Entrevista

RAFAEL BULLARA - WEBJORNALISMO ESPORTIVO: PROCESSO DE PRODUÇÃO E NARRATIVAS PRESENTES NO LANCENET!

Liana Vidigal Rocha[1]

RESUMO: Ao modificar os processos de investigação, produção, circulação e recirculação das notícias, a internet permitiu ao público ter acesso a informações até então pouco divulgadas. Nesse sentido, o webjornalismo esportivo, aqui representado pelo Lancenet!, procura oferecer ao internauta conteúdo sobre outras modalidades esportivas que também estejam em evidência, como Tênis, Atletismo, Fórmula 1 e Vôlei. Nesta entrevista concedida a revista Alterjor, Rafael Bullara, editor do Lance!, conta sobre o processo de produção do veículo assim como questões que permeiam o universo do webjornalismo: multimidialidade, convergência e tipos de narrativa. Conclui-se que o webjornalismo esportivo é o segmento ideal para impulsionar e modificar os modelos já existentes.

PALAVRAS-CHAVE: *Webjornalismo esportivo. Produção da notícia. Multimídia. Lancenet!*

ABSTRACT: By modifying the processes of investigation, production, circulation and recirculation of news, the internet allowed the public to have access to information that had not been divulged until then. In this sense, the online sports journalism, here represented by the Lancenet!, tries to offer the internaut content about other sports modalities that are also in evidence, such as Tennis, Athletics, Formula 1 and Volleyball. In this interview with Alterjor magazine, Rafael Bullara, Lance!'s Editor, tells about the production process of the vehicle as well as issues that permeate the universe of webjournalism: multimedia, convergence and types of narrative. It is concluded that online sports journalism is the ideal segment to boost and modify existing models.

KEYWORD: *Online sports journalism. News production. Multimedia. Lancenet!*

[1] Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Professora adjunta na Universidade Federal de Tocantins. E-mail: lividigal@uol.com.br

INTRODUÇÃO

O Jornalismo esportivo é uma das vertentes mais populares da área e apresenta especificidades próprias, como as diferentes pressões exercidas por parte dos torcedores, dos clubes, dos patrocinadores e das próprias empresas jornalísticas sobre o que é veiculado. Além disso, é composto por diferentes tipos de profissionais (jornalistas; preparadores esportivos; pesquisadores) e não-profissionais (ex-atletas; técnicos; dirigentes) que produzem conteúdos recorrentemente contestados em relação à imparcialidade e à objetividade jornalística (ROCHA, 2016).

O público se mostra cada vez mais interessado nos veículos especializados em esportes, tornando-se exigente e participativo no que diz respeito ao material que é publicado. Desse modo, a web apresenta-se como uma importante fonte de informação, já que proporcionou um aceleramento na divulgação dos dados, possibilitou e ampliou a interatividade do usuário e permitiu o surgimento de novas narrativas, sobretudo, a partir da evolução da tecnologia. O jornalismo passou a oferecer informações em tempo real, coberturas mais ampliadas e formatos diferenciados. A recepção e o consumo dos conteúdos jornalísticos se modificaram e a segmentação ficou mais acentuada. Assim sendo o webjornalismo esportivo se consolidou e expandiu o acesso a modalidades até então pouco divulgadas.

Lançado em outubro de 1997, o Lancenet! é a versão digital do diário esportivo Lance! que, segundo Stycer (2009, p. 89), trata-se de uma "experiência jornalística e empresarial peculiar no universo da imprensa brasileira". Antes de criar o jornal, o empresário Walter de Mattos Júnior visitou os principais diários esportivos da Europa, como o Gazzetta dello Sport (Itália), o L'Équipe (França), Marca (Espanha) e A Bola (Portugal). Entretanto, foi o jornal Olé, da Argentina, que despertou o seu interesse.

Ao retornar para o Brasil, Mattos Júnior decidiu criar a publicação especializada em esportes com foco maior no futebol. Antes de completar dois anos nas bancas, o Lance! já era o jornal esportivo número um em vendas no país. Com o fechamento dos principais concorrentes na área – A Gazeta Esportiva e a revista Placar -, "ao completar oito anos de vida, no final de 2005, o Lance! comemorava o fato de ser um dos dez jornais mais vendidos em banca no país, com uma circulação diária, média, de 128 mil exemplares" (STYCER, 2009, p. 89).

Além do jornal, o grupo Lance! é composto pela Lancepress, uma agência de notícias especializada em esporte (sobretudo futebol nacional) que produz material em "texto, foto e vídeo para veículos do Brasil e do exterior"[2]; a Lance!TV, a web TV com programação exclusiva produzida pela redação e o Lance! Digital, a versão do jornal impresso disponível para computador, notebook e tablet. Além disso, criaram o Lance!Mobile, um aplicativo disponível para Android e IOS com as principais informações publicadas no site.

Com a atenção voltada principalmente para o futebol, o Lancenet! procura oferecer ao internauta informações sobre outras modalidades esportivas que também estejam em evidência, como Vôlei, Tênis, Lutas, Ginástica Artística, Fórmula 1 campeonatos de atletismo, NBA (Liga americana de Basquete) e megaeventos como Olimpíadas (ROCHA e MALULY, 2016). Segundo Rafael Bullara, editor no veículo, a média diária de acessos do Lancenet! é de cinco milhões de *page views* e 600 mil visitantes únicos[3].

A entrevista a seguir é parte integrante da pesquisa Webjornalismo esportivo na era da convergência: aspectos do modelo Lancenet! e foi realizada, por e-mail, com o editor do Lance!, Rafael Bullara. No total, foram feitas 14 perguntas relacionadas com multimidialidade, convergência, processo de produção da notícia e tipos de narrativa produzidas e encontradas no veículo.

ENTREVISTA

LIANA VIDIGAL ROCHA**: Atualmente, quantos funcionários trabalham na redação do site?**

RAFAEL BULLARA: Site e jornal estão ligados no conteúdo. Em São Paulo, são vinte e dois jornalistas entre repórteres e editores. Na redação do Rio de janeiro, não tenho exatamente o número, mas gira em torno de quinze profissionais.

L.V.R**: Qual é a qualificação exigida dos profissionais da redação?**

R.B: A maioria dos repórteres é formada. Atualmente a redação em São Paulo tem quatro estagiários. A grande maioria fala, pelo menos, dois idiomas.

[2] Informações obtidas em http://www.lancepress.com.br/

[3] Informações obtidas em dezembro de 2016.

L.V.R**: Como são definidas as pautas?**

R.B: Existe uma conversa diária entre os editores e os repórteres para definir as pautas. As ideias são pensadas de acordo com o digital e adaptadas ao papel (versão impressa).

L.V.R**: Como é o processo de produção da notícia?**

R.B: A produção fica por conta dos repórteres, na maioria das vezes. Em um dia comum de trabalho, os setoristas vão aos treinos e de lá produzem todo o material. Há sempre um tempo real ligado ao Twitter para o torcedor ficar conectado durante todo o período do treinamento. Assim, não é preciso subir várias notas para informar o que houve durante o trabalho no clube.

L.V.R**: Quais são os tipos de narrativas mais trabalhadas?**

R.B: Além das notícias publicadas em formato de notas, há também as galerias de imagens que rendem *page views* e também duelos criados a partir de uma ferramenta adicional. Por exemplo, antes de um Palmeiras x Corinthians é possível montar um duelo para ver quem é o time melhor posição por posição. Isso acrescenta em cliques. Os blogs são outra fonte de narrativa.

L.V.R**: Existe alguma recomendação (ou preferência) em relação à narrativa a ser explorada? Qual?**

R.B: A maioria é através de nota. Uma vez publicada, é possível incluir galeria e também duelo para "segurar" o leitor.

L.V.R**: Qual é a média de acessos do Lancenet?**

R.B: A média diária de acessos é de cinco milhões de *page views* e 600 mil visitantes únicos.

L.V.R**: A redação é multimídia? Como foi o processo de implantação?**

R.B: A redação é totalmente multimídia. O processo de transformação aconteceu naturalmente a partir do momento em que o digital passou a ser o carro-chefe e deixou o papel (impresso) para trás.

L.V.R**: A multimidialidade é uma realidade no processo de produção da notícia?**

R.B: Sem dúvida. Hoje o repórter sai para uma pauta ciente de que a produção envolve redes sociais, digital (site) e também o papel. O Lance! é um dos poucos meios de comunicação voltados para o esporte que ainda possui duas mídias diferentes.

L.V.R**: Qual é o principal obstáculo à adoção do processo de produção multimídia?**

R.B: Para a redação em São Paulo o processo foi mais tranquilo. No Rio de Janeiro, ainda há resistência de pensar primeiro no papel e depois no digital. Acredito que esse é um obstáculo. Outro (obstáculo) é a questão da tecnologia. O site passou por uma reformulação recente, mas ainda está atrás de alguns concorrentes.

L.V.R**: Quais equipamentos são usados para a captação da produção multimídia?**

R.B: Hoje o equipamento é o celular do repórter. Temos um representante da TV que vai aos clubes de acordo com a pauta diária. Neste caso, além do repórter temos um material diferente com imagens do treino e da coletiva.

L.V.R: **O Lance já está utilizando as câmeras para filmar e tirar fotos em 360 graus?**

R.B: Não usamos, não.

L.V.R**: Dê um exemplo de material multimídia já publicado pelo Lancenet!.**

R.B: O exemplo mais recente que pode ser destacado é o material especial do título do Palmeiras no Campeonato Brasileiro de 2016. Após reunião de pauta o trabalho foi dividido entre repórteres e editores e foi para o ar logo após a conquista e também no dia seguinte. Grande parte do conteúdo foi usado na edição do impresso. Foram 20 páginas do campeão.

Figura 01: Capa do Lance! sobre a conquista do Palmeiras em 2016
Fonte: Lancenet!

L.V.R**: O Lancenet! publica material convergente? Cite um exemplo de conteúdo jornalístico.**

R.B: A tragédia com o avião da Chapecoense pode ser um. A produção para o site começou ainda na madrugada e se estendeu durante o dia todo com opiniões e análises de especialistas em aviação. O papel absorveu quase a totalidade do conteúdo produzido.

Figura 02: Exemplo de material convergente publicado pelo Lancenet!
Fonte: Lancenet!

A partir dessas informações, é possível questionar: seria o webjornalismo esportivo o segmento ideal para testar novos tipos de coberturas, narrativas e formatos jornalísticos? A resposta é sim. Em virtude da profusão de modalidades esportivas e suas respectivas particularidades, o webjornalismo esportivo mostra-se como uma importante fonte de dados que pode impulsionar e modificar os modelos existentes. Apostar em narrativas mais atrativas baseadas em elementos visuais e imersivos pode ser um caminho para manter a audiência mais interessada.

REFERÊNCIAS

ROCHA, Liana Vidigal. **Webjornalismo esportivo e narrativas digitais:** modelos presentes no Lancenet!. In: Jornada Interdisciplinar do PPGCOM/UFT, 01, 2016, Palmas. *Anais...* Palmas: Jornada Interdisciplinar, 2016. ISBN 978-85-5722-010-2, 1ª edição, 2016. Disponível em: https://www.even3.com.br/anais/PPGCom.

ROCHA, Liana Vidigal; MALULY, Luciano Victor Barros. **Webjornalismo Esportivo:** entre os espaços alternativos e os tradicionais. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 39, 2016, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2016. ISSN 2175-4683. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/trabalhos.htm.

STYCER, Maurício. **História do Lance!:** projeto e prática do Jornalismo Esportivo. São Paulo: Editora Alameda, 2009.