

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

LUIS FELIPE SANZOVO
WILLIAN BRUNO MARQUES MARTINS

BLOG JORNALÍSTICO: FUTEBOL EM FAMÍLIA

CURITIBA
2016

LUIS FELIPE SANZOVO
WILLIAN BRUNO MARQUES MARTINS

BLOG JORNALÍSTICO: FUTEBOL EM FAMÍLIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo ao Centro Universitário Internacional UNINTER.

Orientador: Alessandra Lemos

CURITIBA

2016

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus por tornar este trabalho possível. Logo em seguida, as nossas famílias pelo apoio nesses quatro anos de graduação. Um agradecimento muito especial para a nossa orientadora, Professora Alessandra Lemos, que durante esse ano nos ajudou a tirar a ideia do papel e nos orientou para a produção desse artigo e, também, do blog. Para a banca de qualificação, composta pelos professores Eloisa Beling Loose e Valdir Cruz. Nossos amigos, desses alguns colegas em especial: Thaise Oliveira e Mariana Campioni, que graças ao seu auxílio, muitas das reportagens do *Futebol em Família* foram possíveis; Jabes Venancio e Luiz Eduardo, que colaboraram muito com paciência e ensinamentos sobre as ferramentas digitais; e Kevin Capobianco, que ministrou algumas das produções técnicas. Gratidão também com todas as fontes que participaram do *Futebol em Família* e, por fim, ao Futebol, por tornar possível tantas histórias, as quais pudemos retratar algumas no nosso blog.

RESUMO

Este trabalho apresenta um blog jornalístico denominado “Futebol em Família” com notícias e opinião sobre temas que abordam a relação das crianças com o futebol. As produções têm como objetivo mostrar histórias de crianças que tem paixão por futebol ou buscam realizar o sonho de se tornar profissional. Também são alvo de postagens famílias que possuam uma identificação como torcedores de um dos três clubes com sede em Curitiba (Atlético, Coritiba e Paraná Clube). Tais assuntos são abordados usando uma linguagem característica do Jornalismo Online, com destaque para o uso de recursos multimídias, característica do meio. O blog é direcionado ao público paranaense apreciador do esporte e busca preencher uma lacuna nesse meio, pois não existe um veículo que trabalhe com essa temática. As editorias do blog são: Nova Geração, Família F.C, Torcedor Mirim e Especial. Os principais teóricos consultados foram: Mike Ward (2007), Pollyana Ferrari (2007 e 2010), Luciana Moherdauí (2007), Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2006) e Paulo Vinicius Coelho (2013). Uma das conclusões é que o grande número de pautas relacionadas ao tema crianças e futebol, garante a viabilidade do produto, garantindo assim que o blog possa manter suas publicações.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Esportivo; Blog Jornalístico; Crianças; Futebol; Futebol em Família.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Santiago Fretes e o amigo	16
Figura 2 – Vídeo da reportagem sobre o Guilherme	17
Figura 3 – Matéria Bala e Bola	18
Figura 4 – Reportagem “A base, da terra à grama	18
Figura 5 – Blog Doentes Por Futebol	34
Figura 6 – Doentes Por Futebol Reportagem.....	35
Figura 7 – Blog do Mauro Beting.....	36
Figura 8 – Blog Trivela	37
Figura 9 – Blog do PVC.....	39
Figura 10 – Blog da Nadja.....	40
Figura 11 – Blog Arquibancada Virtual.....	41
Figura 12 – Blog do Rico ao Pobre	42
Figura 13 – Página Inicial do Blog.....	48
Figura 14 – Exemplo de layout do Blog.....	48

LISTA DE QUADROS OU TABELAS

Quadro 1 – Etapas da produção monográfica.....	11
Quadro 2 – Etapas da produção do produto	11
Quadro 3 – Elementos de composição	26
Quadro 4 – Tabela do conteúdo do blog editoria “Nova Geração”	44
Quadro 5 – Tabela do conteúdo do blog editoria “Torcedor Mirim”	45
Quadro 6 – Tabela do conteúdo do blog editoria “Família F.C.”	46
Quadro 7 – Tabela do conteúdo do blog editoria “Especial.”	47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 METODOLOGIA	10
2.1 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DE MONOGRAFIA.....	10
2.2 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DE PRODUTO	11
3 CRIANÇAS E FUTEBOL	13
3.1 CRIANÇAS E FUTEBOL NA IMPRENSA	15
4 JORNALISMO ESPORTIVO	20
4.1 TEXTO E LINGUAGEM.....	22
5 JORNALISMO ONLINE	25
6 BLOGS JORNALÍSTICO	29
6.1 FACEBOOK COMO FERRAMENTA ALIADA AO BLOG	31
7 DIAGNÓSTICO SOBRE BLOGS ESPORTIVOS NO PARANÁ E BRASIL	33
8 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	43
8.1 TEMAS E EDITORIAS	43
8.2 PAUTAS.....	44
8.3 PLATAFORMA E LAYOUTS	47
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	51
APÊNDICES	56
APÊNDICE A – Perguntas utilizadas nas entrevistas.....	56
APÊNDICE B – Roteiro de vídeo: matéria especial.....	57
APÊNDICE C – Roteiro de vídeo: matéria Projeto Parolin.....	60
APÊNDICE D – Roteiro de vídeo: Nossa Escalação.....	61
APÊNDICE E – Roteiro de vídeo: Nova Geração.....	62
APÊNDICE F – Links do Futebol em Família.....	63

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho trata da criação de um blog jornalístico que traz em seu conteúdo a relação das crianças com futebol, direcionado ao público que acompanha o esporte mais praticado do país. A proposta é divulgar histórias sobre o vínculo que existe entre jovens e esporte, e a participação da família no futebol.

O público-alvo do blog *“Futebol em Família”*¹ é aquele que acompanha as notícias do esporte em Curitiba. A capital paranaense possui os três principais clubes do estado, que são Atlético/PR, Coritiba e Paraná Clube. A escolha do tema se deve ao fato de os autores deste veículo online residirem na cidade, podendo assim ter acesso às fontes de informação que compõem as postagens do blog.

Desse modo, o objetivo do blog é levantar histórias de crianças que sejam apaixonadas por futebol, como buscam realizar o sonho de se transformar em atleta profissional e história de torcedores mirins dos três clubes da capital paranaense e suas famílias. A escolha por esse assunto se deu pelo fato de que o futebol é um dos esportes mais praticados pelos brasileiros, sejam homens ou mulheres, de todas as idades.

O futebol é o esporte mais praticado pelas crianças, de acordo com o Ministério do Esporte (2015)². Segundo os dados, 59,8% dos brasileiros tiveram o futebol como o primeiro esporte a ser praticado. Dessa porcentagem, 69,3% dos entrevistados apontaram que praticaram o esporte antes dos 15 anos de idade. O mesmo levantamento aponta que, no ano de 2013, 42,7% da população brasileira desempenhou atividades relacionadas ao futebol.

Essa é uma das razões pela qual o futebol tem um grande espaço em várias mídias, sejam nos jornais impressos, rádios, programas de televisão, blogs e páginas na web. No entanto, o foco em temas ligados a crianças, adolescentes e o esporte não é comum. Essa informação foi constatada durante o diagnóstico que será detalhado em um capítulo exclusivo para isso.

A seleção do veículo online para a elaboração deste trabalho é por conta das características do meio, sendo elas: o fácil acesso, possibilidade de recursos multimídias, plataformas flexíveis para a produção de conteúdo e a viabilidade de

¹ Disponível em: <http://futecontato.wixsite.com/futebolemfiliablog>

² Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/diesporte/2.html>. Acesso em 30 de nov de 2016.

utilizar as redes sociais para divulgar o conteúdo produzido, característica dos meios online, mas válida para outros meios também. Apesar de o trabalho buscar uma referência teórico sobre redação online, o formato do blog não tem um padrão único, o que confere certa liberdade na produção textual. Desse modo, buscou-se aliar um estilo mais formal, usado por sites e portais de notícias, com postagens de textos e vídeos mais irreverentes, próprios do jornalismo esportivo, no qual o uso do infotenimento é recorrente e será explicado de forma mais abrangente, no capítulo sobre jornalismo esportivo desse trabalho.

Outro fator para a escolha do veículo online é o aumento do acesso à internet e o maior número de pessoas nas redes sociais também indica o potencial do meio online. Dados da Secretaria de Comunicação do Governo Federal (2015)³ mostram que 48% dos brasileiros usam a internet e ficam quase 5 horas conectados. Os números são maiores entre o público jovem de 16 a 25 anos, que ficam em média 6 horas conectados. A pesquisa também mostra que as redes sociais são o conteúdo mais acessado. Por essa razão, o blog também possui página no *facebook*, que pode ser acessada pela url <https://www.facebook.com/futebolemfamilia/>.

No diagnóstico, também foram analisadas as plataformas para construção de sites e *blogs*, os recursos e as opções de *layout*. Com isso, chegou-se a escolha do *Wix*, por conta da fácil compreensão e da disponibilidade de ferramentas gratuitas. Segundo o site da própria plataforma⁴, em 2016, o número de usuários era de 73 milhões em 180 países. O acesso ao blog pode ser feito pela url: <http://futecontato.wixsite.com/futebolemfamiliablog>.

A escolha do nome se dá por conta da temática proposta por relatar diversas histórias sobre famílias que tem uma grande ligação com o principal esporte praticado no país: o futebol. *Futebol em Família* contém editorias como Nova Geração, que trata das histórias dos jovens atletas que almejam realizar o sonho de ser profissional do futebol; Família F.C, onde são apresentadas famílias que tem uma grande ligação com o esporte; Torcedor Mirim, são crianças que possuem uma relação especial com o time do coração; e Especial, no qual são retratadas temas relativos ao futebol, abordados de uma maneira abrangente.

³ Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 30 nov 2016.

⁴ <http://pt.wix.com/>

O trabalho está dividido na seguinte forma: o primeiro capítulo teórico apresenta conteúdo sobre a relação das crianças com o futebol, fatores que levam a criança a praticar o futebol, iniciativas dos clubes com o público e reportagens de crianças relacionados com o futebol veiculadas

No segundo capítulo teórico é centrado o tema do Jornalismo Esportivo. Aqui colocamos como funciona o processo de produção de conteúdo para este ramo jornalístico, incluindo a plataforma online, que é o nosso foco. Paulo Vinícius Coelho (2013), Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2006) são os autores que foram retratados para conceituar as principais atividades desempenhadas no Jornalismo Esportivo.

Na continuidade, segue o capítulo de jornalismo online, onde se busca apresentar quais as ferramentas para a construção do conteúdo no blog *“Futebol em Família”*. Para isso, foram consultados Mike Ward (2007), que aborda os conceitos de web e internet, Pollyana Ferrari (2007 e 2010), relata o surgimento dos meios jornalísticos online no país.

Outro capítulo que descreve os blogs jornalísticos, indicando as características dessa mídia e como ela pode ser usada no Jornalismo. O diagnóstico sobre os blogs vem para mostrar a análise feita através dos layouts e conteúdos propostos pelos outros veículos de futebol. A análise é feita em âmbito estadual e nacional.

Em seguida é mostrada a descrição do nosso produto, em um capítulo, onde colocamos em evidência a temática geral e específica do blog *“Futebol em Família”*. Editorias, pautas, plataforma e layout são descritas com detalhes neste capítulo.

Para finalizar a produção do trabalho, são apresentadas as conclusões. Nesse capítulo é abordado a viabilidade do blog, que se dá pelo grande número de pautas, tantos de crianças que tem uma ligação com o time de coração e também pela grande quantidade de histórias de jovens, que sonham em ser jogador de futebol. São apresentadas as projeções futuras do blog e por fim, o desejo que esse relatório contribua para os estudos de Jornalismo Esportivo na Web, pois foram encontradas poucas publicações relacionadas ao tema.

2 METODOLOGIA

Para a elaboração deste trabalho foi feita uma pesquisa bibliográfica para uma melhor compreensão e embasamento teórico do produto. Para isso, foram consultados autores sobre os temas jornalismo online, jornalismo esportivo e crianças e futebol.

Para elaborar a pesquisa bibliográfica foi consultado o autor Carlos Gil (2008) que explica o fundamento dessa prática. Para o autor esse método de pesquisa é feito através de livros e artigos científicos.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Esta vantagem se torna particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. Por exemplo, seria impossível a um pesquisador percorrer todo o território brasileiro em busca de dados sobre a população ou renda per capita; todavia, se tem à sua disposição uma bibliografia adequada, não terá maiores obstáculos para contar com as informações requeridas. A pesquisa bibliográfica também é indispensável nos estudos históricos. Em muitas situações, não há outra maneira de conhecer os fatos passados senão com base em dados secundários. (GIL, 2008, p 50)

Também foi realizada uma pesquisa documental em blogs já existentes, a fim de realizar um diagnóstico do cenário de produção jornalística na web usando esse formato. Carlos Gil (2002) aponta que a pesquisa documental tem uma variedade maior de fontes, isso acontece, pois vários objetos podem servir para uma pesquisa documental, diferente da bibliográfica que utiliza um conteúdo mais teórico e científico.

O desenvolvimento da pesquisa documental segue os mesmos passos da pesquisa bibliográfica. Apenas cabe considerar que, enquanto na pesquisa bibliográfica as fontes são constituídas sobretudo por material impresso localizado nas bibliotecas, na pesquisa documental, as fontes são muito mais diversificadas. Há, de um lado, os documentos "de primeira mão", que não receberam nenhum tratamento analítico. Nesta categoria estão os documentos conservados em arquivos de órgãos públicos e instituições privadas, tais como associações científicas, igrejas, sindicatos, partidos políticos etc. Incluem-se aqui inúmeros outros documentos como cartas pessoais, diários, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins etc. (GIL, 2002, p 46)

2.1 RELATÓRIO DA PRODUÇÃO MONOGRÁFICA

Abaixo, quadros que especificam cada etapa do trabalho.

Quadro 1- Tabela com as etapas da produção monográfica

Etapa 1	O projeto
Foi feito um projeto com a ideia inicial do blog, com a definição do tema, do objetivo do produto, justificativa e identificação da lacuna. Foi feito ainda um esboço de planejamento da parte prática do blog.	
Etapa 2	Pesquisa bibliográfica
Nesta etapa, foram estudados autores cujas teorias embasam o desenvolvimento do projeto. São eles: Mike Ward (2007), que aborda os conceitos de web e internet, Pollyana Ferrari (2007 e 2010), relata o surgimento dos meios jornalísticos online no país e Paulo Vinícius Coelho (2013), que trata de Jornalismo Esportivo. Luciana Moherdau (2007) dá exemplos de publicações em blog. A partir do estudo dos autores, foi redigida a parte teórica do trabalho.	
Etapa 3	Pesquisa documental
Aqui foi realizada uma pesquisa documental para análise de blogs que tratam de futebol como prioridade. Foram pesquisadas páginas nesse formato âmbito estadual (Paraná) e nacional. Foram verificados o conteúdo sobre esporte, layout e a relação com a proposta do blog.	
Etapa 4	Descrição do produto para relatório monográfico
Nesta etapa foi produzido um texto explicando como funciona passo a passo da descrição do nosso produto. Avaliando diretamente os conceitos estudados pelos autores citados anteriormente. A escolha das pautas, fontes, produção das reportagens e os recursos multimídias foram expostos neste momento, assim como a identidade visual do blog.	
Etapa 5	Redação final do relatório monográfico
Finalização do projeto monográfico que será apresentado aos avaliadores. Aqui se encontra toda a parte teórica que embasa o blog.	

Fonte: os autores.

2.2 RELATÓRIO DA PRODUÇÃO DO PRODUTO

Quadro 2- Tabela com as etapas da produção do produto

Etapa 1	Pré-produção: seleção de temas, editorias, pautas e agendamento com fontes
Etapa da seleção de conteúdos e dos temas segundo critérios de noticiabilidade. Escolha das editorias relacionadas com a proposta de mostrar histórias de crianças e das famílias com o futebol. As pautas vieram pelas histórias que mostravam uma forte ligação com o futebol e também os times da capital. Agendamento das entrevistas foi a partir da disponibilidade das fontes.	
Etapa 2	Produção: entrevistas, captação de imagens (fotos e vídeos), seleção do material e redação de textos

Realização das entrevistas com as fontes para obter informações para elaborar as reportagens. Captação de imagens serviu para produzir vídeos que complementaram os textos, bem como as fotografias também utilizadas para isso.

Etapa 3

Pós-produção: edição do material, criação do blog, redes sociais e publicação das matérias no blog e *Facebook*

Edição de vídeo foi feita na ferramenta *Adobe Premier* pelo conhecimento dos autores neste software. A criação do blog na plataforma *Wix* se dá por conta dos recursos oferecidos gratuitamente e pelo fácil acesso à ferramenta. As publicações do blog serão veiculadas também no *Facebook* como link para atrair mais visualizações. Já no *Youtube* foram postados as produções de vídeos, possibilitando uma outra fonte para o público ter acesso a esse conteúdo, da mesma o *Soundcloud* com os áudios, que estão nos posts.

Fonte: os autores.

3 CRIANÇAS E FUTEBOL

O futebol é o esporte mais praticado, por vários públicos, tanto masculino como feminino e de várias idades. Muitas crianças têm o seu primeiro contato com a modalidade dentro da família, seja pelo time de coração dos pais/familiares ou por eles incentivarem, a prática no âmbito familiar, dando uma bola de futebol de presente, por exemplo, ou levando para assistir a partidas. Desse modo, verifica-se a existência de uma relação entre muitas crianças e o futebol, o que rende histórias. Algumas delas registradas no blog jornalístico proposto.

Um dos aspectos em relação ao tema é quando a criança pratica o esporte. Fabrício Moreira Filgueira (2005) é professor de Educação Física e especialista em futebol. Segundo o autor, os pais têm papel fundamental na escolha pela iniciação na atividade e, dependendo da expectativa da família, essa relação pode gerar um alto nível de estresse.

Identificar os objetivos dos pais na iniciação esportiva é importante, uma vez que estes têm grande relevância na escolha da modalidade e seus efeitos sobre o comportamento da criança, pois estão submetendo-a a altos níveis de cobranças e exigências em relação ao seu desempenho. (FILGUEIRA, 2005, p 98)

Da primeira bola de futebol, muitas vezes surge o sonho de ser um jogador profissional de futebol e, então, algumas famílias matriculam seus filhos em uma escolinha de futebol. Nesses locais são passados conhecimentos e fundamentos do futebol e também a preparação para se tornar um jogador profissional de futebol, o que pode ser complementado na categoria de base de um clube de futebol, se aquela criança for selecionada para um time.

Existem vários fatores que levam uma criança a frequentar uma escolinha: o desejo de se tornar jogador profissional, praticar um esporte, lazer, a realização do desejo dos pais, aprender a jogar futebol, qualidade de vida, entre outros.

As escolinhas podem ser independentes, ou seja, não terem ligações com clubes de futebol, fazerem parte de projetos sociais voltados para crianças e também serem administradas por times oficiais. No Paraná, os três principais clubes Clube Atlético Paranaense, Coritiba Foot Ball Club e Paraná Clube possuem escolinhas de futebol administradas em vários bairros de Curitiba, cidades do Paraná e unidades em outros estados (Atlético e Coritiba).

Além disso, os clubes promovem ações voltadas para o público infantil: sócios e alunos das escolinhas. O “Mascotinhos do Coritiba”⁵, projeto no qual crianças de 4 aos 12 anos são selecionadas para entrar junto com o time principal antes dos jogos, é um exemplo delas. Uma tradição que começou no futebol brasileiro em 1976 e é praticada por vários clubes.

Da Cruz (2011) estuda a relação da prática esportiva infantil, mais precisamente os fatores que levam as crianças a procurar orientações técnicas nas escolinhas de futebol, para melhorar o desempenho na atividade esportiva. No artigo pesquisado foi apontado que o principal fator de estímulo das crianças são os adultos que enxergam um potencial futuro das crianças no futebol. Fazendo, assim, com que os jovens aproveitem o benefício da prática esportiva.

No período de dois a seis anos e de sete a aproximadamente 12 anos de idade, a criança e o pré-adolescente devem experimentar variados tipos de movimentos, o que inclui as modalidades esportivas, esta prática estimula o desenvolvimento das habilidades básicas (correr, saltar, arremessar, rolar, chutar), que constituem alicerce para a aprendizagem das habilidades específicas presentes em todas as modalidades, como, por exemplo, a ação do drible no futebol, que envolve a combinação da corrida e do chute. (MACHADO E PRESOTO, 2001 apud DA CRUZ, 2011, p 6).

O interesse pelo futebol pode ainda estar ligado a outro ponto: o incentivo da criança ou adolescente como torcedor de um time. Essa relação também acontece, quando a criança vai acompanhada dos familiares em um estádio de futebol ver o jogo do seu time de coração, afirma o autor.

Analisar a participação dos pais também é importante, porque, quando se trata de esporte na infância, verifica-se que a torcida é composta em sua maioria por pais. Além disso, pesquisas mostram que, quanto mais jovem e menos experiente o atleta, maior será o efeito da torcida sobre seu comportamento. (FILGUEIRA, 2005, p 98)

Nem sempre os familiares são os responsáveis por uma criança conhecer o futebol. Existem outros fatores, como a mídia, por exemplo, que tem sua influência. Os esportes são muito abordados nos meios midiáticos, principalmente o futebol, com diversas notícias, reportagens e séries especiais ou programas de entretenimento,

⁵ Informações da reportagem do Jornal Estadão “Saiba como os clubes selecionam as crianças que entram em campo com os jogadores”, 2015. Disponível em: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,saiba-quais-sao-os-criterios-de-cada-clube-na-selecao-de-criancas-para-entrar-em-campo,1778032>

como filmes sobre o tema, uma cena de uma telenovela ou série e também programas de televisão com essa temática.

A mídia mostra várias histórias de jogadores de futebol que alcançaram a fama e o sucesso, o que pode se tornar um exemplo para as crianças, que, ao pensar se tal jogador conseguiu tais objetivos, ela, quando se torna profissional, também conseguirá, o que muitas vezes não acontece. Segundo a Diretoria de Registro e Transferência da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) ⁶, 82% dos jogadores profissionais no Brasil ganham salários de até R\$ 1 mil.

3.1 CRIANÇAS E FUTEBOL NA IMPRENSA

A mídia também pode influenciar uma criança a conhecer o futebol. Todos os dias, em vários veículos de comunicação (jornais, rádios, televisões e na web) são produzidas diversas reportagens relacionadas ao futebol, seja para falar de partidas, trazer resultados, mostrar algo sobre um jogador e também sobre um time. Tais conteúdos, uma vez acessados por pessoas próximas de crianças, como pais e familiares, podem ser um estímulo ao interesse do público infantil pelo esporte.

Nesse sentido, especialmente a televisão configura-se como um importante e poderoso meio de produção e veiculação de conhecimentos que vem se "naturalizando" como membro efetivo das famílias brasileiras, sendo o esporte um dos parceiros preferenciais de sua espetacularização. Assim, diariamente milhares de crianças chegam a escola com uma bagagem da tele-vivência esportiva. (Lisbôa, 2007, p 5)

Um exemplo é a reportagem online *BBC Brasil* (2016) sobre Santiago Fretes, um menino de 10 anos, torcedor do *Racing* (clube de futebol da Argentina), que nasceu sem uma perna por conta de uma má formação congênita. Durante um jogo que marcava a despedida do jogador de futebol Diego Milito, Santiago assistia à partida, na beira do campo, se apoiando em uma de suas muletas e emprestou a outra para o seu amigo Yamil também conseguir assistir à partida. A foto desse gesto ganhou repercussão mundial.

⁶ Dados levantamento da Confederação Brasileira de Futebol. Fonte: CBF, Confederação Brasileira de Futebol, Raio-X salários dos jogadores de futebol, 2015. Disponível em <<http://www.cbf.com.br/noticias/a-cbf/raio-x-do-futebol-salario-dos-jogadores#.V08GRfkrLcd>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.

Figura 1- Foto do Santiago Fretes e o amigo dele



Foto: Sabrina Bonomo

Fonte: <http://www.bbc.com/portuguese/geral-36387064>

Uma outra reportagem dentro dessa linha é a do site Globo Esporte (2015) que publicou uma matéria sobre um menino chamado Guilherme Gomes, 7 anos, torcedor do Goiás (clube de futebol de Goiânia). O menino nunca tinha ido em nenhum jogo do time de futebol goiano e não mora no estado de Goiás. Porém, o vídeo publicado pela sua mãe no *Youtube* mostra o garoto chorando por não poder usar o calção de futebol do Goiás. Alessandra Gomes, mãe do garoto, ouvido pela reportagem conta que, como moram em São Paulo, Guilherme não tem muito contato com o time goiano, as poucas vezes em que há esse contato é quando o menino assiste os jogos pela televisão e quando o time vai jogar partidas na capital paulista, foi em uma dessas vezes que ele conheceu o time e começou a torcer para o clube.

A reportagem repercutiu e a diretoria do Goiás convidou o menino para ir até o Estádio Serra Dourada (estádio do Goiás) para acompanhar pela primeira vez seu time de coração de perto. Também foi feita uma campanha por torcedores do time goiano, que se sensibilizaram com a história do menino e queriam que ele viesse para Goiânia (GO) assistir o time jogar de perto.

Figura 2- Vídeo da reportagem sobre o Guilherme

The screenshot shows a web browser displaying a news article on the website globoesporte.globo.com/go/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2015/12/goias-banca-ida-de-garoto-paulista-que-chorou-pelo-clube-ao-serra-dourada.html. The article title is "Goiás banca ida de garoto paulista que chorou pelo clube ao Serra Dourada". The text below the title states: "Guilherme, jovem que ficou conhecido na web por vídeo em que aparece aos prantos por não poder usar uniforme completo, irá a Goiânia para jogo contra o São Paulo". There is a video player showing a young boy holding a soccer ball. To the right, there is a blue box with the text "CONFIRA AQUI NOSSAS DICAS PARA AJUDAR NESTA TAREFA!". Below the video, there is a section titled "TUDO SOBRE" with links to "TV Anhanguera - GO", "Goiás", and "São Paulo". There are also social media sharing buttons for Facebook, Twitter, and YouTube. At the bottom, there is a small text block: "A diretoria do Goiás ficou sensibilizada com o vídeo do garoto Guilherme, paulista de 7 anos, e convidou ele e a mãe, Alessandra, para o jogo do próximo domingo, contra o São Paulo, no Serra Dourada. No vídeo postado pela mãe, Guilherme chora por não poder usar uniforme completo do time esmeraldino. O que chama a atenção é que o jovem nunca esteve em".

Foto: Globo Esporte

Fonte: <http://globoesporte.globo.com/go/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2015/12/goias-banca-ida-de-garoto-paulista-que-chorou-pelo-clube-ao-serra-dourada.html>

Um outro exemplo é a série Bala e Bola do site da *Gazeta do Povo* (2016). Nesta o repórter André Pugliesi mostra como é o cotidiano de crianças que praticam futebol em bairros considerados violentos de Curitiba (PR), as dificuldades, os medos e também os sonhos dessas crianças que usam o futebol como uma ferramenta para esquecer um pouco da realidade social em que vivem.

Figura 3- Matéria Bala e Bola



Foto: Gazeta do Povo

Fonte: <http://www.gazetadopovo.com.br/esportes/especiais/futebol-e-violencia/index.jsp>

E, por fim, um último exemplo é a série de reportagens, de quatro episódios, que foi ao ar no programa *Esporte Espetacular* da Rede Globo (2014), chamada “A base, da terra à grama”, que abordava como era a relação da criança e o sonho de jogar futebol.

Figura 4- Reportagem “A base, da terra à grama



Foto: Globo Esporte

Fonte: <http://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/2014/10/base-da-terra-grama-nova-serie-mostra-formacao-do-futebol-brasileiro.html>

Guilherme Van der Laars, explica como funciona a série e a temática de cada episódio.

O primeiro é mais empírico, mais romântico, mostra o garoto antes de chegar nos clubes. No segundo falamos dos tipos de clube que ele vai encontrar: pequeno, grande, clube de empresários. O terceiro fala mais da parte financeira e econômica das divisões de base. E o quarto e último fala dos processos das Seleções Sub-15 e Sub-21. (Laars, 2014 Globo Esporte).

Destaca-se que não é apenas em meios jornalísticos que o assunto é tratado pelos veículos de comunicação. Filmes, cenas de novelas, séries e programas também abordam o tema do futebol e crianças. Dois programas que foram ao ar na televisão se encaixam bem nessa temática. O primeiro deles é o *Futebol e Criança* (2012) da Federação Paulista de Futebol (FPF) e exibido na *Rede Vida*. O programa, mais ligado ao entretenimento, era apresentado pela jornalista Carolina Galan e se tratava de uma gincana entre duas escolas, com perguntas e provas relacionadas ao futebol com a participação de jogadores profissionais. O cenário do programa era estilizado para lembrar um campo de futebol.

O segundo é o *Menino de Ouro* (2013), exibido pelo *SBT* (Sistema Brasileiro de Televisão) em parceria com a *Fremantle Media Brasil*, um reality show que mostrava vários meninos que queriam ser jogadores de futebol e durante a atração passavam por várias provas relacionadas ao esporte, conheciam jogadores profissionais e no final um deles iria ganhar a chance de treinar no Corinthians, Palmeiras ou São Paulo (clubes de futebol paulistas).

Outro exemplo é o filme *O Ano em que Meus Pais Saíram de Férias* (2006), que mostra a história de Mauro, um menino de 12 anos, que gosta muito de futebol e futebol de botão. Porém, ele passa por um drama, seus pais são perseguidos pela ditadura militar. E em, paralelo a esta situação, o menino acompanha a Seleção Brasileira durante a Copa do Mundo de 1970.

O último exemplo é do time do Santos Futebol Clube (clube de futebol paulista), que convidou os atores mirins da novela infantil *Carrossel* (2012) para jogarem um amistoso com o time sub-11 do clube, durante o jogo foram feitas gravações para a novela do SBT. O clube também abriu o evento para a torcida e o ingresso era a doação de brinquedos, que foram doados para crianças carentes de Santos (SP).

4 JORNALISMO ESPORTIVO

A especialização na área esportiva, dentro do jornalismo, vem para informar diretamente um público que tem algo em comum: o interesse por esportes. O maior diferencial do jornalista que trabalha com esportes em relação a outras áreas, segundo Paulo Vinicius Coelho (2013), é que esse profissional geralmente é um apaixonado, desde pequeno, pelos assuntos com qual trabalha todos os dias.

Porém, para a atividade, é preciso mais que paixão. De acordo com Celso Unzelte (2009), é preciso seguir os fundamentos jornalísticos de buscar informações, sensatez na produção de informações relevantes e tratamento com fontes.

A prática do (bom) jornalismo esportivo é, antes de tudo, a prática do próprio jornalismo, de suas técnicas e de seus conceitos mais sagrados (e consagrados), como a objetividade e a imparcialidade. Fundamentalmente mesmo é gostar da atividade jornalística em si, gostar de buscar a informação, de escrever, ou de ambas as coisas. Sem isso ninguém sobrevive no jornalismo, não só no esportivo. (UNZELTE, 2009, p 7 e 9)

Desse modo, o jornalismo esportivo deve seguir as etapas de produção jornalística comum a outras áreas. A primeira delas é a pauta, ou seja, o levantamento de assuntos que serão alvo de cobertura. Para Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2006), tudo o que é relevante ao público/sociedade que acompanha os eventos esportivos vira objeto de reportagem, por isso é de necessidade do jornalista ficar atento sobre as questões que envolvem o esporte.

Como o blog *Futebol em Família* trata de assuntos que envolvem diretamente personagens mirins e a presença de famílias no futebol, os repórteres estão sempre ligados ao que acontece sobre aspectos que envolvem este público.

É preciso ser ágil para não perder a oportunidade de oferecer ao torcedor a informação atualizada e completa, porém com acurácia. Sem ela, nada feito. Não é jornalismo. Pode-se dar qualquer outro nome. Esse noticiário sem credibilidade respinga no meio como um todo, e quem quer se destacar é obrigado a lutar asperamente para não ser confundido com a maioria. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p 25)

Por abordar assuntos que não tem caráter totalmente factual, as produções veiculadas deste blog visam buscar aspectos que possam encontrar enfoques inteligentes e criativos para o nosso público alvo. Já que no cenário atual da imprensa esportiva, segundo Heródoto e Rangel, as pautas estão sendo reféns da agenda, já que os assuntos sobre futebol são mostrados a partir dos resultados dos jogos de

quartas e domingos, e a preparação dos clubes que acontecem durante toda a semana.

Logo após as definições das pautas, vamos a parte das produções de conteúdo. As reportagens deste blog são feitas através de postagens multimídias. O intuito da escolha dos conteúdos é informar ao nosso público sobre as histórias que encontramos em âmbito da relação entre crianças e futebol.

A reportagem é a alma, a essência do jornalismo. Apurar e divulgar notícias, contar uma boa história, que seja verdadeira, que tenha sido bem checada e que responda às perguntas básicas do *o quê, quando, como, onde, quem e por quê* é o dever de todo bom jornalista. Uma boa reportagem depende de boas perguntas feitas para as pessoas certas no momento adequado. Se fizer bom uso desse instrumento de trabalho, o repórter esportivo tem tudo para ser um bom profissional. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p 19 e 20)

As produções, tanto do blog *Futebol em Família* quanto as dos outros veículos do meio online, vem de entrevistas com os principais personagens, coleta de fotos e vídeos, infográficos e uma produção textual, onde informam ao público os principais tópicos debatidos anteriormente na pauta. A utilização de vídeos e fotos neste trabalho são maneiras de complementar as informações passadas anteriormente no texto.

O momento crucial das reportagens produzidas são a coleta dos dados em entrevistas. Nas entrevistas do jornalismo esportivo, de acordo com os autores Barbeiro e Rangel (2006), uma pergunta bem elaborada pelo profissional de jornalismo instiga ao público como se o mesmo fosse o entrevistador. Deste modo, despertando a curiosidade do público sobre o assunto.

O jornalista esportivo deve ter a consciência de que no momento da entrevista ele faz o papel de milhares de torcedores que gostariam de fazer aquela pergunta ao técnico do seu time, ou gostariam de saber, por exemplo, por que aquele atleta não conseguiu seguir adiante num evento. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p 36)

Na elaboração das entrevistas são propostas várias sugestões de perguntas para ser realizadas com os convidados. Nas produções do blog *Futebol em Família*, por tratar direto com personagens muito jovens referente às histórias de futebol, as perguntas são passadas por filtros antes de serem feitas as fontes. No futebol existe o questionamento do papel do jornalista referente às entrevistas. Muitos dos torcedores reclamam da postura dos jogadores ao final da partida, com o mesmo discurso de sempre.

Barbeiro e Rangel (2006) questionam o uso da criatividade do jornalista em formar as perguntas aos jogadores, já que as perguntas, geralmente, são as mesmas. É essencial o uso da criatividade na hora de entrevistas. Ninguém faz entrevista sobre o assunto nenhum sem estudar e se preparar antes, pois confiar no imprevisto é a conduta para uma má produção.

Após a coleta de todos os dados, entrevistas, vídeos e fotos são selecionados as partes que mais chamam a atenção para a produção jornalística final. Para este processo é feita a edição, no qual é elaborado o projeto com todas as partes importantes do conteúdo proposto na pauta. A edição é o ritmo que a reportagem pronta trará ao seu público. É aqui que se encaminha, também, a linha editorial do veículo.

Priorizar as reportagens, utilizar outras ferramentas de linguagem, como fotografias, boa diagramação, artes (no caso de jornais e revistas), pode transformar uma reportagem mediana em um produto interessante aos olhos do leitor. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p 42)

A função do editor neste momento é priorizar a informação a ser passada ao público. Como o meio online absorve o contexto multimídia, a edição passa pelo texto, vídeos, fotos e produção de infográficos, destacando assim, o resultado do conteúdo feito no processo das entrevistas. O formato de edição esportiva é o que direciona a informação a ser passada ao público. Dependendo da orientação, a edição, no ramo futebolístico, pode criar novos personagens importantes e mitificar atletas.

4.1 TEXTO E LINGUAGEM

Para Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2006), o texto no Jornalismo Esportivo tem que apresentar clareza, conter o maior número possível de informações relevantes, mas, o mais essencial é a criatividade. Existe um excessivo uso de chavões e clichês e, dessa forma, o texto se torna menos criativo. Um mal que acarreta os textos de vários veículos esportivos.

Quer que seu texto seja lido com prazer? Seja criativo, fuja dos chavões, solte as amarras do texto, coloque paixão sem abdicar dos rigores da informação. Paixão jornalística e não clubística, deixemos claro. Beber da fonte é fundamental. É muito difícil um redator produzir um texto criativo, contar uma história diferente sem ter presenciado, em carne e osso, o evento esportivo. A participação do repórter no local do fato é, no jornalismo esportivo, um elo entre o público e o evento. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p 51)

Essa maneira de deixar o texto criativo é adição de elementos como: paixão e criatividade. Isso está presente nos textos do *Futebol em Família*, numa dosagem equilibrada para não perder o sentido da informação. Também são utilizados esses elementos (paixão e criatividade) para tornar o texto mais atrativo para o público.

De acordo com Barbeiro e Rangel (2006), a linguagem a ser abordada é uma determinação de cada veículo. A linguagem é um dos fatores que irá determinar como o público reagirá, positivamente ou negativamente, com uma reportagem ou texto, por exemplo.

Algumas TVs adotam o estilo do jornalista-personagem, em que a função não é só passar a informação, relatar o fato. É preciso “viver” aquela emoção para o telespectador. O repórter faz rapel, escala montanhas, mergulha, desce corredeiras, luta, chora, sofre e vive até a última gota a emoção do esporte. Ele é tão protagonista quanto o atleta. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p 55)

No entanto, esse recurso do repórter como protagonista, pode abrir uma questão no debate sobre o Jornalismo Esportivo e Entretenimento. Essa discussão é antiga. Segundo Carlos Henrique Padeiro (2013), a utilização de uma linguagem mais descontraída, no Jornalismo Esportivo, surgiu na década de 1920.

Atualmente essa prática continua presente. “Nos últimos anos, é perceptível que os grandes veículos de comunicação brasileiros passaram a investir ainda mais na cobertura esportiva como um produto de entretenimento”. (PADEIRO, 2013, p 2). Dessa forma, dando um aspecto de descontração nas informações transmitidas. Existe um conceito para explicar essa relação do Jornalismo Esportivo com o entretenimento. Essa concepção é chamada de Infotenimento.

É sinônimo do jornalismo que traz a informação com divertimento. Na literatura brasileira, alguns autores recorrem a outras denominações, como jornalismo de entretenimento, jornalismo diversional, jornalismo de variedades e jornalismo cultural. (DEJAVITE, 2003, p 153-154 apud PADEIRO, 2013, p 4)

Conceito que também é usado na linguagem do *Futebol em Família*. Um exemplo disso é a reportagem do Projeto Parolin. Nela é apresentado um texto sobre o projeto social e um vídeo para complementar a produção.

No vídeo, na primeira parte, são passadas informações sobre a iniciativa do projeto, e na segunda parte é feito um desafio futebolístico com crianças integrantes

do projeto social. Semelhante ao que é realizado no *Desimpedidos*⁷, canal do *Youtube*, que produz conteúdo de futebol com doses de entretenimento.

Para Barbeiro e Rangel (2006), é passível que o humor e doses de sensacionalismo façam parte disso.

A emoção é a própria alma do esporte. Ela está nos olhos do jogador que faz o gol do título, na decepção da derrota, nas piscinas, quadras e pistas. Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos (BARBEIRO: RANGEL, 2006, p. 45)

Outra característica do Jornalismo Esportivo é a junção de elementos informativos com emoção e o entretenimento. Todos os elementos que envolvem este espetáculo é um fator que ajuda a reter atenção dos espectadores, pois segundo Coelho (2013), busca-se emocionar o público com histórias dos atletas que enfrentam dificuldades até chegar ao topo, gostam de relembrar a trajetória dos atletas, do narrador que é figura principal na modalidade ou na construção de um ídolo.

Esse tipo de cobertura sempre misturou emoção e realidade em proporções muitas vezes equivalentes. A conquista do título, a jogada brilhante, as histórias comoventes sempre fizeram parte do esporte. E sempre mereceram o tom épico que desapareceu das páginas de jornais e revistas e dos relatos de emissoras de rádio e televisão. (COELHO, 2013, p 23)

A adição de elementos de entretenimento e emoção é algo característico do Jornalismo Esportivo, porém vale lembrar, que a informação é o que tem que ser destacada. O uso da emoção e entretenimento em excesso, pode prejudicar na divulgação do conteúdo e até na credibilidade dele.

⁷ Desimpedidos, canal do Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/Desimpedidos>

5 JORNALISMO ONLINE

Como este produto se trata de um blog jornalístico em uma plataforma online, faz-se necessário levantar alguns conceitos sobre jornalismo online para, a partir disso, indicar como ele se desenvolve no caso dos blogs. Assim como um outro meio, na web também se busca transmitir uma informação, mostrar o que está acontecendo, no entanto, a forma como isso é feito em relação a outros meios apresenta diferenças. Uma delas é o uso de outros recursos, além do texto e fotos, que podem complementar uma reportagem, como o uso de vídeos, links e áudios por exemplo.

Os elementos que compõem o jornalismo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa- textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeos, áudio e ilustrações animadas. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo- um e-mail com comentários sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se assim, parte da cobertura jornalística. (FERRARI, 2010, p 39).

A essa particularidade se dá o nome de “multimídia”, uma das características fundamentais do jornalismo online. “A multimídia pode fornecer texturas múltiplas para o jornalismo”. (WARD, 2007, p 23). Isso acontece pelo fato de que as diferentes mídias presentes no jornalismo online podem complementar uma reportagem, torná-la atrativa e, com isso, despertar um interesse maior do público.

Buscou-se incorporar essa característica no blog jornalístico *Futebol em Família* proposto aqui. Para isso, foi preciso definir o recurso multimídia a ser utilizado em cada postagem. Segundo Luciana Moherdauí (2007), é preciso escolher as mídias que contribuam com a compreensão da informação.

O estudo do *Poynter Institute* mostra que, em alguns casos, o texto chama mais atenção do que recursos multimídias disponíveis e aconselha ao produtor de conteúdo analisar como os usuários serão beneficiados com áudio, vídeo e links. Os usuários tendem a lembrar das últimas notícias quando são postadas em texto. Os recursos multimídias funcionam para ilustrar um acontecimento como, por exemplo, no caso do atentado contra os Estados Unidos em 2001, quando os principais sites jornalísticos mostraram, em imagens multimídia, como ocorreram os ataques. Segundo observa o pesquisador Vicente Gosciola, o conteúdo para a Web deve seguir um roteiro, mesmo que não haja participação do usuário na produção. (MOHERDAUI, 2007, p 202-203)

Como visto nesta citação, os recursos multimídias são importantes, no entanto, existem critérios para o uso deles. Também mostra que, muitas vezes, o texto é suficiente para informar e o que é mais lembrado em uma postagem. Alguns

elementos de composição do material jornalístico na web são citados por Moherdaui (2007), conforme o quadro abaixo:

Quadro 3- Tabela de elementos de composição

ELEMENTO	CARACTERÍSTICA
1-Áudio	Som produzido em formato para a publicação na Web.
2-Banco de dados	Arquivo do conteúdo do portal, seja em texto, áudio, vídeo, imagem ou qualquer outro recurso multimídia.
3-Fotoblog	Ferramenta que permite publicar foto e texto. Uma matéria sobre um terremoto ou sobre eleições pode ter um link para um fotoblog que ilustre um assunto.
4-Galeria de Imagens	Seleção das melhores fotos do dia, editadas por tema específico ou geral.
5-Infográficos animados	Infográficos em Flash que, em alguns casos, seguem a lógica da continuidade ou da atualização. Um infográfico animado pode substituir o lead em certas circunstâncias, pois a sua construção tem como base a fórmula da pirâmide invertida.
6-Multimídia relacionada	Disponibilizar áudio, vídeo e imagens referentes ao tema abordado em uma matéria.
7- Podcasting	Oferecer texto, áudio e vídeo para download
8-Slideshow com áudio	Uma crítica de um show, por exemplo, pode ser editada a partir de fotos e narração do repórter; o mesmo pode ocorrer com uma entrevista, sequência de fotos e áudio.
9- Vídeo	Produzir conteúdo em vídeo tendo em vista as características da Web; disponibilizar o vídeo de um telejornal não é jornalismo digital.

Fonte: MOHERDAUI, 2007, p 205-210 – adaptado.

No caso do blog *Futebol e Família*, buscou-se inserir, pelo menos, uma mídia por post, as mídias utilizadas foram: áudio, vídeo, infográfico e slide show, buscando alternar cada elemento em diferentes postagens para evitar o exagerado alertado pela autora. Apenas na editoria especial, usou-se mais mídias, por se tratar de uma grande reportagem, como será melhor detalhado no capítulo de descrição do produto.

Além da multimídia, outra característica do Jornalismo Online é o uso de linkagem por meio de hipertexto.

O Hipertexto, assim como os recursos multimídia, é outro aspecto marcante do jornalismo online. Ele determina o modo como leitor irá ler uma reportagem. Um bloco de diferentes informações digitais interconectadas é um hipertexto, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados links) consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor decida e avance sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear. (FERRARI, 2010, p 44).

Ward (2007) também afirma que o texto da web, o hipertexto, tem características específicas voltadas para o seu público leitor. O jornalista, ao escrever tem que ter ideia das necessidades do seu público. Um exemplo disso é que, diferente do jornalismo impresso, o público na web faz uma leitura não-linear. “Isso sugere necessidade de repensar o processo da narrativa tradicional: analisar um texto e reconstruí-lo para um público online e seus padrões de consumo não-linear”. (WARD, 2007, p 24).

Além disso, outras características principais desse meio são a instantaneidade, interatividade, e a possibilidade de a informação ser armazenada. No caso da interação, trata-se da participação do público. Essa “presença” do público é bem-vinda, seja para sugerir temas para reportagens, dar sua opinião sobre o conteúdo divulgado e participar de enquetes, por exemplo. Ao final de cada postagem no blog *Futebol em Família*, propõe-se algum tipo de interação. Ela acontece com o uso de perguntas relacionadas aos post, um exemplo é: “Conhece algum torcedor mirim do atlético? conte para a gente e mostraremos essa história aqui no blog”.

Além desses atributos característicos do Jornalismo Online, o texto da notícia ou da opinião na web tem papel fundamental.

A web continua sendo, fundamentalmente, um meio de comunicação que tem como base o texto. Portanto, as habilidades básicas de escrever objetivamente e elaborar uma reportagem inteligível são de extrema importância. (WARD, 2007, p 63).

Não existe uma fórmula para escrever um texto na internet. Existe uma corrente que defende a utilização do modelo de pirâmide (técnica usada no jornalismo impresso que estrutura como uma notícia deve ser feita, usando *lead*, *sublead*, desenvolvimento e fechamento), que é empregado com grande frequência no jornalismo impresso. Outra linha defende que o público faz uma leitura na web diferentemente de em outros meios com isso, haverá a necessidade de uma desconstrução dessa pirâmide. Para prender o leitor seria preciso que cada parte da reportagem apresentasse um diferencial, um atrativo e, com isso, o público leria aquele conteúdo por um todo.

A mais conhecida provavelmente seja *delayed drop*- uma informação importante que aparece depois do lead, no meio do texto. Esse é um caso em que a ideia principal da reportagem, sua *raison d'etre*, a de relatar não

está no primeiro parágrafo. Em vez disso, está localizada mais adiante no texto, e em geral os leitores são conduzidos suavemente por esse estilo de narrativa. (WARD, 2007, p 118).

Tal possibilidade não indica, necessariamente, que todos que fazem jornalismo na internet tenham que utilizar a *delayed drop* para a produção dos textos. Na web, existe espaço para vários estilos.

A forma dele vai depender muito do público. Não adianta fazer um texto no qual a ideia ou informação importante esteja no meio, pois se o leitor estiver com pressa, poderá não ler aquilo. “Mais uma vez, o meio de comunicação pede aos jornalistas que sejam flexíveis e não dogmáticos. É o usuário quem decide. No jornalismo online há espaço tanto para a desconstrução quanto para o resumo”. (WARD, 2007, p 129).

Outra característica do online é a possibilidade de a informação ser armazenada, também chamada de perenidade. Segundo Ward (2007), na internet, as reportagens são arquivadas. Dessa maneira existe a possibilidade de encontrar uma notícia de dois dias até dois anos atrás e, com isso, através de um link, complementar uma reportagem.

6 BLOGS JORNALÍSTICOS

Como este produto é um blog jornalístico, conceitua-se aqui esse meio. Blogs são meios de divulgação de conteúdo na internet frequentemente ligados ao conceito de diários virtuais. Neles, os textos podem ser publicados por um ou mais autores. Normalmente os textos possuem um tema específico. Segundo Gabriela Zago (2008), são publicados em ordem cronológica de forma inversa e com regularidade.

O termo blog é uma versão reduzida da palavra “weblog”. “Web” vem de World Wide Web (rede de alcance mundial). O termo é utilizado para se referir à parte gráfica da Internet, o espaço por onde circulam as informações hipertextuais distribuídas em rede através do protocolo http. Já “log” vem da prática de se utilizar um bloco de madeira para marcar a velocidade dos navios. O termo foi apropriado pela informática para se referir à gravação sistemática de informações sobre o processamento de determinados dados. (ZAGO, 2008, p 2)

Quando surgiram, os blogs eram para ser apenas uma ferramenta de entretenimento, um diário digital. Porém, segundo Pollyana Ferrari (2007), o que se viu foi um aumento gigantesco no número de blogs.

Da literatura, passando pelo cinema e chegando ao jornalismo, os blogs simplesmente inundaram a rede mundial de computadores, realidade que acabou trazendo uma nova face para os meios de comunicação, um sinal claro de que são e continuarão a ser agentes fundamentais da transformação midiática dos próximos anos. Tais quais os sistemas *BBS (bulleting board system)*, que um dia acenaram para aquilo que se transformaria nas atuais páginas de internet, são os blogs uma das mais evidentes expressões da revolução digital que tende a se alastrar entre consolidados veículos de comunicação, desafiando conceitos profundamente arraigados na indústria jornalística. (FERRARI, 2007, p 42).

Na época em que surgiram, os blogs tiveram certa resistência por parte dos chamados “veículos tradicionais” para serem aceitos como uma ferramenta que pudesse ser usada também no jornalismo. De acordo com Ferrari (2007), a grande justificativa para essa contestação é que os blogs rompem com um processo de dominação de informações. Antes só os meios tradicionais transmitiam informações, mas agora com os blogs, o monopólio é quebrado e esses meios ganham uma concorrência.

São os blogs uma das mais evidentes expressões da revolução digital que tende a se alastrar entre consolidados veículos de comunicação, desafiando conceitos profundamente arraigados na indústria jornalística. A imprensa tradicional procura agir com cautela. Não é a primeira vez na história da comunicação- tampouco será a última- que uma nova ferramenta ou meio

promete colocar em xeque o seu próprio futuro. No entanto, fica impossível ignorar que, desta vez, o fenômeno digital atinge em cheio o coração do fazer jornalismo. (FERRARI, 2007, p 42) .

Em meio a esse debate sobre o caráter jornalístico, ou não dos blogs e a possível concorrência com os grandes veículos, o que passa a ocorrer é uma aderência dos próprios meios de imprensa tradicionais aos blogs, abrindo espaço em suas próprias páginas e captando pautas a partir das postagens. Destaca-se aqui o caráter opinativo dos blogs, uma das marcas dessa ferramenta.

Carregados de furos, opiniões e um tom mais informal, os blogs passaram a frequentar, diariamente, o espaço nobre das principais páginas eletrônicas da rede. Também não são raros os casos em que esses diários pessoais acabam pautando, inclusive, o jornal do dia seguinte, por vezes citado como fonte de alguma bomba publicada pelas principais revistas impressas no fim de semana. (FERRARI, 2007, p 46).

Apesar de a opinião ser uma das características principais dessa ferramenta, o blog também pode ser informativo e trazer reportagens. Esses blogs são chamados de diários informativos.

Fazem parte dessa categoria os blogs jornalísticos. Os diários informativos são de assuntos gerais ou sobre um tema específico, como cultura, economia, política e outros. Independente do tema, eles ainda podem ser analíticos, opinativos, noticiosos ou um mix de um ou mais estilos. (QUADROS; ROSA; VIEIRA, 2005, p 7)

Outra característica dos blogs é que eles possibilitam uma segmentação jornalística tratando de temáticas específicas para determinado público. Esse também é um dos objetivos do nosso produto: voltado para o segmento de esportes e de forma mais específica com a temática sobre crianças e o futebol.

Assim, um blog pode ser entendido como um formato específico da atualização de página da web, baseado em porções de conteúdo dispostas em ordem cronológica inversa, geralmente (mas não necessariamente) criado a partir de uma ferramenta específica para essa finalidade, e que pode apresentar recursos adicionais típicos, como comentários. Os blogs geralmente possuem uma temática definida e são escritos por um único autor, ou por um coletivo de autores. (ZAGO, 2008, p 5)

Ainda que existam características semelhantes em vários blogs, nem todos os blogs apresentam os mesmos aspectos. Esse fato cria diversidades entre os blogs e os vários modelos de formatos deles.

Em relação à parte de programação, Moherdau (2007) diz que sistemas de blog, como *blogger*, se popularizaram, pois permitiam que o usuário tivesse uma

página sem que fosse necessário o conhecimento de programação. Além disso, permitiam a inserção de conteúdo multimídia, como áudios, vídeos e galeria de fotos, sem maior complexidade.

“Desde que Tim Bernes Lee criou a World Wide Web, havia a preocupação de como divulgar informações na rede”. (MOHERDAUI, 2007, p 166). E assim foram surgindo os sistemas de publicação, que possibilitam o uso de recursos multimídias em postagens, e garantem também que as páginas consigam aplicar características jornalísticas.

Os sistemas permitem publicar conteúdo que engloba as características da terceira fase do jornalismo digital- multimídia, hipertextualidade, memória, interatividade, atualização contínua, customização do conteúdo, dinamismo e imersão. A publicação do conteúdo e a inserção de elementos multimídia estão na mesma área no sistema. Não é preciso trocar de tela para inserir links internos e externos, galeria de imagens, fotos randômicas de tamanhos variados, enquetes, palavras-chave para facilitar a busca, áudio e vídeo, relacionar enquete, conteúdo e agendar data de publicação. Há também a possibilidade de bloquear o conteúdo caso um portal mude seu modelo de negócio (de grátis para pago, por exemplo). (MOHERDAUI, 2007, p 174).

No caso do blog “Futebol em Família”, esse sistema permitiu o desenvolvimento da página e aplicação dos recursos citados por autores, como Ward (2007), como característicos do Jornalismo Online.

6.1 FACEBOOK COMO FERRAMENTA ALIADA AO BLOG

A necessidade em fazer a notícia chegue até o público sempre existiu, independente do meio. Na Internet, essa preocupação com a circulação também ocorre. No caso dos blogs, uma das formas para divulgação de produções jornalísticas é por meio das redes sociais, com o objetivo de alcançar maior número de leitores.

Gabriela Da Silva Zago e Marco Toledo Bastos (2013) estudam esse processo e afirmam que existe a necessidade de se criar estratégias para atrair os leitores para o site deles, uma estratégia, que pode ser usada, é a postagem de links no *Facebook*.

Já os *links* para notícias podem ser postados em perfis de Jornais, em sites de redes sociais como Facebook, e também por outros usuários em seus perfis pessoais. Uma vez publicadas, essas mensagens são replicadas por uma série de usuários interconectados, que “curtem” posts contendo *links*. (ZAGO E BASTOS, 2013, p 119)

Para Zago e Bastos (THORN; PFEIL, 1987 apud MACHADO, 2008), os posts podem gerar maior interação do público com o conteúdo divulgado. Os autores

afirmam “nas redes sociais, contudo, a atividade do usuário tem impacto significativo na difusão das notícias de cada jornal” (ZAGO E BASTOS, 2013, p 118). A participação do leitor por meio de comentários diretos nas postagens e, também, no compartilhamento deste conteúdo, é o que pode proliferar ainda mais o alcance das notícias.

Ao utilizar as redes sociais para distribuir suas notícias, os jornais não apenas proveem acesso a seus conteúdos como também possibilitam que usuários possam contribuir para repercutir essa notícia, seja através de replicações, seja através de comentários sobre os acontecimentos. (ZAGO E BASTOS, 2013, p 119)

Por essas razões, o blog *Futebol em Família* também possui uma página no Facebook, onde as postagens são reproduzidas. O objetivo é levar mais pessoas a conhecerem a página e terem acesso às informações noticiadas, além de compartilharem os conteúdos usando o próprio site de rede social.

7 DIAGNÓSTICO SOBRE BLOGS ESPORTIVOS NO PARANÁ E BRASIL

Um dos meios que reproduzem informações sobre conteúdo futebolístico na atualidade é o blog esportivo. Nos posts deste meio podemos encontrar dados referentes ao resultado das partidas, análise do desempenho dos jogadores, estatísticas da competição e os próximos jogos. Bastidores do clube, notícias diárias e histórias sobre a torcida são o que complementam a utilização do veículo online.

Como, por exemplo, o blog do *Doentes Por Futebol* (DPF), no qual o projeto aqui apresentado tira alguma das inspirações para desenvolver seu conteúdo.

Em sua página na internet, o blog⁸ é apresentado na página inicial os principais temas em destaque do dia sobre o futebol, tanto nacional quanto internacional. O acesso sobre seu conteúdo na web foi feito entre os dias 05 e 08 de junho de 2016. Nas postagens referentes a esse período foi visto em destaque a participação das principais seleções de futebol na América, durante a realização da Copa América de Futebol, que chega a sua marca centenária.

Logo na abertura da página localizamos que a maior parte em destaque são as imagens dos jogadores, com títulos atrativos para que o público acesse, fazendo com que os conteúdos escritos pelos jornalistas sejam vistos em outras abas direcionadas por esses links disponíveis.

⁸ Blog Doentes Por Futebol. Disponível em: <http://doentesporfutebol.com.br/>

Figura 5- Blog Doentes Por Futebol



Foto: Blog Doentes Por Futebol
 Fonte: <http://doentesporfutebol.com.br/>

No design deste blog contém uma estrutura parecida com os jornais impressos, que consiste com uma imagem em destaque, sendo referenciada como manchete e, que, ao seu redor, pequenas janelas que funcionam como chamada, para outras notícias de grande importância, e que estarão presentes na produção jornalística do blog. Quando é acessado, uma das matérias de preferência do leitor, a página abre o conteúdo completo feito pelo profissional que comanda o blog. Numa das matérias selecionadas neste blog vimos que a estruturação textual feita contém características bem exploradas do meio da web. As informações são passadas com uma produção de texto, imagens, produção de vídeos e infográficos.

Uma verdadeira plataforma multimídia, dentro de uma só matéria, para informar e atrair seu público. Na construção da matéria referente aos jogadores artilheiros da temporada europeia (imagem abaixo), no texto é apresentado apenas as pontualidades do caso, como o número de gols diante as partidas jogadas.

Figura 6- Doentes Por Futebol- Reportagem

Robert Lewandowski - 30 gols em 32 partidas (2654 minutos em campo)

O polonês esteve sempre na briga com **Aubameyang**, mas prevaleceu seu poder de decisão na reta final da *Bundesliga*. Artilheiro em 2013/2014, Lewandowski repetiu a dose com atuações memoráveis – memorável *repoker* (5 gols) que fez contra o *Wolfsburg*. Fez gols em 13 adversários diferentes, comprovando seu status de grande goleador.



Arte: Imigrantes da Bola | Direita: 22 gols; esquerda: 5; cabeça: 3; pênalti: 2; repoker: 1; dentro da área: 29; fora da área: 1; em casa: 19; fora de casa: 11; principal vítima: Wolfsburg (6 gols).



PUBLICIDADE

Coleção
Introdução ao
Jornalismo -...



R\$48,40 R\$57,00

Grandes Ofertas Livraria da
Folha

Livraria da Folha



ÚLTIMAS

Foto: Blog Doentes Por Futebol

Fonte: <http://doentesporfutebol.com.br/2016/06/artilheiros-das-4-grandes-ligas-europeias-em-1516/>

Já as imagens dos jogadores vêm para apresentar os atletas para quem não os reconhece. As principais informações vêm a partir dos infográficos e vídeos explorados pelos autores do blog. Os infográficos apresentados anexo a imagem mostram algumas especialidades dos atletas que estão sendo citados. Na imagem apresentada é possível ver que o atacante polonês Robert Lewandowski havia marcado 22 vezes, das 30, com a perna direita.

Os dados apresentados também revelam que da quantidade de gols marcados pelo atleta, a numeração de 19 vezes foi realizada em jogos em que seu respectivo clube realizou dentro de seus domínios. Logo em seguida é disponibilizado um link, para a plataforma *Youtube*, com todos os gols feitos pelo atacante na temporada analisada. Este tipo de produção na internet ajuda bastante na interação com o público.

O ⁹*Blog do Mauro Beting* traz em seu formato um conteúdo com mais presença do texto em sua forma de atuação. Nele são abordados conteúdos mais aprofundados nas questões que envolvem a presença do público em si, nas partidas de futebol. Mauro Beting é um jornalista esportivo que tem como característica analisar, de forma mais parcial possível, os critérios utilizados nas partidas de futebol ocorridas no “planeta bola”.

Figura 7- Blog do Mauro Beting



Foto: Blog do Mauro Beting

Fonte: <http://maurobeting.blogosfera.uol.com.br/>

As produções dos conteúdos disponíveis no blog são realizadas sempre após as partidas dos principais campeonatos nacionais ou internacionais, no qual o jornalista está trabalhando ou acompanhando, juntamente com sua atual emissora. Nos dias em que foram feitas as análises dos blogs, os conteúdos apresentados diretamente nesta página foram a violência das torcidas organizadas dentro do estádio Mané Garrincha, na capital do país, Brasília, durante o jogo entre as equipes do Flamengo (RJ) e Palmeiras (SP) – imagens abaixo.

A apresentação da matéria feita por ele é bem semelhante ao que se é proposto nos jornais impressos. O uso da crônica para explicar a tragédia ocorrida,

⁹ Blog do Mauro Beting. Disponível em: <http://maurobeting.blogosfera.uol.com.br/>

direciona bem o leitor a sentir as sensações do que era presenciado no local. A descrição com riquezas de detalhes dos problemas enfrentados pelos demais torcedores no estádio são formas em que o jornalista utiliza para atrair os diversos espectadores curiosos para entender o fato.

O blog *Trivela* é mais um que produz conteúdo com ênfase em futebol. Na abertura da página do blog vemos as manchetes, diagnosticando, em ordem cronológica, o que de mais importante acontece no futebol. Sempre em destaque, os títulos, com fontes maiores, e logo após, imagens referentes ao tema abordado. Nas laterais da página ficam as chamadas de outras matérias.

Figura 8- Blog Trivela



Foto: Blog Trivela

Fonte: <http://trivela.uol.com.br/>

As pautas publicadas neste meio alimentam a tradicional torcida que acompanha o futebol. A checagem de informações, a execução dos critérios de noticiabilidade, as opiniões embasadas e a clara ênfase na notícia esportiva são alguns dos elementos que fazem a audiência do portal se concretizar. No período em que foi analisado os conteúdos postados, os principais temas abordados foram as aparições das principais seleções europeias antes da principal competição do velho continente, e o “adeus” de um dos principais futebolistas do nosso país – Paulo Baier.

Ao selecionar, por exemplo, o tema da aposentadoria de Paulo Baier vem a produção textual que mostra a trajetória do atleta. Com um teor mais opinativo, que é

uma característica que o blog possui desde sua criação, a produção desta matéria vem identificando pontos importantes sobre a vida do atleta gaúcho dentro das quatro linhas, mas sempre realçando as informações que foram devidamente apuradas.

O *blog do PVC* é produzido por Paulo Vinicius Coelho, jornalista esportivo há mais de 25 anos - onde neste tempo já passou por várias das principais editorias do jornalismo esportivo neste país. Conhecido e referenciado como um dos principais comentaristas de futebol, Paulo Vinicius Coelho, é um excelente conhecedor de táticas, números e histórias do esporte. Tanto em TV, rádio e jornal, suas produções jornalísticas sempre estão entre as mais procuradas por conta de seu conhecimento. Na internet, principalmente em seu blog, existe uma grande procura, por posts que apresentam as estatísticas das partidas de futebol.

Figura 9- Blog do PVC



BLOG DO PVC

As dificuldades de Cuca no Palmeiras

PVC 07/06/2016 | 17:53

Compartilhe     

No dia 14 de junho de 2007, nove anos atrás, o Botafogo goleou o Vasco por 4 x 0. Um show! Talvez tenha sido a partida mais brilhante de um time dirigido por Cuca. Dez dias depois, chegou a notícia de que o exame antidoping de Dodô tinha resultado positivo. Foi o primeiro problema de um time com elenco curto e sem vocação para ser campeão brasileiro. Mas que liderou e deu espetáculo até o final do primeiro turno. Mesmo com André Lima no ataque, substituto de Dodô nas partidas em que o artilheiro dos gols bonitos precisou ficar de fora.

Há grandes diferenças entre aquele Botafogo e este Palmeiras. A principal é a capacidade de investimento. Sem Alecsandro, suspenso, é provável que Cuca peça um centroavante para revezar-se no ataque com Barrios, machucado, e também com Gabriel Jesus, Roger Guedes e Dudu.

Paulo Nobre não é de abrir o bolso. Mas tem dois compromissos neste momento: não perder jogadores e repor peças. Não precisam ser contratações caras, porque Cuca descobre do nada soluções para o elenco. Tchê Tchê e Roger Guedes são os exemplos mais recentes. Mas alguém para o lugar de Alecsandro vai ser necessário.

Cuca prometeu brigar pelo título desde sua chegada. Paulo Nobre é mais discreto. Em entrevista ao Globo Esporte.com, Nobre disse que a promessa é de Cuca. Que como presidente precisa ter mais cautela.

Ora... mais ou menos. A promessa de voltar a brigar pelos títulos mais importantes

Paulo Vinicius Coelho ...
Curtir Página 32 mil curtidas

Seja o primeiro de seus amigos a curtir isso.

@PVCEFOX NO  Seguir

Foto: Blog do PVC

Fonte: <http://pvc.blogosfera.uol.com.br/>

Nas reportagens que elabora para o blog, PVC concentra em seu conteúdo a riqueza de detalhes e concisão de informação. A produção textual apresentada contém todos os requisitos de noticiabilidade jornalística, averiguando checagem de informação e trazendo interatividade com o leitor de web. A participação deste é válida através de um link disponível pela página, onde eles comentam a informação que é proposta na publicação.

Durante a análise destes blogs podemos ver um aspecto em comum: a página que disponibiliza os conteúdos desses profissionais na internet é o mesmo. O grupo de comunicação multimídia da UOL é quem organiza a rota de dados dessas páginas, possuindo assim, o domínio dessas abas.

Esta situação não é muito diferente aqui na capital paranaense, onde será feito o nosso blog. O grupo *Grpcom* detém uma grande parte dos veículos no estado. Um dos blogs que possuem maior acesso futebolístico é o *Blog da Nadja*, vinculado à plataforma do Globo Esporte, pois a Nadja – quem produz o conteúdo do blog - é repórter da RPCTV, no ramo esportivo.

As pautas selecionadas neste blog tratam sobre as principais transferências dos jogadores dos clubes paranaenses, as atuações dos times nos campeonatos estadual e nacional. O que mais dá visualização no blog é as entrevistas cedidas aos jogadores para a repórter.

Figura 10 - Blog da Nadja

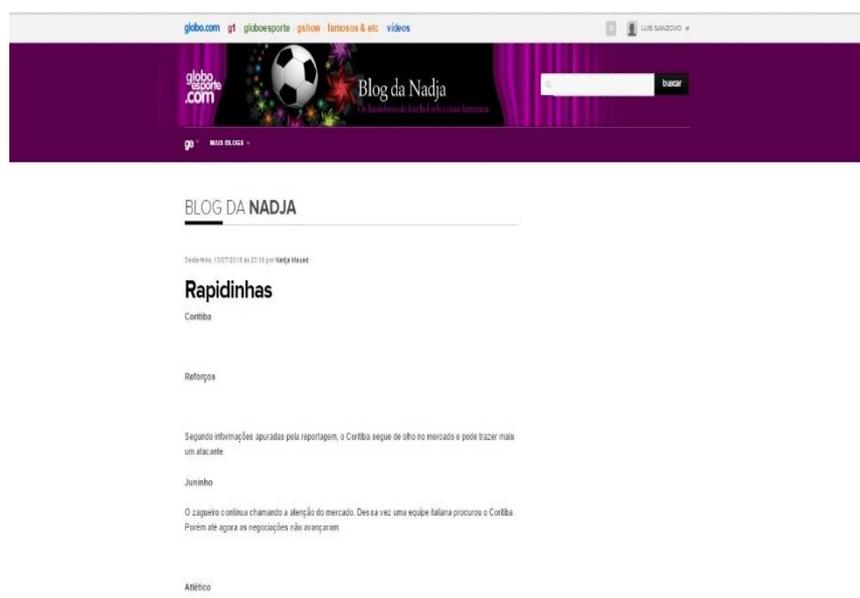


Foto: blog da Nadja

Fonte: <http://globoesporte.globo.com/pr/blogs/especial-blog/blog-da-nadja/1.html>

O blog dela apresenta um layout simples: uma barra superior com a cor roxa predominante. Na barra contém as editorias tratadas no blog. O uso de elementos relacionados ao futebol (especificamente a bola e uma coroa) são o que determinam a identidade do blog.

O blog *Arquibancada Virtual* também é participante da plataforma do Grupo Paranaense de Comunicação. O blog é veiculado pelo site da Gazeta do Povo. *Arquibancada Virtual* tem um layout mais elaborado – isso em comparação do blog da Nadja.

Figura 11- Blog Arquibancada Virtual



Foto: blog Arquibancada Virtual

Fonte: <http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/arquibancada-virtual>

O blog tem como ênfase as notícias dos clubes da capital, análise das partidas, comentários sobre a rodada do campeonato e um diferencial: interatividade. A produção de enquetes sobre pautas dos clubes que envolvem a torcida são o que mais apimentam a participação dos leitores.

Já em contrapartida, temos a presença de um blog independente, que contém as características parecidas com os blogs mostrados anteriormente, mas produzido por um jornalista sem vínculo com emissora. Este blog é o *Do Rico ao Pobre* produzido pelo jornalista Rafael Buiuar, onde são tratados assuntos relacionados aos times amadores (conhecidos como suburbanos), categorias de base e alguns temas dos clubes profissionais. O template fornecido pelo blog é mais elaborado com cores e imagens remetentes ao futebol.

Figura 12 - Do Rico ao Pobre

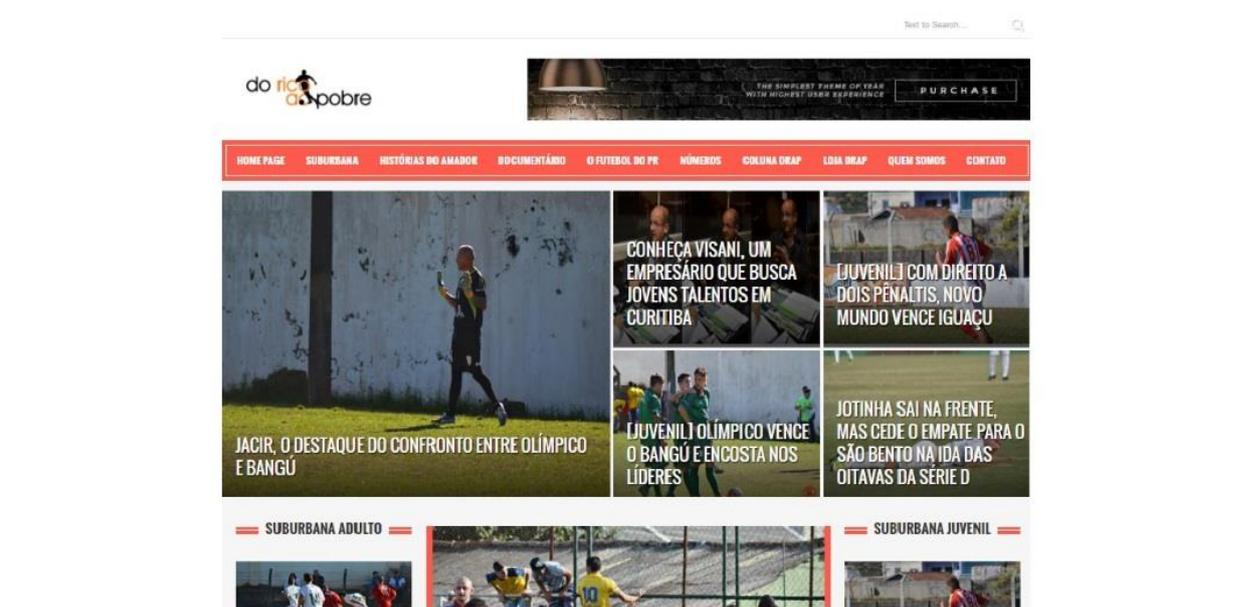


Foto: Rico ao pobre

Fonte: <http://www.doricoaopobre.com.br/>

O blog utiliza de textos, imagens, vídeos e tags para formalizar matérias com interação aos seus leitores. Nas redes sociais, apresenta links para que haja feedback direto ao seu público, para que, desta maneira, possa melhorar a produção do veículo. Em uma das editorias do blog vemos uma matéria que trabalha diretamente com crianças, onde o foco é na categoria de base dos clubes que participam da divisão suburbana.

Dos veículos online que pesquisamos, o blog *Do Rico ao Pobre* é o que mais se assemelha à proposta, na qual queremos colocar em nossas produções. Isso porque, o layout é agradável, mais elaborado, que os do blog da Nadja e Arquibancada Virtual, por exemplo. Já no aspecto nacional, os blogs: *Doentes Por Futebol* e *Trivela*, é que apresentam um layout elaborado, que serviu também como inspiração.

No aspecto do conteúdo, em âmbito estadual, novamente o blog *Do Rico ao Pobre* se sobrepõem. A quantidade de editorias e as mais diversificadas pautas, abrem um leque de vários conteúdos, que podem ser produzidos. Diferindo dos blogs da Nadja e Arquibancada Virtual.

Nacionalmente, os que apresentam um conteúdo diferenciado são o blog do Mauro Beting e do Paulo Vinícius Coelho, porém as características, que tornam esse conteúdo diferenciado são próprias dos autores, dificilmente dá para escrever uma crônica como a do Mauro Beting, por exemplo, mas servem como inspiração.

8 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Este produto é um blog jornalístico que traz conteúdo relacionado a crianças e futebol. A proposta é divulgar as principais histórias encontradas aqui na capital paranaense, com crianças que torcem para algum time ou que tenham o sonho de se tornar um jogador de futebol profissional. Além disso, o blog pretende registrar histórias de famílias que tenham identificação com algum clube de futebol.

O acesso ao blog pode ser feito pela url: <http://futecontato.wixsite.com/futebolemfamiliablog>. As produções foram feitas por meio de textos e com o uso de recursos multimídias: fotos, áudios, vídeos e infográficos. O intuito do produto é divulgar este conteúdo na internet para que as pessoas que gostam deste tema possam visualizar, já que na nossa pesquisa de diagnóstico, pode-se perceber que poucos veículos jornalísticos trabalham com essa temática.

8.1 TEMAS E EDITORIAS

O nome “Futebol em Família” procura remeter a uma ideia comum para os apaixonados por futebol, a de que a paixão pelo esporte é passada dos pais para os filhos. A relação com o clube de coração, o sonho de ser um personagem importante no futebol e crianças que frequentam estádios são aspectos que o *blog* procura retratar. A presença do adjetivo *Família* no nome é uma maneira de representar toda a participação dos pais na influência, ou não, do futuro da criança no futebol.

O blog é dividido em cinco editorias. Nova Geração, Torcedor Mirim, Família F.C, Como está seu time e Especial, conforme descrição abaixo:

- “*Nova Geração*”: Esta editoria retrata as principais histórias dos jovens (meninos e meninas de até 17) que sonham, trabalham e almejam ser um grande profissional de futebol. O foco das pautas são as dificuldades enfrentadas por essas crianças e adolescentes para conseguir atingir este objetivo, as características destes personagens, o apoio familiar e as condições vividas por estes atletas. Aqui também são encaixadas pautas como, por exemplo, projetos sociais, que funcionam para ajudar jovens a conseguirem realizar seus sonhos e ajudar as pessoas.

- “*Torcedor Mirim*”: ênfase em histórias de crianças (de 06 até 10 anos) que possuam identificação maior com um clube, por exemplo, por ter nome de um ex-

jogador, data de nascimento coincidindo com a do clube que torce ou por ser filho de algum integrante de algum funcionário da instituição de futebol.

- *“Família F.C”*: são famílias que têm grande identificação com algum clube. Trajetórias marcantes no futebol que contribuíram com o crescimento da família, causos que juntaram vários parentes, nomes ou datas importantes para a história de um acontecimento familiar entram em pauta para nossas produções nesta editoria.

- *“Como está seu time”*: aqui entram as divulgações através de links sobre a atualidade dos clubes da capital. Esta editoria serve para deixar o nosso público informado sobre a atual situação do seu time.

- *“Especial”*: editoria criada para elaboração de pautas que contém um foco jornalístico mais aprofundado, onde são retratados assuntos que fomentam a informação sobre o esporte citado. Um exemplo disso é a produção número 01, que traz à tona como funciona o processo de amadurecimento do jovem atleta para se tornar um jogador profissional.

Existe também uma parte que é citada, logo de início, quem fornece informações sobre quem produz o conteúdo do veículo. *“Nossa Escalação”*, que é a descrição da proposta do blog direcionada pelos autores. Um breve perfil sobre quem produz as informações e uma mídia estabelecida para incrementar o conteúdo estão presentes nesta categoria.

8.2 PAUTAS

O critério para a seleção de pautas foi a ligação dos personagens com o clube de coração e também com futebol. Essa ligação é mostrada através de histórias marcantes das famílias com o clube. No caso dos torcedores mirins, jogos marcantes, ídolos no clube, sonhos relacionados ao time e ou algum fato curioso sobre seu time de coração.

A primeira tabela se refere ao conteúdo da editoria intitulada *“Nova Geração”*:

Quadro 4- Tabela do conteúdo do blog editoria *“Nova Geração”*

Editoria	Nova Geração			
Reportagem	Texto	Fotos	Recurso multimídia	Fontes Consultadas

1- Projeto São Marcos	Reportagem sobre o projeto social ministrado por Allan, professor de educação física e olheiro. Nele utiliza os conhecimentos adquiridos na profissão no projeto social	Fotos de Allan durante o projeto e um dos repórteres coletando entrevista	Áudio da entrevista com os alunos do projeto	Allan César (olheiro e professor); Gabriel Ribeiro (11 anos) e Pedro Henrique (14 anos)
2- Projeto Parolin	Reportagem sobre o projeto social desenvolvido por Jaqueline. A história dela com o futebol e como o esporte mudou a vida de várias crianças e adolescentes	Fotos de Jaqueline e das crianças desenvolvendo as atividades durante o projeto	Vídeo com desafio de pênaltis com crianças participantes do projeto	Jaqueline (idealizadora do projeto)
3- Perfil Nelson	Reportagem onde o estudante e atleta, Nelson Teixeira de uma das escolinhas do Coritiba fala sobre o sonho de ser jogador de futebol	Fotos dele jogando futebol com a família	Vídeo com entrevista sobre a perspectiva de um jovem atleta	Nelson Teixeira Neto (atleta e estudante, 16 anos)

Fonte: Os Autores

Segue também o detalhamento do conteúdo produzido para as postagens da editoria Torcedor Mirim:

Quadro 5- Tabela do conteúdo do blog editoria “Torcedor Mirim”

Editória	Torcedor Mirim			
Reportagem	Texto	Fotos	Recursos Multimídia	Fontes Consultadas
1- Luiz Eduardo (Atlético Paranaense)	Reportagem sobre como começou a ligação do torcedor mirim com o clube, jogos marcantes e sonhos relacionados ao time e uma característica do Luiz	Fotos do Luiz Eduardo com a camisa do Atlético e de momentos com o time	Áudio com <i>quiz</i> feito com o torcedor mirim sobre o Atlético Paranaense	Leonardo Scheiffer (29 anos e pai do Luiz); Luiz Eduardo (6 anos)
2- Yago Machado (Coritiba)	Reportagem sobre como começou a ligação do torcedor mirim com o clube, jogos marcantes e sonhos relacionados ao time e uma característica do Yago	Fotos do Yago com a camisa do Coritiba e encontrando goleiro do Coritiba.	Infográfico sobre como funciona o projeto Mascotinhos do Coritiba, relacionado com o sonho do Yago	Fernanda Machado (34 anos e mãe do Yago); Yago Machado (6 anos)

3- Gabriel Henrique (Paraná Clube)	Reportagem sobre como começou a ligação do torcedor mirim com o clube, jogos marcantes e sonhos relacionados ao time	Fotos do Gabriel com a camisa do Paraná Clube e fotos de objetos do time.	Slideshow com fotos que mostram o crescimento de Gabriel e momentos com o time	Henrique Reis (34 anos e pai do Gabriel); Gabriel Henrique (10 anos)
---	--	---	--	--

Fonte: Os Autores

Agora, apresenta-se a descrição das pautas, fontes e recursos multimídias usados na editoria Família F.C.

Quadro 6- Tabela do conteúdo do blog editoria “Família F.C.”

Editoria	Família F.C.			
Reportagem	Texto	Fotos	Recursos multimídias	Fontes Consultadas
1- Família Paranista da Caroline Franciozi	Reportagem sobre como começou a ligação da Caroline com o Paraná e como a família dela (noivo e filha) estão relacionados ao clube	Fotos da família e mãe e filha.	Slideshow com fotos de objetos que a família tem do Paraná Clube.	Caroline Franciozi (34 anos)
2- Família Janisseti (Coritiba)	Reportagem sobre como começou a ligação da família com o Coritiba e também o fato de um dos filhos torcer pelo Atlético	Fotos da família e objetos do Coritiba.	Slideshow com fotos da família.	Alecsandro Janisseti (41 anos); Paulo Vicente (22 anos)
9- Família Bruno Lima	Reportagem sobre como começou a ligação do Bruno com o Atlético, a coleção de camisas e como passou para o filho dele, Mayke (2 anos)	Fotos do pai e filho, Bruno com a coleção e uma da primeira camisa dele e do filho.	Slideshow com fotos da coleção de camisas do Bruno	Bruno Lima (23 anos)

Fonte: Os Autores

Há ainda a editoria chamada “Especial”, destinadas a reportagens especiais. Para este trabalho de conclusão de curso, o tema selecionado foi sobre o processo de profissionalização de um jogador de futebol.

Quadro 7- Tabela do conteúdo do blog editoria “Especial”

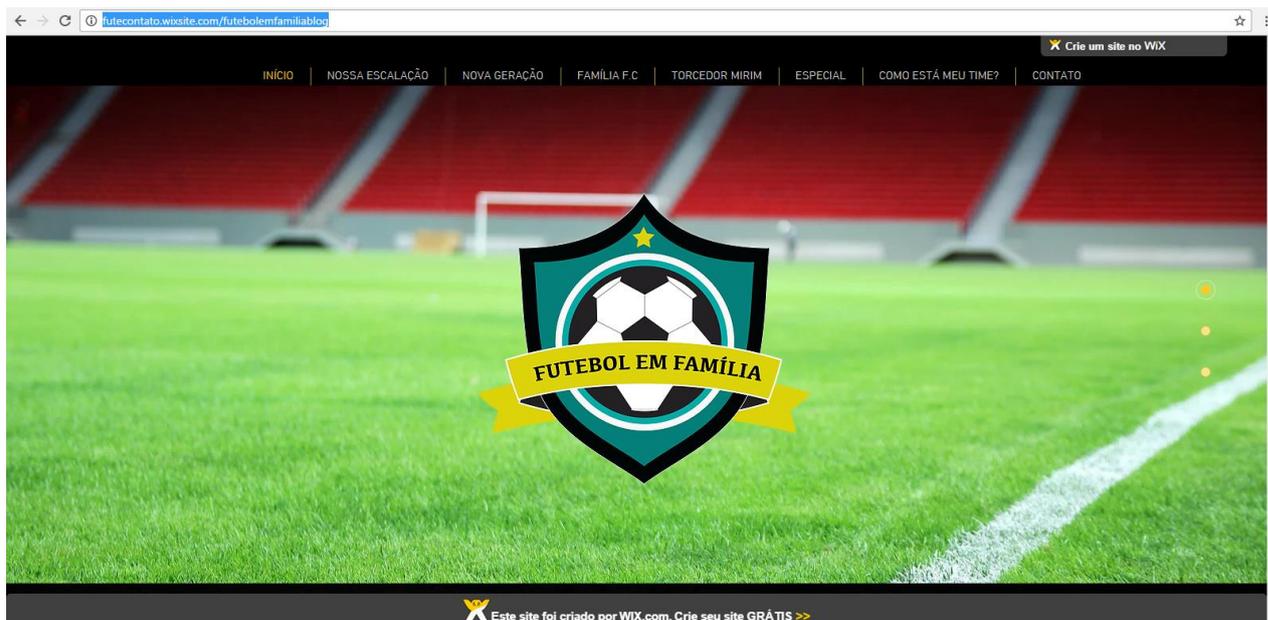
Reportagem	Texto	Fotos	Vídeo e Infográfico	Fontes Consultadas
1- Pressão para se tornar jogador de futebol	Reportagem que mostra como funciona o processo de profissionalização de um jogador de futebol. As pessoas envolvidas nele e o lado positivo e negativo	Fotos da Vila Olímpica no Boqueirão. Crianças treinando e dos entrevistados	Vídeo- Mostrando como funciona o processo de profissionalização e entrevistas com pessoas ligadas ao tema. Infográfico- com dados relacionados ao processo de profissionalização de um jogador de futebol	Rafael de Souza (comissão técnica; William Corrêa (psicólogo esportivo); Guilherme (atleta da base, 13 anos); Allexson (jogador do Paraná Clube)

Fonte: Os Autores

8.3 PLATAFORMAS E LAYOUT

O layout do blog “Futebol em Família” busca relacionar o visual da página com elementos ligados ao futebol e também a crianças. As imagens selecionadas para compor o fundo da página também se referem ao tema. São usadas fotos – retiradas de banco de imagens – de um adulto e uma criança, junto com a bola de futebol. Já a logomarca se assemelha a um escudo de um clube, para facilitar a identificação do veículo com o público aderido.

Figura 13 - Página inicial do blog



Fonte: *Futebol em Família* (2016)

As cores escolhidas foram o verde, pela ideia de remeter ao futebol (ao gramado), as principais cores dos três times da capital (vermelho, verde e azul) com o objetivo de criar identidade do público. E também cores neutras para facilitar na organização do layout.

Figura 14 - Exemplo layout do blog



Fonte: *Futebol em Família* (2016)

A plataforma escolhida foi o site *Wix*. A justificativa para esta escolha foi a grande possibilidade de recursos, lista de templates e variedades de ferramentas fornecidas pela plataforma. Outros fatores são a didática do site e a disponibilização de um leque maior de recursos gratuitos. Também foram analisadas as plataformas *Wordpress* e *Joomla*, o *Wordpress* também apresenta uma quantidade de recursos, mas a identificação com a plataforma *Wix* foi maior. Já a *Joomla*, não se mostrou favorável, pois o site está em outro idioma e de difícil compreensão.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a produção de dez reportagens neste projeto piloto do blog, pode-se constatar que, conforme levantado anteriormente, há inúmeras pautas envolvendo o tema crianças e futebol. Como o esporte desperta paixão em seus torcedores, percebeu-se disponibilidade por parte dos pais em contarem a história de seus filhos e como juntos acompanham o futebol e seu time do coração.

Também a temática ligada a crianças que desejam serem jogadoras de futebol encontra um universo significativo de personagens e variadas possibilidades de pauta. São nas histórias curiosas dessas pessoas – cidadãos comuns apaixonadas por futebol e com sonhos envolvendo o esporte – que se espera despertar o interesse do público pelo blog.

Desse modo, acredita-se que, apesar de ter uma abordagem específica dentro do Jornalismo Esportivo, este blog possa manter suas publicações e sua periodicidade, que é de um post por semana e na categoria Especial, um por mês. Como se trata de um público amante do esporte, pretende-se captar, no futuro, anunciantes para o blog, ou seja, empresas interessadas em vender produtos para crianças, adolescentes e seus pais, principalmente de produtos ligados ao futebol e a prática esportiva.

Após a consolidação do blog no território curitibano, a expectativa é poder levar este conteúdo ao cenário estadual e retratar as principais histórias que circulam na continuidade estado do Paraná - já que a região contém vários outros times. Depois dessa fase, planeja-se ampliar a cobertura para um foco nacional, uma vez que o veículo online permite o alcance em diferentes regiões do Brasil e do mundo.

Além disso, almeja-se que este relatório monográfico contribua para os estudos sobre Jornalismo Esportivo na web, uma vez que não foram encontradas publicações específicas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- Atlético Paranaense, **Lista de Escolinhas de Futebol**, 2016. Disponível em <http://www.atleticoparanaense.com/escolafuracao/escolas>> Acesso em: 1 de junho de 2016.
- BORELLI, Viviane & NETO, Antonio Fausto. **Jornalismo Esportivo como Construção**. In: Cadernos de Comunicação – Vol. 7. Santa Maria/RS: Editora da UFSM, 2002.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica – História da Imprensa Brasileira**. São Paulo: Ática, 1990.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- Blog do Barletta, **Imprensa Esportiva e Assuntos Comunitárias**, 2011. Disponível em <http://esportelazerpr.blogspot.com.br/>> Acesso em: 1 de junho de 2016.
- Blog Do Rico ao Pobre, 2016. Disponível em <http://www.doricoaopobre.com.br/>> Acesso em: 12 de novembro de 2016.
- BBC Brasil, **reportagem sobre o Santiago Fretes**, 2016. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/geral-36387064>> Acesso em: 1 de junho de 2016.
- CALMON, Jorge. Jornalista e escritor. **Depoimento no programa do Instituto de Letras da UFBA e da Fundação Casa Jorge Amado intitulado “Com a Palavra o Escritor”**. Salvador: 28 jul. 1999.
- CBF, Confederação Brasileira de Futebol, **Raio-X salários dos jogadores de futebol, 2015**. Disponível em <http://www.cbf.com.br/noticias/a-cbf/raio-x-do-futebol-salario-dos-jogadores#.V08GRfkrLcd>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- CEREJA, William R. e MAGALHÃES, Thereza C. **Texto e Interação**. São Paulo: Atual, 2000.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2013.
- Coritiba, **reportagem sobre os mascotinhos, 2016**. Disponível em http://www.coritiba.com.br/artigo/26165/seja_um_mascotinho_do_coxa> Acesso em: 1 de junho de 2016.
- DA CRUZ, Trentini Romerito. **Influência em participar da escolinha de futebol**. Revista Brasileira de Futsal e Futebol, São Paulo, v. 3, n. 10, janeiro-dezembro 2011, p. 281-289. Disponível em: <http://www.rbff.com.br/index.php/rbff/article/viewFile/112/108>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.

DERZI, Tufic. **Comunicação e negociação em eventos esportivos**. Editora Sprint, 2005.

DEJAVITE, F. A. **O Jornal Diário Impresso e a Prática do Infotainment: o caso da Gazeta Mercantil**. São Paulo: Tese de Doutorado, 2003.

Desimpeditos, Canal esportivo do Youtube, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/Desimpeditos>> Acesso em: 27 de novembro de 2016.

Doentes Por Futebol, Site Esportivo, 2016. Disponível em <http://doentesporfutebol.com.br/>> Acesso em: 6 de junho de 2016.

Escola Coxa, Escola de Futebol do Coritiba, 2016. Disponível em <http://escolacoxa.com.br/#>> Acesso em: 1 de junho de 2016.

Estadão, **critérios dos clubes na escolha dos mascotinhos**, 2015. Disponível em <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,saiba-quais-sao-os-criterios-de-cada-clube-na-selecao-de-criancas-para-entrar-em-campo,1778032>> Acesso em: 1 de junho de 2016.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2010. 128 p.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto Hipermídia as novas ferramentas de comunicação**. São Paulo: Contexto, 2007. 192 p.

FILGUEIRA, Fabrício Moreira. **Objetivos dos pais em relação à prática do futebol na iniciação**. Viçosa, v.13,n.1, p. 96-110, 2005.

Gazeta do Povo, Blog Arquibancada Virtual, 2016. Disponível em <http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/arquibancada-virtual>> Acesso em: 12 de novembro de 2016.

Gazeta do Povo, **reportagem Bala e Bola**, 2016. Disponível em <http://www.gazetadopovo.com.br/esportes/especiais/futebol-e-violencia/index.jsp>> Acesso em: 1 de junho de 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo, 2002. 176 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo, 2008. 200 p.

Globo Esporte, Blog da Nadja, 2016. Disponível em <http://globoesporte.globo.com/pr/blogs/especial-blog/blog-da-nadja/1.html>> Acesso em: 12 de novembro de 2016.

Globo Esporte, **reportagem sobre a série A Base da terra à grama**, 2014. Disponível em <http://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/2014/10/base-da-terra-grama-nova-serie-mostra-formacao-do-futebol-brasileiro.html>> Acesso em: 1 de junho de 2016.

Globo Esporte, **reportagem sobre o Guilherme, torcedor do Goiás**, 2015. Disponível em <http://globoesporte.globo.com/go/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/2015/12/garoto-paulista-diz-que-nao-deixara-de-torcer-pelo-goias-apos-rebaixamento.html>> Acesso em : 1 de junho de 2016.

Jornal Tribuna do Paraná, 2012. Disponível em: <http://www.tribunapr.com.br/esportes/pesquisa-mostra-tamanho-das-torcidas-do-parana/> >. Acesso em 29 de novembro de 2016.

JÚNIOR, Luiz Costa Pereira. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LISBÔA, Mariana Mendonça. **Representações do esporte-da-mídia na cultura lúdica das crianças**. Florianópolis, 2007.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia**. Brasília: UNB, 1996.

MALULY, Luciano Victor Barros. **A Tática e a Técnica da reportagem esportiva no Brasil**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/17556934550646617667054918905835569637.pdf>>. Acesso em 29/04/2016.

Machado, A.A.; Presoto, D. **Iniciação esportiva: seu redimensionamento psicológico**. In Buriti, M.A. Psicologia do esporte. 2ª edição. Alínea. Campinas. 2001.

MARQUES, F. C. **Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa**. In: COELHO, C.N.P.; CASTRO, V. J. (Orgs.). Comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo. Paulus, 2006, p 33-59.

Ministério do Esporte, 2013. Disponível em <http://www.esporte.gov.br/diesporte/2.html> >. Acessado em: 29 de novembro de 2016.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias online**. São Paulo: Senac, 2007. 280 p.

OKABE, Marcio. **O que é um blog e para que serve?** 2009. Disponível em <<http://www.konfide.com.br/artigos/marketing-online/o-que-e-um-blog-e-para-que-serve/>>. Acesso em: 19 de maio de 2016.

Paraná Clube, **Lista de Escolinhas de Futebol**, 2016. Disponível em http://www.paranaclube.com.br/futebol_escolas.htm> Acesso em: 1 de junho de 2016.

PADEIRO, Carlos Henrique. **O Entretenimento na construção do Jornalismo Esportivo no Brasil**. 15 p. Dissertação

PLAINTER, Renato Duarte. **Rotinas do jornalista esportivo na web**, 2011. Disponível em <http://euquerotrabalho.com/rotinas-do-jornalista-esportivo-na-web.html/>>. Acesso em: 19 de maio de 2016.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção de informação online**. São Paulo: Summus, 2003.

QUADROS, Cláudia Irene de; ROSA, Ana Paula da; VIEIRA, Josiany, **Blogs e as transformações do jornalismo**. Paraná, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 21 f. Agosto. 2005.

RIBEIRO, André. **Os Donos do Espetáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

SBT, Sistema Brasileiro de Televisão, **Programa Menino de Ouro, 2013**. Disponível em <http://www.sbt.com.br/meninodeouro/programa/>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.

Secretaria da Comunicação do Governo Federal, 2015. Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 29 de novembro de 2016.

SOUSA, Eliana das Dores de, **Futebol: Paixão, produto ou identidade cultural**. São Paulo. 25 f. Dissertação (Especialista em Mídia) – Escola de Artes e Comunicações da Universidade de São Paulo. 2013

Terra, Portal de Notícias, **Reportagem programa Criança e Futebol, 2012**. Disponível em <http://esportes.terra.com.br/futebol/estaduais/campeonato-paulista/fpf-produz-programa-de-gincana-sobre-futebol-para-criancas.8f0896272f4fd310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>> Acesso em: 1 de junho de 2016.

Trivela, Site Esportivo, 2016. Disponível em <http://trivela.uol.com.br/>> Acesso em 6 de junho de 2016.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão**. São Paulo: Saraiva, 2009.

Uol Esporte, Blog do Mauro Beting, 2016. Disponível em <http://maurobetinq.blogosfera.uol.com.br/> > Acesso em: 6 de junho de 2016.

Uol Esporte, Blog do PVC, 2016. Disponível em <http://pvc.blogosfera.uol.com.br/>> Acesso em: 6 de junho de 2016.

Uol Esporte, **reportagem Santos e Carrossel, 2012**. Disponível em <http://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2012/10/08/santos-convida-elenco-da-novela-carrossel-para-jogar-bola-com-meninos-da-vila/>> Acesso em: 1 de junho de 2016.

WARD, Mike. **Jornalismo Online**. São Paulo: Roca, 2007.

Wix, plataforma online de criação e edição de sites, 2016. Disponível em pt.wix.com>. Acessado em 29 de novembro de 2016.

ZAGO, Gabriela da Silva, 2013. **Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>> Acesso em 1 de dezembro de 2016.

ZAGO, Gabriela da Silva; BASTOS, Marco Toledo. **Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas**. Disponível em: [http://200.144.182.36/papers/510-2139-1-PB%20\(1\).pdf](http://200.144.182.36/papers/510-2139-1-PB%20(1).pdf)> Acesso em 1 de dezembro de 2016.

APÊNDICE A – Perguntas utilizadas nas entrevistas

Do (a) personagem principal e do resto da família

- 1- Como começou a sua relação com o time? E da sua família?
- 2- Vocês vão sempre aos jogos?
- 3- Tem alguma história curiosa ou marcante relacionada ao seu time de coração?
- 4- Qual foi o jogo que vocês mais gostaram?

Das crianças da editoria torcedores (as) mirins

- 1- Como você começou a torcer pelo seu time?
- 2- O que você mais gosta quando vai ao estádio?
- 3- Quem é o seu ídolo?
- 4- Qual foi o jogo mais legal que você foi?
- 5- O que você quer ser quando crescer?
- 6- Qual é o seu sonho relacionado com o time de coração?

APÊNDICE B - Roteiro do vídeo: matéria Especial

“UM SONHO DE INFANCIA COM OBSTACULOS DE GENTE GRANDE”

IMAGEM – Bola e crianças ao fundo treinando; meninos do Paraná Clube praticando treino

OFF 1 – Crianças e futebol. Um sonho comum entre vários jovens brasileiros que tentam diariamente mudar a vida por meio do esporte. Vitor Hugo de 15 anos veio do Mato Grosso do Sul para tentar ser jogador de futebol. Ele conta qual seu sonho na profissão.

Sonora Vitor -

Imagem jogador sub 13 - Guilherme

OFF 2 – Guilherme é goleiro da categoria sub 13 e conta o que mais deseja para sua carreira.

Sonora Guilherme –

OFF 3 – Allexson já é profissional e diz qual é a sua motivação para seguir em frente.

Imagem Allexson –

Sonora Allexson –

OFF 4 - A esperança de realizar o sonho da família e conquistar o mundo são o que mais representam essa turma. Mas por que existe essa pressão para que esses atletas sejam profissionais bem sucedidos com tão pouca idade? Rafael é um dos principais membros da comissão técnica de base do Paraná Clube. Ele treina a posição de goleiros e orienta parte do time Sub-13. Em relação à cobrança sobre os meninos, ele diz o que mais atrapalha o desenvolvimento dos jovens/

Imagem - Rafael comandando treino

Sonora Rafael –

OFF 5 - Guilherme é prata da casa, termo usado para os atletas que são *crias* daquele clube. A sua postura e a forma de atuar são muito semelhantes ao que encontramos nos profissionais, tanto que nos espantamos ao saber a sua idade: um garoto de apenas 13 anos.

Imagem – Guilherme

Sonora - Guilherme 2

OFF 6 - Depois deste discurso de experiência em categoria de base, mesmo tendo vivido apenas poucos anos lá, Guilherme, com toda a convicção do que almeja para

carreira, complementa dizendo o que mais lhe ajuda a ter forças para correr atrás do sonho

Sonora Guilherme 3

PASSAGEM- O caminho para chegar ao nível profissional é cheio de obstáculos. Nos vários personagens encontrados pelas categorias de base espalhadas pela capital, vemos que a união de praticar o esporte favorito juntamente com a união de receber cifras milionárias é a motivação desses atletas // Mas, segundo os registros da CBF (confederação Brasileira de Futebol), cerca de 80% dos atletas profissionais ganham salários de até mil reais. / Já os dados do ministério do trabalho apontam que 99% dos meninos e meninas de até 17 anos não se tornam jogadores de futebol, por conta das dificuldades financeiras ou por falta de oportunidades.

OFF 7 - Allexson já viveu os passos que vários meninos já enfrentaram na categoria de base. Atacante veloz e criativo, ele se destacou nas competições nacionais e chegou ao tão sonhado profissional. Mas mesmo estando lá ele vê incertezas de se manter e diz que a briga neste espaço é muito mais difícil do que se imagina. Ele dá a letra e fala o que precisa para ter chances no profissional.

Imagem Allexson

Sonora Allexson 2

OFF 8 - Uma das profissões mais importantes dentro da gestão de um clube é a do psicólogo. Este é o profissional responsável por manter o equilíbrio do grupo, focar o atleta em questões voltadas a carreira e a resolução de problemas. Um dos grandes princípios que podemos encontrar nas equipes da capital é que: “antes de se formar um atleta, temos de formar um grande ser humano”. William é um dos psicólogos esportivos que atuam em clube, tanto com o profissional, quanto as categorias menores. Com sua experiência no cargo ele explica o que pode interferir nos desempenhos dos atletas jovens de um clube.

Imagem - William Correia - psicologo

Sonora - William Correia - psicologo

Passagem 2 - Família e Empresário // Na gíria do futebol o empresário é retratado como figura importante no crescimento do atleta / É dito como o grande companheiro na vida profissional de um atleta, mas sempre no quesito financeiro / As principais transações do futebol brasileiro e mundial acontecem graças a eles. Isso é fato // Mas desde quando a presença deste companheiro é válida na vida do atleta? Será que ele

é realmente necessário o todo tempo na carreira de um jogador? É ele quem melhor orienta o jovem no caminho do sucesso?

Sonora – William Correia – psicólogo 2

Sonora Vitor Hugo 2

Sonora Allexson 3

OFF – mesmo com as dificuldades das categorias de base, estes meninos sonham em participar da estatística dos 18% dos atletas que chegam ao patamar de sucesso!

APÊNDICE C – Roteiro de vídeo: matéria Projeto Parolin

Vinheta

Participantes do projeto vindo para o local – 3 meninos; Cortes secos para “apressar” a chegada dos meninos

Musica alegre

Atletas executando atividade física

OFF – O projeto do Parolin é uma iniciativa elaborada por Jaqueline, na história que você pode acompanhar no post do nosso blog. Como a Jaqueline nos contou em entrevista, o projeto tem o apoio da Igreja Batista do Parolin, que financia a quadra esportiva para as crianças e ainda cede espaço para elas participarem do discipulado. Sempre aos sábados, a partir das 14 hs, elas começam a desenvolver as atividades do projeto! As 15 hs elas vão as quadras e participam do futebol. Lá as crianças praticam os aspectos físicos, táticos e aprimoram o desempenho futebolístico.

(enquanto rola o off, imagens da execução da atividade dos meninos vão aparecendo)

Desafio esportivo com os meninos – repórter Luis desafia meninos do projeto para uma disputa de pênaltis;

Chamada para o desafio – Luis Felipe: Sonora – Então galera, vocês puderam acompanhar de como funciona o projeto aqui no parolin e um pouquinho da história da Jaqueline. Agora vamos ver se essa piazada é boa de bola mesmo. Hoje o desafio é... disputa de pênaltis.

Luis Felipe apresenta os participantes do desafio – plano médio;

Começa a disputa – os 6 penaltis são cobrados; narrações históricas são o que complementam a imagem;

Tela preta sobe explicando os acontecimentos

Luis Felipe – sonora: É pessoal, não dá mesmo. É melhor ficar aqui no jornalismo mesmo, é (se perde no texto). A piazada é boa de bola mesmo. Então se vocês quiserem saber mais das coisas do projeto parolin e mais histórias como essas, acessem nosso blog e curtam a página no facebook.

Finalização – crédito com as narrações históricas. Sobe o emblema

APÊNDICE D – Roteiro do vídeo: matéria Nossa Escalação

Vinheta

Apresentação dos atletas – Willian; plano médio de baixo para cima
inserir card template fifa;

Apresentação dos atletas – Luis Felipe; plano médio de baixo para cima

Inserir card template fifa

Música de fundo – rock mais leve;

Willian – plano médio; atleta controlando a bola – câmera rodando o atleta em 360°

Willian – sonora: futebol é muito mais que um esporte. É a nossa paixão!

Willian – direciona a bola a lente da câmera, para cortar o take;

Luis Felipe – tira a bola da lente da câmera e arruma a faixa; plano médio

Luis Felipe – sonora: foi o futebol que nos uniu. Agora fomos mais que amigos, somos irmãos.

Willian – aparece no take abraçando Luis. Sonora Willian – agora fazemos parte da mesma família. Futebol em Família (apontando em direção a câmera)

Luis Felipe – complementa a frase; sonora: Futebol em sua essência. (apontando em direção a câmera);

Sobe o emblema do time

AqPÊNDICE E – Roteiro do vídeo: matéria Nova Geração

Vinheta

Apresentação do atleta – fotos de arquivo pessoal do atleta em dias de treinamento e jogos;

OFF – Willian: fala galera, beleza? Como puderam acompanhar no post do nosso blog, esta é a história do menino Nelson, atleta da categoria de base em uma das escolinhas franqueadas do Coritiba. Ele contou em entrevista que suas qualidades no jogo são passes e chutes. E olha, na nossa pesquisa feita podemos encontrar vários lances bonitos. Tanto que fizemos um ranking de top gols do atleta. Confere aí.

Sobe tela preta com texto: “Top gols Nelson Teixeira”

Vídeos dos gols do atleta, todos com replay instantâneo (total de 4 vídeos de gols)

Finalização – Nelson controlando a bola (embaixadinhas) e fala:

Sonora – “Sou Nelson Teixeira Neto, 16 anos, e quero ser jogador de futebol”

APÊNDICE F – Links do Futebol em Família

Blog – <http://futecontato.wixsite.com/futebolemfamiliablog>

Página no Facebook –

https://www.facebook.com/futebolemfamilia/?ref=aymt_homepage_panel

Canal do YouTube –

<https://www.youtube.com/channel/UCgmBD9JBk6pvEPOrh1hpRw>