

Com os menos experientes sim. A pressa de informar sem checar. Ser desmentido é chato.

18) No que o twitter muda no jornalismo esportivo?

Os dirigentes, técnicos, jogadores estão preferindo usar o twitter para dar suas informações que viram notícias. Precisamos usar essa ferramenta para ficar atualizado.