

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Bacharelado em Jornalismo

BARBARA VIRGINIA POSSIEDE

SITE JORNALÍSTICO SOBRE O HANDEBOL NO PARANÁ

CURITIBA

2022

BARBARA VIRGINIA POSSIEDE

SITE JORNALÍSTICO SOBRE O HANDEBOL NO PARANÁ

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

Orientador: Prof. Dr. Guilherme
Carvalho

CURITIBA

2022



Curso de Bacharelado em Jornalismo

Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos vinte e três dias do mês de novembro de 2022 realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante BARBARA VIRGINIA POSSIEDE, portadora do Registro Uninter 1981094 do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de defesa, na modalidade produto, sob o título “SITE JORNALÍSTICO SOBRE O HANDEBOL NO PARANÁ” e orientação do/a professor/a Dr. Guilherme Carvalho, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Me. Larissa Adryellen Drabeski

Examinador/a 2: Me. Armando Kolbe Junior

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 10,0

Sendo assim, considerou-se o/a estudante aprovada.

Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a:

Examinador/a 1:

Examinador/a 2:

Estudante:

RESUMO

Ao se identificar uma lacuna nos conteúdos de jornalismo esportivo sobre handebol nos principais portais esportivos do país, verificou-se a necessidade de um canal específico que tratasse do assunto. Este trabalho resultou em um site informativo segmentado para a modalidade, no estado Paraná. Visando divulgar informações sobre competições, rotina dos clubes e atletas, este trabalho também pretende servir como uma ferramenta capaz de ampliar a visibilidade da modalidade na região. Não é simples despertar o interesse do público para um esporte que não tem a preferência nacional, mas conteúdos que abordem esta temática de maneira detalhada podem contribuir com este cenário. Para a elaboração deste trabalho, foram realizadas pesquisas exploratórias, documentais e bibliográficas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Esportivo; Jornalismo Digital; Handebol; Site Jornalístico;

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	05
2 JORNALISMO DIGITAL.....	10
2.1 JORNALISMO DESENVOLVIDO PARA A WEB	10
2.2 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO PARA A WEB.....	12
2.3 NATIVOS DIGITAIS E COMPARTILHAMENTO.....	13
2.4 SITE JORNALÍSTICO.....	15
3 ESPECIALIZAÇÃO E SEGMENTAÇÃO NO JORNALISMO.....	17
3.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO.....	17
3.2 JORNALISMO ESPORTIVO E O HANDEBOL.....	20
4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	25
4.1 PRÉ-PRODUÇÃO.....	25
4.2 TEMAS E EDITORIAS.....	26
4.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO E RECURSOS UTILIZADOS.....	28
4.4 PLATAFORMA E LAYOUT.....	29
4.4.1 Nome e identidade visual.....	30
4.4.2 Layout.....	31
4.5 REDES SOCIAIS.....	36
4.6 PÓS-PRODUÇÃO.....	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS.....	43

1 INTRODUÇÃO

O handebol foi introduzido no Brasil na década de 1930 com a chegada de imigrantes alemães, após a primeira guerra mundial. A Alemanha é considerada um dos países de origem da modalidade e também um dos principais polos de sua prática. O esporte, enraizado na cultura deste país, foi difundido em território brasileiro de forma semelhante a outros atributos culturais trazidos por estes imigrantes (DARIDO, 2015).

Pode ser observada uma estreita relação entre os países que desenvolvem mais alguns esportes e os países onde foram idealizados. Isso traz, por consequência, regiões esportivas onde a prática se institucionaliza e se perpetua. A Europa é o continente onde esportes competitivos e práticas esportivas são mais desenvolvidas se comparadas a outros locais (AUGUSTIN, 1996 *apud* NUNES, 2014).

No Brasil, o handebol é um dos esportes mais praticados nas escolas públicas (NUNES, 2014). Segundo Greco e Romero (2015), a modalidade se disseminou pelo país predominantemente devido ao seu ensino nas escolas, despertando atração e interesse nos adolescentes.

Este fato não é diferente no Paraná. O estado sempre teve bom retrospecto na revelação de atletas que posteriormente viriam a ter destaque nacional¹. A capital foi grande referência na modalidade nos anos 1980, mas perdeu espaço para outras cidades do interior do estado (Londrina, Cascavel, Maringá, Foz) (STOCKLENER, 2006).

Mesmo com os esforços da criação da Confederação Brasileira de Handebol (CBHb), em 1979, o handebol ainda está longe de atingir o patamar de outras modalidades profissionais dentro do cenário brasileiro, tendo dificuldades para massificar o esporte para a população em geral, muito em função da falta de apoio midiático (ANDRES; GOELLNER, 2018).

¹ Amanda de Andrade (Iporã), Karol Souza (Paranaguá), Mayara Moura (Arapongas) campeãs mundiais com a seleção brasileira em 2013; Larissa Araújo (Curitiba) ouro nos Jogos Pan-Americanos em Lima 2019; Henrique Teixeira (Maringá), ouro nos Jogos Pan-Americanos de Toronto 2015; Haniel Langaro (Umuarama) medalha de bronze nos Jogos Pan-Americanos em Lima 2019;

A modalidade veio a adquirir maior visibilidade em função da conquista do título mundial pela seleção brasileira feminina em 2013 e a premiação de Alexandra Nascimento e Eduarda Amorim, ambas eleitas melhores jogadoras do ano em 2012 e 2014 (ANDRES; GOELLNER, 2018).

Apesar disso, a exposição gerada pela conquista não trouxe grandes mudanças para o panorama do esporte no país. Em 2015, o então técnico da seleção brasileira, Morten Soubak, alegou em entrevista ao UOL: “Antes, diziam: ‘Vocês vão ter algo depois de conquistarem um título’. Não é verdade! A Liga Nacional tem poucos times e é muito curta. Eu não vejo clubes, cidades ou Estados investirem no handebol” (ESPN, 2015).

A realidade da principal competição do país, a Liga Nacional de Clubes, pouco mudou desde então. A última edição, disputada em formato de conferências em 3 diferentes regiões do país, contou com 12 equipes e propiciou uma média de apenas 7 jogos por equipe no período entre setembro e dezembro de 2021.

Novaes (2010) ressalta a importância da mídia esportiva na popularização de determinadas práticas. Segundo ele, modalidades são amplamente divulgadas e transformadas em objetos de consumo para praticantes ou não praticantes. É também a mídia a principal responsável pelo acesso e divulgação, proporcionando através das imagens e recursos de tecnologia, uma melhor visualização e entendimento dos esportes.

Em busca de informações sobre o espaço do handebol no jornalismo esportivo brasileiro, realizou-se um levantamento exploratório sobre produtos existentes no mercado para avaliar a presença de conteúdos relacionados ao handebol na mídia. Nesta busca, foram analisados os principais portais de notícias esportivos² na internet, utilizando a palavra-chave “Handebol”. Em geral, constatou-se que a modalidade não conta com grande espaço na mídia brasileira. No país, não existe um portal de notícias exclusivo ou site informativo atualizado com as informações sobre o esporte, competições nacionais ou internacionais.

² Globo Esporte (<https://ge.globo.com/>); Lance (<https://www.lance.com.br/>); Gazeta Esportiva (<https://www.gazetaesportiva.com/>); ESPN (<https://www.espn.com.br/>); UOL (<https://www.uol.com.br/esporte/>); TNT Esportes (<https://tntsports.com.br/>);

Em alguns portais de notícias com foco em jornalismo esportivo, como o GE³, é possível encontrar uma editoria exclusiva para o handebol. O que se nota é que não existe uma preocupação com a cobertura de eventos do esporte, ou o dia a dia dos clubes brasileiros, apenas matérias com uma periodicidade mensal, sobre times ou atletas que se destacaram em alguma situação específica.

A temática se torna destaque em anos de olimpíadas, quando a modalidade figura entre os portais de notícias esportivos com maior frequência, comumente sobre o guarda-chuva de “esportes olímpicos”, como no caso do portal JP News⁴.

Nos países europeus é um pouco mais usual encontrar páginas exclusivas para a modalidade, como é o caso dos portais Handball Planet⁵ e Time out Magazine⁶. Observa-se, também, que os portais esportivos possuem seções dedicadas à modalidade com conteúdo mais atualizado e com maior periodicidade, como é o caso do Sportschau⁷, da Alemanha.

As informações sobre o handebol no Brasil ganham maior visibilidade por meio de outros formatos jornalísticos. A página do Instagram 7M Handebol Total⁸ apresenta-se como uma revista digital da modalidade e, com mais de 60 mil seguidores, é uma das maiores páginas sobre o tema no país.

O esporte também já foi tema de livro reportagem. Monique Danello, repórter do extinto canal Esporte Interativo, publicou o livro Raça Brasil⁹, relembando a maior conquista do handebol brasileiro, o título mundial em 2013.

O site da Confederação¹⁰ é um dos principais meios para se obter informações sobre as competições nacionais. A página apresenta conteúdos disponibilizados pela assessoria e em sua maioria abordam as atividades da seleção brasileira, veiculados com uma periodicidade mensal. O perfil da

³ Disponível em: <https://ge.globo.com/handebol/> Acesso em: 10 jul. 2022.

⁴ Disponível em: <https://jovempan.com.br/tag/handebol> Acesso em: 10 jul. 2022.

⁵ Disponível em: <https://www.handball-planet.com/> Acesso em: 10 jul. 2022.

⁶ Disponível em: <http://timeoutmag.com/> Acesso em: 10 de jul. 2022.

⁷ Disponível em: <https://www.sportschau.de/handball/index.html> Acesso em: 10 de jul. 2022.

⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/7m_handebol_total/?hl=pt-br Acesso em: 10 de jul. 2022.

⁹ Raça Brasil de Monique Danello. Bb Editora, São Paulo, 2014

¹⁰ Disponível em: <https://cbhb.org.br/> Acesso em: 10 de jul. 2022.

CBHB¹¹ no Instagram funciona como ferramentas repetidoras de notícias e não expõem conteúdos específicos produzidos para essas plataformas.

No Paraná, a modalidade quase não tem espaço na mídia de referência. O que vemos são matérias veiculadas em portais de notícias pequenos de cidades que possuem algum clube se destacando no campeonato estadual. Em Curitiba, as informações das competições são veiculadas apenas pelas instituições organizadoras que formalmente não contam com nenhuma assessoria de comunicação.

Desta forma, conteúdos que abordem esta temática de maneira mais detalhada podem auxiliar na mudança deste cenário, atendendo a uma demanda informativa do público sobre o esporte. Sendo assim, este trabalho visa desenvolver um portal de notícias sobre o handebol no Paraná. Por meio de matérias sobre as principais competições da região, matérias sobre o cotidiano de diferentes clubes, atletas convocados para seleções e entrevistas com perfis relevantes para o esporte no estado, pretende-se realizar uma cobertura sobre a modalidade.

O objetivo geral deste trabalho foi desenvolver um site informativo¹² segmentado para a modalidade, visando divulgar informações sobre o esporte, competições, times e atletas. Os objetivos específicos: produzir matérias sobre as competições disputadas na região; dar visibilidade à modalidade com a criação de um portal de notícias dedicado ao público do esporte; e identificar quem é o público envolvido com o handebol no estado. São utilizados os formatos comportados pela web, como vídeos, fotos, hiperlinks e infográficos.

Para o desenvolvimento deste trabalho, foram realizados procedimentos de pesquisas bibliográficas, documentais e jornalísticas. Por meio de consultas a livros, artigos e trabalhos acadêmicos sobre os temas, páginas em redes sociais e sites de portais de notícias.

Para o desenvolvimento do site, também se fez necessário o acompanhamento de competições e treinamentos de equipes da modalidade, o desenvolvimento de pautas, apuração de fatos e dados, bem como a entrevista de atletas, treinadores e organizadores de eventos do esporte na região.

¹¹ Disponível em <https://www.instagram.com/cbhb1/> Acesso em: 10 jul. 2022.

¹² Disponível em <https://www.handparananews.com/>

Este trabalho apresenta dois capítulos teóricos, que abordam pesquisas bibliográficas e documentais. Primeiramente apresenta-se uma discussão sobre o jornalismo digital e sua evolução, partindo do desenvolvimento da World Wide Web, sua utilização comercial e os desdobramentos do jornalismo on-line ao longo de suas gerações. Também são exploradas as características de interatividade, hipertextualidade, multimidialidade, memória e instantaneidade. Para definição destes conceitos serão utilizados os autores Mielniczuk (2001), Palacios (2002), Barbosa (2013) e Conde (2018).

Em seguida, conceitua-se o jornalismo especializado e segmentado, focando na especialização esportiva. Por meio de autores como Barbeiro (2006), Fernandes (2017), Coelho (2011) e Unzete, (2009) são explorados princípios e características determinantes do jornalismo esportivo, principalmente nas coberturas de handebol.

2 JORNALISMO DIGITAL

Neste capítulo serão discutidos aspectos do jornalismo digital em dois momentos. Inicialmente será apresentado o conceito do jornalismo on-line de acordo com Conde (2018) e Palacios (2002). E sua evolução, por meio das gerações classificadas por Mielniczuk (2001) e Barbosa (2013).

Em seguida, os conceitos de interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade, multimidialidade, memória e instantaneidade propostos por Bardoel e Deuze (2000) e Palacios (1999) farão parte de uma discussão sobre as principais características do jornalismo desenvolvido para Web.

2.1 JORNALISMO DESENVOLVIDO PARA A WEB

Com o desenvolvimento da World Wide Web e sua utilização comercial no início dos anos 1990, a internet passou a ser empregada de forma expressiva para atender finalidades jornalísticas (MIELNICZUK, 2001).

Por concentrar características de todas as mídias existentes, este meio traz consigo diferentes desafios e oportunidades. Além de englobar áudio, imagem, imagem em movimento e texto escrito, o fato de não haver limite de espaço e não depender de uma grade de horários pré-fixados causa uma revolução em tudo que havia até então (CONDE, 2018).

Para Palacios (2002), a internet e a forma como o jornalismo se consolida neste meio não constitui uma oposição ou superação aos formatos midiáticos anteriores.

Wolton (1999, *apud* PALACIOS, 2002) também vê as diversas modalidades midiáticas como complementares e não como uma escala progressiva e evolucionária. O autor aponta que, diferente das mídias tradicionais (rádio, TV) que seguem uma lógica de oferta, funcionando por emissão de mensagens no modelo “Um para Todos”, as Novas Tecnologias de Comunicação (NTC) atuam sobre a lógica de demanda, funcionando por disponibilização e acesso, o modelo “Todos para Todos”.

Diversas nomenclaturas têm sido utilizadas para designar o jornalismo que utiliza como suporte a web, são elas: webjornalismo, jornalismo na web, jornalismo on-line e jornalismo digital (CONDE, 2018).

Ao longo da história, o jornalismo on-line passou por diferentes gerações, com diversos estágios de desenvolvimento. Mielniczuk (2001) delimitou três fases, considerando produto, produção e difusão de informações. A primeira é considerada transpositiva, na qual os produtos consistiam em reproduções das partes dos jornais impressos. A segunda fase, identificada como metáfora, apresentava produtos que, mesmo atrelados aos modelos de jornais já existentes, iniciavam uma tentativa de explorar características oferecidas pela web. A terceira, denominada pela autora de webjornalismo, é marcada pelo surgimento de iniciativas empresariais destinadas exclusivamente para a Internet.

A partir das três gerações propostas por Mielniczuk, Barbosa (2013) identifica a continuidade destes estágios.

Para o terceiro e quarto estágios, indicamos as bases de dados (BDs) como elementos estruturantes da atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção, além de aspecto-chave para a construção de sites jornalísticos gerando um padrão dinâmico, em contraposição ao anterior, estático, que havia marcado etapas anteriores. (BARBOSA 2013, p.40)

As bases de dados, destacadas por Barbosa (2013) como um agente central no processo de convergência, permitem que meios distintos cooperem, integrando suas redações. A autora conceitua o “Paradigma Jornalismo Digital em Base de Dados” (JDBD) como um modelo que tem como estrutura as bases de dados e que vai permitir “a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização, a publicação, a circulação e recirculação dos conteúdos jornalísticos em multiplataformas” (BARBOSA, 2013, p.40).

Desta forma, amparada no Paradigma JDBD, a autora defende a existência de uma quinta geração, determinando-a como o jornalismo nas redes digitais. Caracterizada pela medialidade, horizontalidade e mídias móveis, esta fase envolve um novo ciclo de inovação e continuum multimídia, no qual serão desenvolvidos os aplicativos (apps) jornalísticos para tablets e smartphones.

Também é característico desta geração os produtos autóctones, criados de forma nativa, com material exclusivo (BARBOSA, 2013).

2.2 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO PARA A WEB

O jornalismo apresenta forte relação com o aprimoramento das tecnologias de transmissão, comunicação e informação. Sendo assim, o conceito jornalístico está interligado ao suporte técnico e ao meio que tornará possível a difusão da notícia (MURAD, 1999 *apud* CANAVILHAS, 2006).

Para Canavilhas (2006), seria um “completo desperdício” reduzir um novo meio a um simples canal de distribuição de conteúdos pré-existent. Em vista disso, ele aponta que o grande desafio para o webjornalismo é encontrar uma “linguagem amiga”, que apresente um modelo de webnotícia, mais adaptado às exigências de um público que busca maior rigor e objetividade.

Bardoel e Deuze (2000, *apud* MIELNICZUK, 2001) apontam quatro elementos característicos do jornalismo desenvolvido para a Web: interatividade, customização de conteúdo, hipertextualidade e multimidialidade. Palácios (1999), em sua classificação, acrescenta os elementos da memória e instantaneidade do acesso.

A interatividade está relacionada à capacidade da notícia online fazer com que o leitor se sinta parte do processo, seja pela disponibilização de fóruns, troca de emails entre leitores e jornalistas ou pela navegação através de hipertextos. A multimidialidade representa a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) dentro da narração do fato jornalístico (BARDOEL; DEUZE, 2000, *apud* MIELNICZUK 2001).

A opção que é oferecida ao usuário para que possa configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses individuais, seja por meio de uma pré-seleção ou a hierarquização no formato de apresentação visual, é classificada por Palácios (2002) como customização do conteúdo/personalização.

A hipertextualidade traz a possibilidade de conectar blocos de textos através de links. Esta característica permite que a partir de um texto noticioso

seja possível conectar-se também com outros textos complementares, material de arquivo, etc (PALACIOS, 2002).

Ferrari (2010) define hipertexto como um bloco de informações digitais interconectadas que consegue moldar a rede hipertextual ao utilizar links (elos associativos). De acordo com a autora, isso permite que o leitor decida o modo que deseja avançar com a sua leitura, sem obrigatoriamente seguir uma sequência linear.

Outra propriedade do meio digital é a memória. O acúmulo de informações e o volume analisado é muito grande quando comparado a outras mídias, sendo técnica e economicamente viável de ser tratado na Web. A instantaneidade/atualização contínua, são o que garantem a rapidez de acesso e a facilidade de produção e disponibilização de conteúdos, o que permite extrema agilidade de atualização do material (PALACIOS, 2002).

O modo de estruturar narrativas dentro do webjornalismo vem sendo aprimorado ao longo do tempo e acaba por se distanciar da técnica de pirâmide invertida. Canavilhas (2006) defende que manter os textos neste formato tende a limitar uma das potencialidades mais interessantes do meio: a livre navegação. Aproveitando-se da característica de espaço infinito do meio digital e do hipertexto, o autor propõe a utilização de um novo modelo, conhecido como pirâmide deitada, técnica que recomenda que as informações devem ser expostas em níveis.

Propõe-se uma pirâmide deitada com quatro níveis de leitura: a Unidade Base - o Lead- responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. [...] O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W 's. O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos. (CANAVILHA, 2006, p. 14)

2.3 NATIVOS DIGITAIS E COMPARTILHAMENTO

O jornalismo nativo digital não se enquadra no mesmo rótulo de sites de jornais impressos ou de emissoras de rádio e televisão que geralmente produzem conteúdo primordialmente para sua plataforma de origem, trata-se de conteúdo informativo produzido por veículos que nasceram exclusivamente no ambiente da internet (LENZI, 2020).

Os nativos digitais se diferenciam também por apresentar um olhar específico, procurando efetiva originalidade e inovação em formatos e linguagens dos conteúdos jornalísticos.

Bertocchi (2016) destaca um importante diferencial: “O jornalismo digital precisa se habituar a pensar o formato menos como artefato e como entrega final, e mais como processo, fluxo, resultado do sistema aberto em constante adaptação” (BERTOCCHI, 2016, p. 211).

Garcia-Aviles (2019, *apud* LENZI, 2020) defende que quem trabalha com a produção de notícias precisa entender que seu trabalho consiste em satisfazer as necessidades dos usuários, porque são eles que vão consumir o conteúdo. E, quando isso acontece, eles irão efetivamente assinar serviços e então será possível encontrar oportunidades para inovar.

Lenzi (2020) aponta a importância da incorporação de novas práticas e a experimentação de ideias, acreditando ser necessário inclusive relativizar o fracasso. Reconhecendo que as falhas são bem-vindas, pois permitem que o profissional rapidamente elimine o que não funciona, e se concentre em alternativas mais viáveis.

Para Bittencourt (2015), o comportamento humano nas redes é capaz de ensinar o jornalista como o leitor reage e isso impacta na maneira como o jornalismo irá se reformular. Para a autora, as transformações permitem que o leitor seja incorporado como parte do processo de circulação de conteúdos.

Por isso, para Bittencourt (2015):

Identificar a constituição de memes, as reações em torno de uma hashtag, as apropriações e produções de sentido de um acontecimento, toda essa observação sobre como se dá o engajamento social em torno de um fato – seja ele singular ou não – pode fornecer ao jornalista subsídios para criar novos formatos de publicação e incentivar dinâmicas em torno dos conteúdos do veículo que sejam capazes de alçar a visibilidade das publicações. (BITTENCOURT, 2015, p.350)

Desta forma, Bittencourt (2015) afirma que o jornalismo digital precisa despertar o interesse dos leitores em compartilhar conteúdos e mesmo que a disponibilização de botões de compartilhamento estejam presente nas publicações do site, são as atividades fora do espaço original que aproximam o público e permitem potencialização na divulgação dos conteúdos.

Conde (2018) aponta que uma importante ferramenta que pode impactar o jornalismo, neste ambiente digital, são as redes sociais. Mesmo que não produzam conteúdo, as redes sociais atuam na distribuição de informações, concentrando a atenção de grande parte dos usuários. Além de determinar o que o público vê, definem quem é remunerado por essa audiência e inclusive os formatos jornalísticos que emplacam.

2.4 SITE JORNALÍSTICO

Dentro do jornalismo digital é importante conceituar as principais plataformas de conexão entre os usuários e as notícias, os espaços de informação e como eles se apresentam para os leitores.

Para Conde (2018), os principais espaços são: site, portal, hot site e minisite. Para a autora, o site é responsável pela organização da arquitetura de informações, sendo assim, o site corresponde ao “espaço básico de informação na web, tem como objetivo hierarquizá-las, de forma a facilitar o acesso ao conteúdo” (CONDE, 2018, p.148).

Um portal, por sua vez, é um site vasto que atrai a atenção de públicos específicos, com diversos conteúdos e ferramentas que permitem um relacionamento entre produtores e consumidores de informações, como fóruns e chats (CONDE, 2018).

Herscovitz (2009) define portais como:

Websites de notícias online de referência que oferecem conteúdos editoriais semelhantes aos da imprensa, incluindo boletins de esportes e trânsito, assim como seções e links categorizados por temas, áreas para bate-papo, e-mails, dicas, e uma variedade de serviços e produtos. (HERSCOVITZ, 2009, p.3)

Sites com prazo de validade e com o objetivo de anunciar um evento ou promoção são classificados por Conde (2018) como hot sites. Este espaço costuma abrigar uma quantidade de páginas pequenas, empregando uma linguagem persuasiva.

Outra categoria abordada por Conde (2018) é o minisite. Visualmente semelhantes aos hot sites, se apresentam como espaços com a finalidade de atrair a atenção de um público, abrigam conteúdos verticais e se apropriam de uma linguagem informativa.

A proposta de produto informativo a ser desenvolvida neste trabalho exigirá a publicação dos conteúdos de forma organizada, por isso a estrutura de site é a mais recomendada. O espaço da Web apresenta-se como a melhor alternativa para a classificação e hierarquização das notícias e reportagens.

3 ESPECIALIZAÇÃO E SEGMENTAÇÃO NO JORNALISMO

Neste capítulo serão abordados dois temas que envolvem o jornalismo. Primeiro, o conceito de jornalismo especializado, que muito se difere do jornalismo de cobertura geral dos fatos. Em seguida, será detalhado uma de suas especializações, o jornalismo esportivo.

Para que possamos explorar o tema da especialização, primeiro é preciso conceituar o jornalismo de cobertura geral. De acordo com Traquina (2005), os manuais de jornalismo afirmam que um dos principais deveres do jornalista é informar sobretudo que for importante e interessante ao público. Para Rovida (2010), o propósito das notícias é a transmissão de dados e ideias de interesse geral, a autora classifica assim, a partir desta noção de comunicação jornalística, o jornalismo de informação geral.

3.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO

O jornalismo especializado corresponde à vertente da atividade jornalística que se desenvolve de maneira contrária à cobertura geral dos fatos. “A existência de um público que se interessa por determinado assunto, mas não se satisfaz com as informações veiculadas pela imprensa em geral, fortalece a especialização jornalística” (FERNANDES, 2017, p. 84).

São características do jornalismo especializado, segundo Fernandes (2017):

1. Foco: com pautas direcionadas a um tema ou público específico;
2. Aprofundamento: abordagens que fogem da superficialidade do noticiário geral;
3. Linguagem diferenciada: faz uso de termos científicos e jargões comuns à área do conhecimento, sem a necessidade da explicação detalhada dos termos;
4. Profissionais especializados: ficam responsáveis por essas produções, profissionais especializados e com amplo domínio do tema.

A ocorrência deste tipo de jornalismo pode se manifestar de diferentes formas.

Pensar em jornalismo especializado diz respeito a ter de buscar um consenso sobre três manifestações empíricas referentes às suas especializações. 1) A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, ciberjornalismo etc) e 2) a temas (jornalismo econômico, ambiental, esportivo etc), ou pode estar associada 3) aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso etc). (TAVARES, 2009, p.115)

Fernandes (2017) aponta que, diferente do que acontece no jornalismo geral, no qual se evitam termos técnicos, pois o texto deve ser acessível a todos, independente de ocupação ou classe social, o jornalismo especializado deve lidar com o tema específico de forma qualificada.

Se por um lado uma publicação científica da área explora detalhes técnicos do assunto, o texto jornalístico deve explicar de forma clara. Por mais que a linguagem possa ser mais específica do que a empregada no jornalismo geral, ela não deve se tornar refinada a ponto de distanciar o público do tema (FERNANDES, 2017).

A este tipo de jornalismo atribui-se o papel de buscar na sociedade saberes especializados para construir um tipo de discurso, quer seja noticioso ou informacional, que promova um conhecimento capaz de fundir a compreensão do universo científico e do senso comum (TAVARES, 2009).

Abiahy (2000) destaca a importância do reconhecimento de que existem públicos diferenciados e não apenas uma massa.

É nesse aspecto que reside a importância do jornalismo especializado, enquanto oportunidade de trabalhar uma linguagem que não possui caráter homogêneo que tenta se adaptar a um padrão médio. É isso que percebemos nas produções segmentadas, cada veículo constrói uma linguagem e busca uma intimidade com o público investindo em uma temática específica. (ABIAHY, 2000, p.25)

A delimitação do público-alvo é de suma importância para que possam ser apurados os critérios de escolha de pautas, de linguagem, determinação do planejamento gráfico e distribuição (ROVIA, 2010).

A audiência pode ser dividida seguindo alguns parâmetros, como renda, gênero, ocupação, lugar onde vive, etc. e desta forma, as notícias são segmentadas conforme o seu impacto para o público em questão. Fernandes (2017) aponta 4

tipos de segmentação existentes: geográfica, por renda ou ocupação, por gênero e ideológica.

A segmentação geográfica pressupõe a divisão do mercado em diferentes áreas: local, regional, nacional e internacional. Estas áreas correspondem ao alcance que o produto jornalístico terá (FERNANDES, 2017).

Se o produto se refere a fatos que acontecem fora do país, cujos impactos podem ser sentidos nacionalmente ou não, consiste em uma segmentação internacional. Se as notícias dizem respeito a fatos que interessam o público de diferentes regiões do país, apresenta-se com uma segmentação nacional. Quando o conteúdo interessa aos habitantes de um estado ou região e o impacto é restrito a determinado espaço geográfico, refere-se a uma segmentação regional. Por fim, se as notícias dizem respeito aos moradores de uma cidade ou bairro, trata-se de jornalismo local (FERNANDES, 2017).

Segundo Peruzzo (2005), a produção regional nunca esteve ausente dos meios de comunicação tradicionais (televisões, rádios e jornais). A televisão costuma reservar espaço para a produção de programas locais e regionais, mesmo que pequeno e destinado, majoritariamente, a noticiários. Porém, para um ambiente digital, as configurações se alternam.

As configurações mudam quando analisamos os meios on-line, onde a segmentação não está diretamente relacionada ao alcance do veículo, já que se trata de uma rede mundial de computadores. Ainda assim, existem sites dedicados exclusivamente a temas locais e regionais (FERNANDES, 2017).

Na segmentação por renda ou ocupação, o conteúdo produzido é destinado a um grupo pertencente a uma profissão ou classe econômica. A escolha de fontes, pauta, linguagem e nível de aprofundamento está relacionada com o público a ser atingido (FERNANDES, 2017).

Em casos nos quais as produções são direcionadas a homens ou mulheres, nos referimos a uma segmentação por gênero. Em geral, quando visam o sexo feminino, os conteúdos giram em torno de moda, beleza, culinária, enquanto para os homens, os temas abrangem o universo de automóveis, saúde, carreira e pornografia (FERNANDES, 2017).

Na segmentação ideológica o veículo segue uma ideologia própria e forte. Ao expor sua linha editorial, a empresa jornalística demonstra ao público que sua cobertura não é imparcial, sendo guiada por uma ideologia (FERNANDES, 2017).

3.2 JORNALISMO ESPORTIVO E O HANDEBOL

A especialização na área esportiva dentro do jornalismo, direciona-se para um público com um interesse em comum: esportes.

Jornalismo esportivo é uma especialização do jornalismo que especificamente trata ou deveria tratar de todas aquelas pautas relacionadas ao universo do esporte: prática esportiva, fomento ao esporte, megaeventos esportivos, competições esportivas, o atleta, o treinador; ou seja, todo aquele universo que efetivamente é responsável pelas modalidades esportivas e pelas competições esportivas em nível local, nacional, internacional e fomento do esporte. (ROCCO, 2015 *apud* TAVARES, 2017, p.46)

Por se tratar de uma temática abrangente, o jornalista que trabalha com o jornalismo esportivo deve especializar-se sempre que possível, para que possa realizar uma interface entre especialistas e consumidores de notícias (CARDOSO, 2016).

Barbeiro (2006), por sua vez, afirma que o jornalismo é jornalismo, independente de ser econômico, político ou esportivo. Em sua essência, o jornalismo não muda, pois está ligado às regras de ética e ao interesse que desperta no público (BARBEIRO, 2006).

Da mesma forma, Unzete (2009) defende que a produção de uma matéria esportiva passa pelos mesmos processos que uma matéria de qualquer outra editoria, devendo por em prática conceitos como objetividade e imparcialidade.

Borelli (2002) ressalta a autonomia da editoria de esportes, possuindo regras próprias para narrar, apresentar, expor e tematizar sobre seus conteúdos. A autora também afirma que o esporte tem significativa importância para o campo jornalístico, já que a cultura brasileira está permeada por ele.

A respeito do papel do jornalista enquanto atividade profissional dentro do ambiente esportivo, Ely (2018) defende que é preciso saber mais do que sobre jornalismo e esportes, é preciso ir além e entender fatores que permeiam e influenciam o meio esportivo, como história, sociologia, fisioterapia, economia, educação física, etc.

Ely (2018) também aponta um elemento adicional ao jornalismo esportivo: a paixão. De acordo com ela, este é um elemento que pode dificultar o trabalho do profissional que atua nesta área, pois o sentimento leva muitos espectadores a acompanhar e pesquisar a fundo as modalidades esportivas, praticamente obrigando o jornalista a ir além. Ela afirma: “É preciso fugir da mesmice e superar, com informações verídicas e relevantes, o bate-papo entre amigos”. (ELY, 2018, online)

O jornalismo esportivo deve levar em consideração também que seu público, por ser amante de esportes, já está familiarizado com os jargões de cada modalidade e, por essa razão, nem todos precisam ser explicados. Desta forma, a linguagem dentro deste campo costuma ser marcada por uma construção coloquial, com humor e uma alternância entre informação e entretenimento. Fernandes (2017), aponta que neste segmento o objetivo é transmitir a mensagem de maneira descontraída, uma forma muito diferente do modelo utilizado para conduzir notícias mais duras, relacionadas a economia e política, por exemplo.

Gomes (2008, *apud* DOS SANTOS, 2017) avalia que esta adaptação do discurso midiático tem provocado a junção e embaralhamento das fronteiras entre a informação e o entretenimento na produção jornalística esportiva, fazendo com que se torne um infotimento.

Dejavite (2003, *apud* PADEIRO, 2015) afirma que o termo “infotimento” se destacou a partir da década de 1990 como sinônimo do jornalismo que carrega informação com divertimento.

Para Lovisolo (2002), a natureza humana emotiva procura o prazer fugindo do tédio, e esta imagem é a base do modo de operar do jornalismo esportivo, embora também esteja nos meios de comunicação de massas que procuram sacudir, chocar, emocionar, tirar do tédio.

Quanto a emoção nas coberturas esportivas, Coelho (2011) destaca:

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, 2011, p 23)

A cultura do esporte brasileiro se confunde com a do futebol, modalidade que se tornou a maior atração da indústria mundial do entretenimento, capaz de movimentar cerca de 250 bilhões de dólares por ano. Em termos midiáticos isso não é diferente (UNZETE, 2009).

A respeito da especialização do jornalismo sobre essa modalidade, Coelho (2011) aponta que é muito clara a divisão entre a equipe que se dedica ao futebol da que faz outras modalidades.

O problema é que o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. O que vale dizer que não há jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo, de judô etc.[...]. O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas. Esse aventureiro poderá ter muito sucesso. Mas vai ter de brigar muito mais por isso. (COELHO, 2011, p.38)

Maluly (2015) destaca que em função da priorização do futebol, outras modalidades como handebol, tênis de mesa e ciclismo recebem uma cobertura marginal, na qual o foco está em eventos e competições centrais, e sofre muita influência dos próprios resultados do esporte nacional ou internacionalmente.

O esporte passou a ser usado para atrair audiência, por isso as notícias e reportagens são voltadas para as modalidades com maior representatividade no país, dessa forma marcas corporativas podem ser expostas e vendidas como bens de consumo (NASCIMENTO, 2018).

Despertar o interesse de um país sobre uma modalidade esportiva que não tem a preferência nacional nem é de conhecimento público quanto à sua processualidade é um desafio estabelecido pelos media ao realizarem uma cobertura esportiva. (SANFELICE, 2010, p.18)

Para Lippe (2002), construir a cultura de “esporte nacional”, valorizado por todo um país, está baseado em “cultura comum” e “experiência coletiva” estabelecidas quando as pessoas vivenciam um testemunho de grandeza. Ou seja, o público precisa de vitórias para criar identidade, pois são os resultados positivos que criam a experiência cultural profunda.

Ainda sobre a dificuldade de abrir espaço para outras modalidades além do futebol, Ely (2018) ressalta a importância que a contribuição jornalística pode ter:

Colocar as modalidades na agenda de notícias tornam as atividades também mais conhecidas. Assim, quem sabe, o público interessado comece a praticar e, dessa forma, o profissional da imprensa colabore no aumento do número de praticantes. A solução para o webjornalismo tornar essa veiculação viável, então, é a parceria com instituições e pessoas

ligadas ao esporte. Além da aproximação com as fontes, gerar trabalhos integrados. (ELY, 2018, online)

Antonio (2014, *apud* MALULY, 2015) faz uma crítica à imprensa esportiva brasileira e afirma que falta “correr atrás”. Segundo ele, a imprensa se acomoda no que é garantido e não busca inovar. O argumento de que outras modalidades não dão audiência, não basta para Antonio (2014). O autor alega que é a falta de investimentos em inovação que não permite a quebra de um ciclo vicioso, já que não existem esforços por parte dos grandes meios de comunicação, para tornar os programas sobre outras modalidades mais atrativos.

Cabe, então, às mídias alternativas a divulgação de outros esportes. “Acho que hoje, com o advento das mídias sociais, e com a dificuldade, principalmente no Brasil, de se criar espaço nos grandes meios de comunicação, as mídias alternativas são super importantes e bem-vindas” (AZEVEDO, 2014 *apud* MALULY, 2015, p.72).

Maluly (2015) aponta em sua pesquisa que para o handebol as aparições, mesmo que na mídia alternativa, ainda é muito pequena, são poucos portais que contam com páginas de divulgação e, quando contam, é desatualizada.

A Noruega é uma das maiores potências mundiais no handebol, especialmente no naipe feminino. No país, a modalidade aparece quase que diariamente na mídia e essa divulgação do esporte tem sido estudada sob uma perspectiva cultural por Trygve B. Broch. O autor avaliou as transmissões de jogos na televisão aberta durante o mundial de 2009 e os conteúdos jornalísticos publicados sobre a seleção nacional entre os anos de 2009 e 2013.

Um dos pontos destacados por Broch (2014) é a utilização de uma abordagem narrativa por parte dos jornalistas esportivos para criar uma representação significativa do handebol. Segundo ele, é por meio da organização de fragmentos temporais e contextuais que estas narrativas podem ser elaboradas e, assim, são capazes de transmitir elementos como tradição e excepcionalidade para o público.

Conforme já abordado anteriormente neste trabalho, faz parte do jornalismo esportivo considerar as especificidades de cada modalidade em suas coberturas, e Broch (2014) define alguns pontos a serem considerados para o handebol:

Ao pisar na quadra, um jogador de handebol torna-se fisicamente situado no contexto de um esporte de poder e performance. As regras do handebol, ao permitir e defender a fusão da violência com as capacidades físicas, cultivam uma utilização distinta do corpo dos atletas. Para ter sucesso no handebol, como no hóquei e no rugby, os jogadores precisam utilizar seus corpos como ferramentas, mesmo como armas, para restringir os movimentos dos adversários e permitir os seus próprios movimentos. (BROCH, 2014, p. 61, tradução própria¹³)

Apesar de a audiência qualificada saber que no handebol, assim como em outras modalidades coletivas, a relação entre colegas de time e adversários ser complexa e requerer bastante negociação, os comunicadores especialistas na modalidade costumam aplicar conceitos binários como: agressivo/passivo, grande/pequeno, forte/fraco, rápido/lento etc. (BROCH, 2014).

Para Lippe (2002), outro aspecto importante a ser considerado na cobertura jornalística é, além do nível de competitividade das equipes, principalmente quando falamos de seleções nacionais, a forma como a população aceita a modalidade. Por exemplo, na Alemanha o handebol é entendido como um esporte masculino, por isso a cobrança do público no elenco dos homens é maior, enquanto na Noruega acontece o contrário e as mulheres é que são pressionadas por bons resultados em torneios internacionais.

Por fim, Broch (2014) e Lippe (2002) apontam a metáfora “sport is war” como muito presente nos conteúdos publicados sobre o handebol. Expressões como “jogo heroico”, “luta” e “batalha” são muito utilizadas para se referir a jogos emocionantes e carregados de contato físico.

13 Texto original: Stepping onto the court, a handball player becomes physically situated in the context of a power and performance sport. The rules of team handball, allowing and advocating the fusion of violence with physical skills, cultivate a distinct use of the athletes' bodies. To be successful in handball, as in hockey and rugby, players need to use their bodies as tools, even as weapons, to restrict the opponents' movements and allow their own.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto consiste em um site jornalístico especializado em handebol, segmentado ao estado do Paraná. O objetivo é informar o público sobre os principais clubes, atletas e competições da região, bem como atuar na ampliação da visibilidade da modalidade no estado e no país.

Para posterior continuidade deste trabalho, prevê-se a oportunidade de torná-lo um site colaborativo, com colaboradores espalhados pelo país, ou ao menos em estados que possuem clubes no campeonato brasileiro. Eventualmente, isto pode vir a ser incrementado com instituições de ensino que possuem cursos de graduação em jornalismo ou especialização em jornalismo esportivo, possibilitando uma abrangência geográfica maior. Esta é uma perspectiva futura, a ser elaborada após o estabelecimento piloto deste site, por isso essa proposta não irá contemplar a colaboração, apesar de identificar oportunidades para que isso aconteça.

Para o desenvolvimento deste produto foram considerados processos técnicos para a produção jornalística, estudados durante a graduação: apuração, pauta, entrevistas, redação e edição. Bem como conhecimentos específicos para a produção de um site.

Os conceitos e características apontados na revisão da literatura nos capítulos anteriores também foram ponderados para o desenvolvimento do trabalho. As reportagens publicadas aproveitam-se da multimídia, hipertextualidade e interatividade, conforme apontados por Bardoel e Deuze (2000) e Palacios (1999).

O produto desenvolvido neste trabalho pode ser acessado através do link: <https://www.handparananews.com/>

4.1 PRÉ-PRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido e, posteriormente, apresentado para o público, dentro de um espaço virtual: o site. Conforme apontado por Conte (2018), e já abordado anteriormente neste trabalho, o site consiste em uma unidade básica para organização de informações na web. Por isso, como passo

primordial na etapa de pré-produção foi realizada uma pesquisa sobre as principais características do jornalismo desenvolvido para a web.

O conteúdo aprofundado neste site vai ao encontro de um público com interesse específico pela modalidade, portanto, fez-se necessário também, delimitar a linha editorial que servirá como guia para as publicações a serem trabalhadas, bem como entender as especificidades da linguagem a ser utilizada.

Por hora, identifica-se como público-alvo: homens e mulheres, entre 20 e 40 anos, residentes no estado do Paraná, que praticam ou têm interesse pelo handebol.

No momento de pré-produção deu-se início também a pesquisas documentais sobre a modalidade, foi preciso entender o cenário do handebol na região e no país para que seja possível desenvolver o site de maneira coerente e que agregue informações para o público.

4.2 TEMAS E EDITORIAS

No Paraná, a cobertura sobre a modalidade do handebol não ocupa espaço na mídia de referência. Semelhante ao que foi apontado por Maluly (2015), no estado, o pouco de cobertura jornalística da modalidade também acontece por meio da mídia alternativa ou através de informações veiculadas no próprio site da Liga de Handebol do Paraná¹⁴ (LHPR), federação responsável pela modalidade no estado.

Para que se possa dimensionar a prática da modalidade na região, é importante mencionar que, em 2022, a principal competição do estado, o Campeonato Paranaense de Handebol - categoria livre, conta com 18 equipes femininas (distribuídas em duas divisões: ouro e prata), e 30 masculinas (divididas em 3 divisões: ouro, prata e bronze).

Outro campeonato que reúne equipes a nível estadual é chamado de Jogos Abertos, promovido pela Secretaria de Estado da Educação e do Esporte - Paraná Esporte. Ligas menores desenvolvem suas próprias competições, que envolvem

¹⁴ Disponível em: <https://www.paranahandebol.com.br/midia/noticias/>. Acesso em: 5 ago. 2022.

equipes de regiões específicas do estado. Como é o caso da Liga Metropolitana de Handebol (LMH), que fomenta a modalidade na região de Curitiba.

Este projeto tem como objetivo aumentar a exposição da modalidade para o público, informando sobre os principais clubes, atletas, dirigentes, torcedores e competições na região. Desse modo, inicialmente foram definidas 4 editorias para compor o site:

1. Clubes: um espaço para retratar o dia a dia dos clubes, bastidores e rotinas de treinamentos. O foco das pautas será as preparações pré-jogos e campeonatos, a repercussão dos resultados, etc. Nesta editoria encaixam também os temas relacionados a projetos sociais e categorias de base desenvolvidos pelos clubes.
2. Competições: neste campo o foco estará na cobertura das principais competições disputadas no estado. Estarão envolvidos nesta editoria assuntos como resultado de jogos, tabelas, destaques individuais, premiação de atletas, bem como matérias de serviço para divulgação de locais de jogos, horários, programação, ingressos e possíveis transmissões.
3. Brasil: mesmo que o site seja segmentado para a prática da modalidade no território paranaense e uma possível ampliação de cobertura não esteja contemplada neste momento do projeto, avaliou-se a necessidade de abrir uma editoria que possa repercutir assuntos com uma abrangência nacional. Nesta editoria estarão contempladas pautas que relacionem algum aspecto de atletas, clubes e dirigentes com competições nacionais ou seleção brasileira. Exemplos de assuntos que podem ser abordados: visita de atletas ou integrantes da seleção brasileira a projetos ou cidades paranaenses, convocação de atletas que atuam nas equipes do paraná para seleção brasileira, disputa de jogos ou amistosos da seleção em solo paranaense, etc.
4. Especial: nesta editoria serão elaboradas pautas com maior profundidade. Aqui serão consideradas reportagens com texto mais longo, que explorem recursos multimídias como imagens, vídeos ou até mesmo áudios. Os assuntos abordados nessa seção não terão factualidade tão grande como

nas demais, os conteúdos terão um maior detalhamento e subjetividade, e buscarão o fomento da modalidade.

4.3 PROCESSO DE PRODUÇÃO E RECURSOS UTILIZADOS

O processo produtivo proposto neste trabalho dividiu-se em duas frentes: processo jornalístico de pauta, apuração, entrevistas, redação e edição; e processo de desenvolvimento do site, a plataforma onde foram publicados os conteúdos.

As pautas foram elaboradas seguindo a estrutura de divisão por temas apresentada no item anterior. A execução de cada uma ficou condicionada as demandas dos eventos. Foram realizadas algumas coberturas de evento in loco, apuração de informações de maneira remota, e entrevistas.

A produção de conteúdos se desenvolveu entre os dias 30 de setembro e 30 de outubro de 2022 e corresponde a 13 matérias produzidas. Além de 3 postagens anteriores a esta data que foram desenvolvidas como forma de teste da plataforma e também de histórico de eventos acontecidos anteriormente.

As editorias planejadas na etapa de pré-produção deste trabalho precisaram ser reordenadas. A seção dedicada exclusivamente aos clubes não foi concretizada nesta etapa do projeto devido ao volume de trabalho que isso traria neste momento. Fica apontado a sugestão para introduzir esta editoria em um momento futuro, quando a iniciativa contar com mais colaboradores. Como o período de produção foi limitado a 30 dias, optou-se por priorizar a editoria de “Competições” e “Especial”.

A editoria de competições conta com 10 matérias no total e foi subdividida entre as principais competições que aconteceram no estado durante o período considerado, são elas: Campeonato Paranaense (subdividido em masculino e feminino), Liga Hand Feminina e Liga Metropolitana (dividida entre LMH Masculino e Feminina).

Os conteúdos produzidos para esta editoria estão disponíveis no link: <https://www.handparananews.com/handebol-parana-competicoes>.

Dentro do intervalo de tempo em que este trabalho foi produzido não houve pautas que se qualificassem na categoria “Brasil”, por este motivo, esta editoria encontra-se oculta no projeto do site.

Na editoria “Especial” são apresentadas matérias com maior profundidade sobre atletas. Até o momento, duas reportagens foram publicadas. Já estão sendo planejadas entrevistas para mais conteúdos desta categoria, ao final das principais competições, com jogadores que se destaquem. As reportagens desta editoria estão disponíveis no link: <https://www.handparananews.com/handebol-parana-competicoes/>.

As matérias foram elaboradas em texto, complementadas com recursos visuais de foto e vídeo. Para a redação das matérias, ou edição de conteúdos audiovisuais, foi de suma importância seguir os conceitos elencados por Mielniczuk (2001) e Palacios (2002), já descritos anteriormente, observando as características de um texto jornalístico produzido para web.

Um dos principais elementos apontados por Ferrari (2010) como peça importante para as construções jornalísticas na web é o hiperlink. Além de gerar vínculos com conteúdos já publicados no próprio site, outra oportunidade para utilização desse componente é para oferecer uma estrutura de navegação para sites relacionados, como por exemplo: links para páginas dos clubes, perfil do Instagram dos atletas, página da confederação.

Para a produção destes conteúdos foram utilizados:

- Câmeras fotográficas, celular, câmera de vídeo, microfone e tripé para coberturas de eventos in loco;
- Computadores, softwares de edição de texto, foto e vídeo para edição dos materiais.

4.4 PLATAFORMA E LAYOUT

Conforme apontado por Conde (2018), o site é responsável pela organização da arquitetura de informações, desta forma, torna-se de fundamental importância a elaboração de um site organizado e com boa usabilidade, para que o público possa navegar entre os conteúdos disponíveis.

Para o desenvolvimento e publicação deste site considerava-se a utilização da plataforma Wix. Porém, ao se avaliar com maior detalhamento o formato das publicações, considerou-se que o WordPress traria maior flexibilidade no gerenciamento, além de que, sua maior variedade de plugins poderia facilitar

algumas funções, inclusive o controle de atributos de SEO. Apesar de não ser considerado parte indispensável deste trabalho, configurações de SEO podem ser de grande importância para uma possível continuidade do projeto.

A partir do levantamento realizado no início deste trabalho, observou-se um certo padrão nos layouts utilizados pelos portais de jornalismo esportivo. Por isso, o template utilizado no desenvolvimento do site seguiu a mesma linha, considerando que uma estrutura já familiar irá facilitar a navegação por parte do público.

Para melhor visualização da organização e hierarquia dos conteúdos, na figura 1 está disposto o mapa do site.

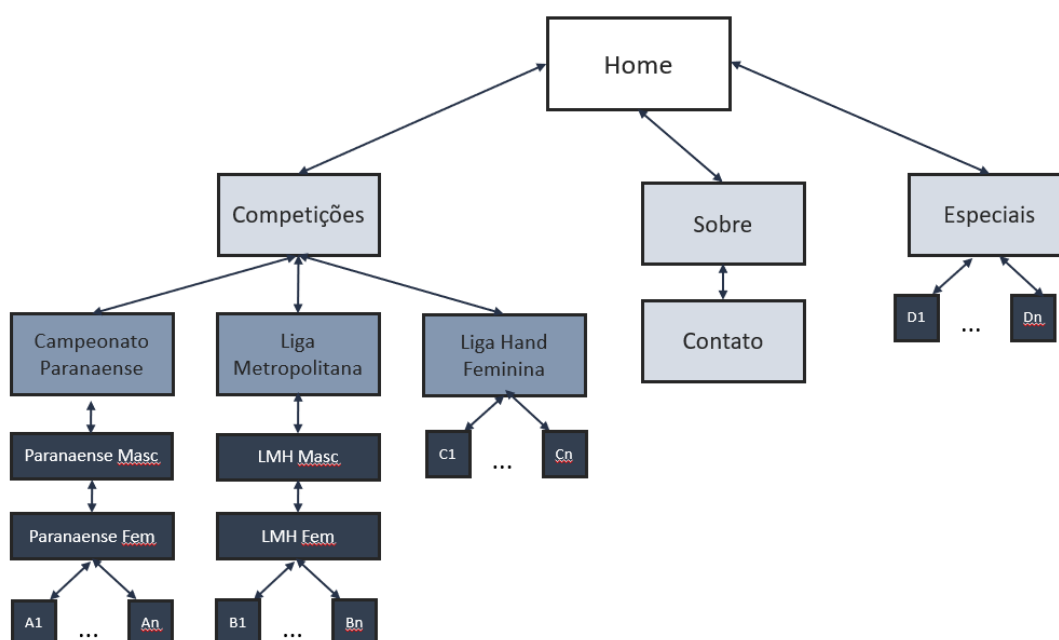


Figura 1 – Mapa do Site

4.4.1 Nome e identidade visual

Para a definição do nome do produto, optou-se pela utilização de palavras relacionadas com o tema e contexto no qual está inserido. Como palavras chaves para a descrição do produto, destacam-se termos relacionados à modalidade handebol, a definição da localidade ao qual se refere, já que se trata de um recorte regional, bem como um termo que remeta ao jornalismo e informação.

Por isso, dentre uma lista de termos e sinônimos, a escolha se deu pelo nome: Hand Paraná News.

Além de um nome, uma estratégia importante para o reconhecimento do produto é sua identidade visual. Para o estabelecimento de uma paleta de cores que pudesse transmitir a ideologia do projeto, buscou-se entender um pouco mais sobre seus significados. E assim, ficou definido como paleta de cores oficiais a que está representada na figura 2.



Figura 2 - Paleta de Cores Hand Paraná News

A escolha pelo laranja como cor principal se deu pelo fato da cor representar um espírito jovial e alegre, associada a confiança. A cor branca, na comunicação desperta emoções como paz, confiança e limpeza, transmitindo também uma ideia inovadora. Por fim, o azul como cor de contraste foi selecionado por ser uma cor que transmite segurança para o consumidor, importante para deixar o usuário mais seguro. (CLEMENTE, 2020)

4.4.2 Layout

Este trabalho seguiu um layout baseado no formato utilizado pelo portal do GE, um dos maiores portais de notícias de esporte no Brasil. Desta forma, buscou-se um template do Word Press pré-existente que seguisse uma hierarquia de blocos, base para a estruturação da página principal. A utilização de templates já existentes consiste em uma alternativa viável para quem não tem familiaridade com programação.

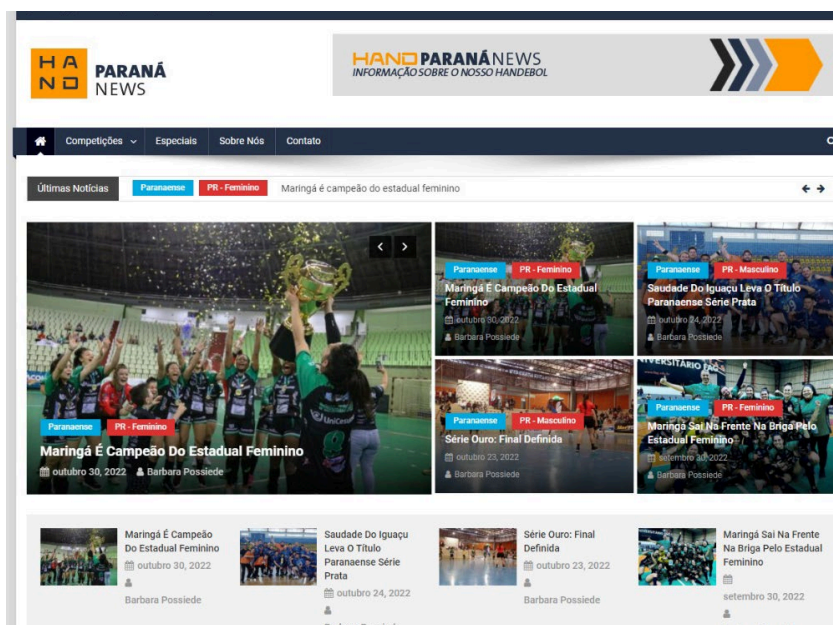


Figura 3 – Imagem da página inicial, bloco principal

Para a página inicial optou-se por um layout com um bloco principal, conforme figura 3. Composto por um *slider* do lado esquerdo, que alterna entre as matérias mais recentes da página, e um bloco de 4 posts, que prioriza matérias sobre as competições disputadas no momento, o bloco ocupa boa parte da página. Logo abaixo, há uma faixa com as mesmas matérias que aparecem no *slider*, mas dessa vez em formato estático e miniatura.

Em sequência, a página está dividida em seções exclusivas para competição que está acontecendo no estado. Ao lado direito apresenta-se uma coluna com espaço dedicado para botões de redes sociais, anúncio e aba de posts recentes, conforme figura 4.

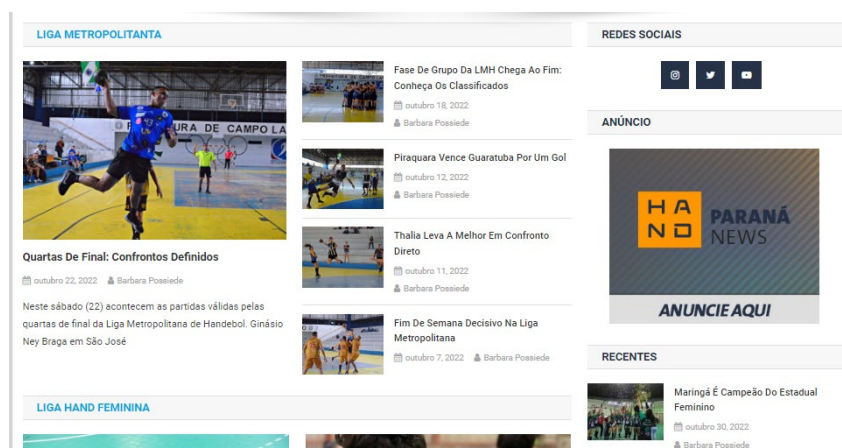


Figura 4 – Imagem da página inicial, blocos dedicados

A última área da página inicial corresponde a um menu inferior com 3 seções, conforme figura 5. O primeiro espaço aponta novamente as categorias, para fácil navegação do usuário, o segundo oferece as matérias mais recentes e o último destaca em imagens os próximos confrontos das competições que estão contempladas na pauta do Hand Paraná News.

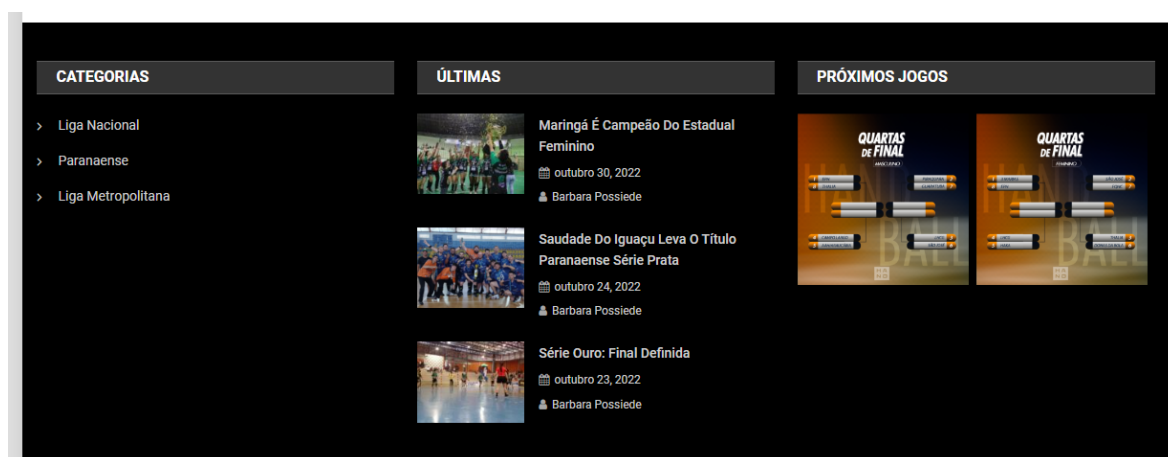


Figura 5 – Imagem da página inicial, menu inferior

Na margem esquerda do site, destaca-se botões para compartilhamento direto via redes sociais ou email. O menu acompanha a rolagem do leitor. Uma prévia de sua visualização está disponível na figura 6.



Figura 6 – Menu que apresenta opções para compartilhamento instantâneo

Para versão mobile, avaliou-se que a utilização de um design responsível seria o mais apropriado (figura 7). O próprio tema escolhido no Word Press apresenta esta funcionalidade. Apesar de haver uma pequena diferença na apresentação dos conteúdos, sendo exibido de maneira vertical, em função do tamanho da tela, considera-se que não seja problemático e continue apresentando boa visualização para o leitor.

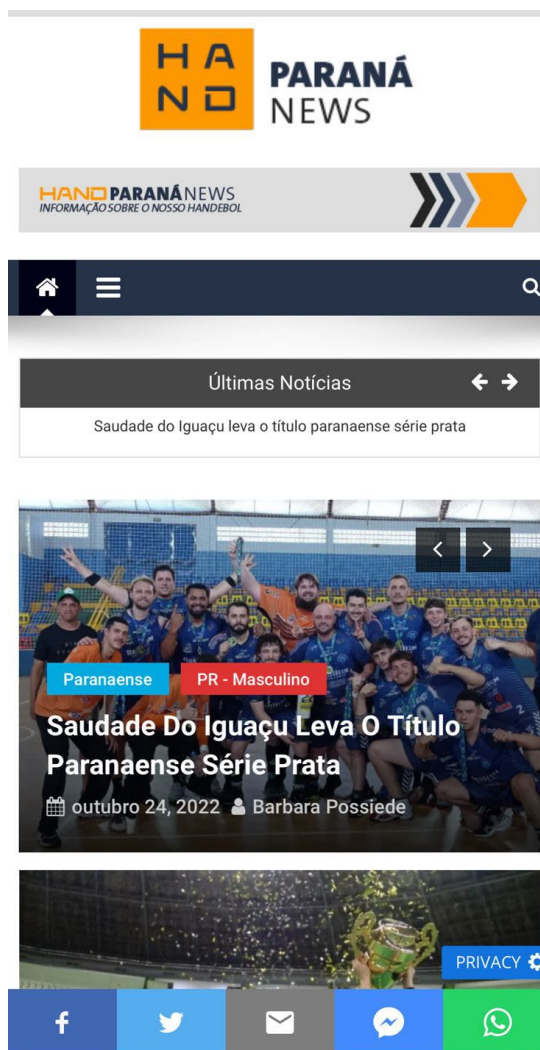


Figura 7 – Layout para versão mobile

As demais páginas de post possuem um design padrão. Exemplificada na figura 8. No topo, uma foto destacada que corresponde a mesma miniatura que aparece na página principal. Logo abaixo a manchete, categorias, autoria e informações de publicação. Na sequência aparecem os botões para compartilhamento, a gravata e o texto.



Maringá É Campeão Do Estadual Feminino

Paranaense PR - Feminino

Outubro 30, 2022 Barbara Possiede Leave A Comment

Partilhar Tweetar Partilhar O email Partilhar

Mesmo com placar desfavorável no segundo jogo da decisão, Maringá fica com o título estadual.

Na noite desta sexta-feira (28), Maringá e Cascavel se encontraram no duelo final pelo título do Campeonato Paranaense Série Ouro. Apesar de vitória das cascavelenses por 28 a 24, a vantagem conquistada pelo time da cidade Canção no jogo de ida, assegurou a conquista da principal competição do estado.

Figura 8 – Layout padrão para posts

No final da página estão destacadas as tags, botões para ler próxima ou anterior, bloco com conteúdo relacionado e espaço para comentários. Apresentados na figura 9.

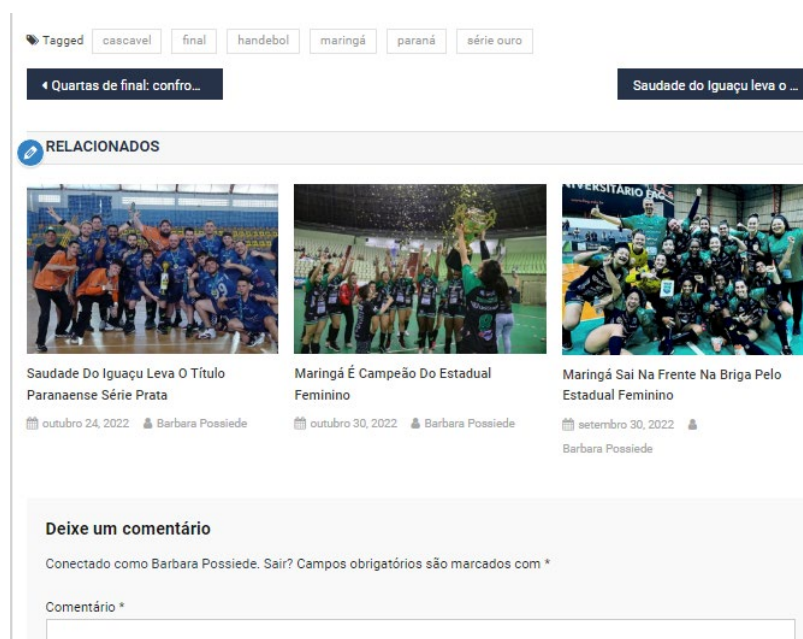


Figura 9 – Layout padrão para posts, final da página

4.5 REDES SOCIAIS

Ao longo do desenvolvimento deste produto, identificou-se a necessidade de uma possibilidade de divulgação além da que já estava sendo projetada com os botões de compartilhamento nos posts.

Conforme apontado por Conte (2018), as redes sociais podem ser uma ferramenta importante na distribuição de informações, concentrando a atenção de grande parte dos usuários digitais.

A fim de impulsionar o compartilhamento e aumentar o relacionamento com os leitores, optou-se por participar do ambiente das redes sociais. Neste caso, a rede escolhida foi o Instagram. De acordo com levantamento realizado pela We are Social e Hootsuite, a plataforma é a terceira rede social mais usada no Brasil em 2022, com mais de 122 milhões de usuários.

Para este projeto, a plataforma apresenta outras vantagens se comparada às outras redes: ampla variedade de formatos (fotos, vídeos, reels, lives) e maior facilidade de uso e praticidade para realizar coberturas ao vivo.

O perfil do Hand Paraná News no Instagram pode ser acessado através do link: <https://www.instagram.com/handebolprnews/>.

Considerando a importância da experimentação e inovação ressaltada por Lenzi (2020), o conteúdo produzido para o perfil se divide em 3 formatos: post fixo, reel (entrevistas e lances de jogo), story.

As publicações de divulgação do conteúdo já publicado no site consistem em uma replicação da imagem de destaque da matéria com uma frase de descrição na própria imagem. Conforme figura 10. Para a legenda, foram desenvolvidos textos de chamada, sempre encerrando com uma chamada para a ação “confira mais no site”.



Figura 10 – Post Instagram

Além de servir como um espaço para divulgar as matérias publicadas no site, o perfil também recebeu conteúdos criados diretamente para ele. Em formato experimental foram realizadas entrevistas pós jogo durante a fase de quartas de final da Liga Metropolitana de Handebol (LMH).

As entrevistas foram gravadas com o celular e legendadas antes de serem postadas em formato reels (figura11). Na publicação também foram marcados os perfis das atletas e das equipes que representam, para que tivesse maior alcance.



Figura 11 –Reels Instagram entrevista

Também em formato reels, foram publicados melhores momentos de alguns jogos. A captação das imagens foi realizada pela própria autora, com um celular, em formato vertical pensando nas especificidades da plataforma.

Para garantir a conversão dos usuários desta rede social em leitores do site, foi inserido o link diretamente na biografia do perfil. Como o Instagram não permite inserir o link nas publicações, optou-se por uma estratégia de divulgação do link diretamente nos stories.

Conforme apresentado na figura 12, foram utilizadas duas estratégias: o compartilhamento direto da postagem no Instagram ou uma captura da tela direta do site. Em ambos os casos, foram aplicados *stickers* que permitem adicionar o link direto para uma publicação específica do site.

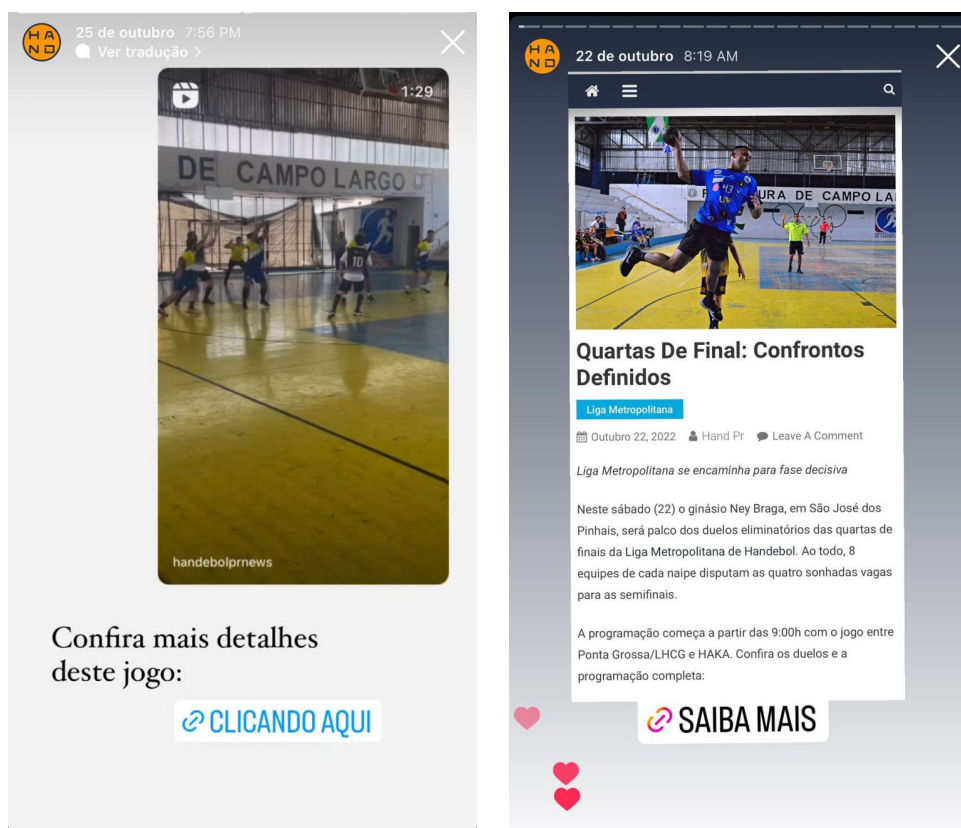


Figura 12 – Stories com link

4.6 PÓS-PRODUÇÃO

Assim como na etapa de produção, as atividades desenvolvidas no estágio de pós-produção também se dividem em duas frentes: conteúdo jornalístico publicado no site e aperfeiçoamento da plataforma.

Pelo viés jornalístico, este foi o momento de finalizar e editar as publicações. Após serem coletados os dados, informações e depoimentos passou-se aos processos de edição e escolha das melhores maneiras e formatos para serem apresentados.

Em alguns casos identificou-se a necessidade da produção de materiais complementares ilustrativos, como as artes com tabelas de classificação e próximos confrontos. Um exemplo é o quadro da figura 13, utilizado em uma matéria sobre a LMH.



	TIMES	PONTOS	JOGOS	VIT.	SG
1	SÃO JOSÉ DOS PINHAIS	26	10	8	70
2	SOCIEDADE THALIA	25	10	8	91
3	H3M / 3 MARIAS	24	9	8	89
4	LHCG / PONTA GROSSA	21	9	7	47
5	HAKA	18	11	6	-13
6	DONAS DA BOLA	18	11	6	47
7	EPH	13	10	4	4
8	FQHC	11	10	3	-43
9	CAMPO LARGO	10	11	3	-49
10	CHC	6	10	2	-93
11	H7	3	9	1	-79
12	ANTONINA	1	10	0	-71

Figura 13 – Tabela de classificação produzida como material complementar

Quant à plataforma, na etapa de pós-produção foi o momento de ajuste de todos os detalhes do site. Foram criadas as páginas de “contato” e “sobre nós”, que permitiram descrever e apresentar o projeto para o público, bem como fornecer um formulário para contato.

Foi neste estágio do desenvolvimento do produto que se implantou o plugin Monster Insights, na plataforma Word Press, para que se possa realizar o monitoramento do site através das estatísticas do Google Analytics. Como a instalação da ferramenta foi feita apenas nesta etapa, ainda não existem resultados para serem avaliados.

O Instagram realiza um rastreamento desde o primeiro momento em que a conta foi criada, então, alguns insights já puderam ser extraídos e encontram-se na figura 14.

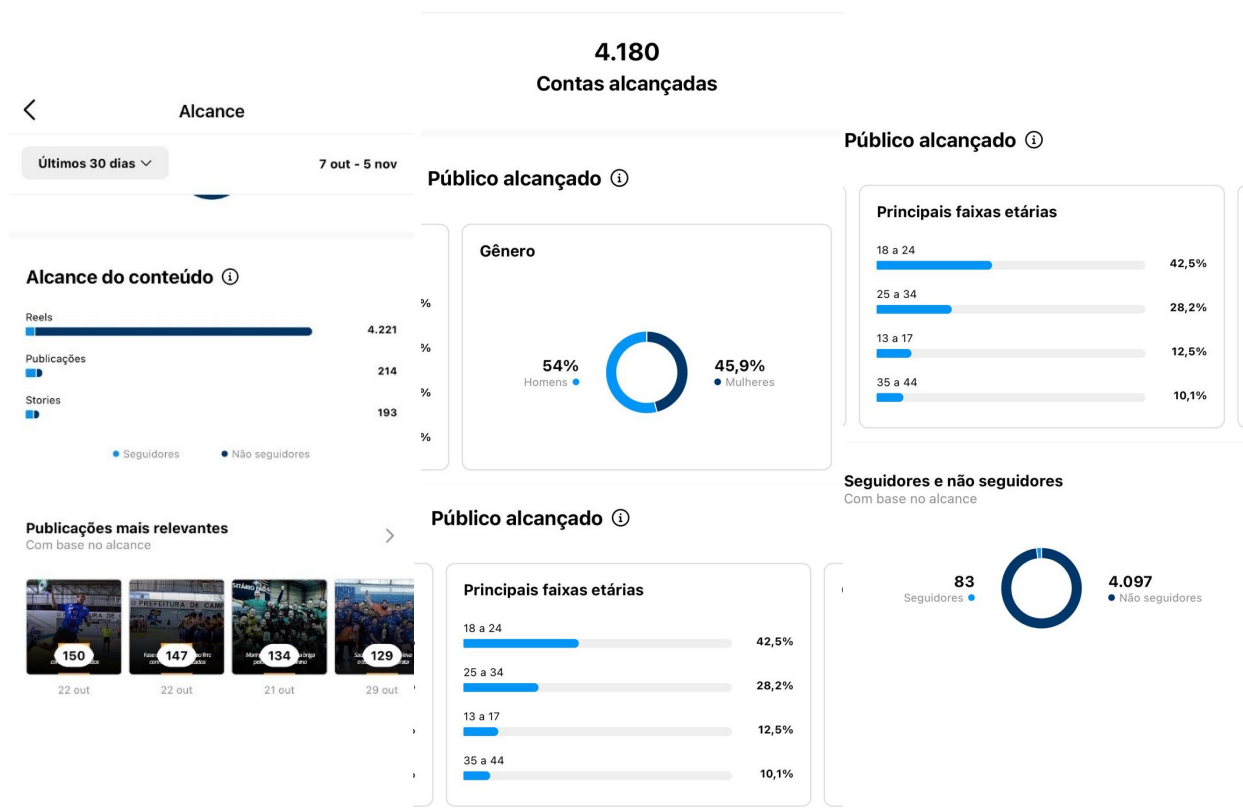


Figura 14 – Insights Instagram últimos 30 dias

Conforme apontado por Lenzi (2020), a incorporação de novas práticas e a experimentação de ideias é importante, sendo essencial reconhecer falhas, para que se elimine o que não funciona, e se concentre em alternativas mais viáveis. Nos resultados prévios apresentados pelo perfil do Instagram é possível destacar que os conteúdos apresentados em formato reels estão obtendo maior alcance que os demais.

As métricas ainda precisam de um intervalo maior de coleta de dados para que sejam avaliadas com maior profundidade, mas já é possível perceber oportunidades de desenvolvimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho identificou-se uma grande lacuna relacionado ao jornalismo especializado esportivo no segmento do handebol. A modalidade que pouco figura na mídia de referência e que, em muitos portais esportivos, abriga-se sob o guarda-chuva de “esportes olímpicos”, ainda carece de cobertura jornalística.

O objetivo deste trabalho foi desenvolver um site informativo segmentado para a modalidade, visando divulgar informações sobre o esporte. Foram produzidas matérias sobre as competições disputadas na região, dando visibilidade à modalidade com a criação de um site de notícias dedicado ao público do esporte.

O primeiro passo foi entender o contexto da modalidade e da produção jornalística referente a ela no estado. Por meio de pesquisas documentais, bibliográficas e uma análise de mercado, identificou-se carências e detalhes que poderiam ser abordados com o desenvolvimento do produto.

Após um estudo bibliográfico sobre o jornalismo digital e especializado, bem como sua aplicação no universo do handebol, mesmo que de outros países, adquiriu-se uma base que permitiu a elaboração de materiais sobre o tema.

Como perspectivas para que este site continue se desenvolvendo apontam-se alguns fatores: iniciativa para tornar o projeto colaborativo e estabelecer cotas de anúncio.

Estes dois aspectos não foram contemplados no projeto original, mas podem ser adaptados dentro do escopo do site. A plataforma escolhida, Word Press, permite a criação de mais usuários, ou seja, podem ser adicionados colaboradores para ajudar na cobertura dos clubes ao redor do estado. Também foram reservados, dentro do site, espaços para divulgação anúncios. Para determinar valores, e tipos de anúncio são necessários, também, mais dados de tráfego na página. Esta iniciativa ajudaria a financiar o projeto.

Ao longo deste trabalho, constatou-se que não é simples despertar o interesse do público para um esporte que não tem a preferência nacional, mas conteúdos que abordem esta temática de maneira detalhada, podem contribuir com este cenário.

REFERÊNCIAS

- ABIAHY, Ana Carolina. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. 27 p. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal da Paraíba. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/abiah-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2022.
- ANDRES, S. de S.; GOELLNER, S. V. TRAJETÓRIAS ESPORTIVAS DE JOGADORAS DE HANDEBOL E SUAS NARRATIVAS SOBRE SER PROFISSIONAL DA MODALIDADE. **Movimento**, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 527–538, 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/79795>. Acesso em: 5 maio. 2022.
- BARBEIRO, Heródoto. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. 2013. Disponível em: https://labcom.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.mauAcesso em: 01 ago. 2022
- BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos: a construção de narrativas no jornalismo digital**. Curitiba: Appris, 2016.
- BITTENCOURT, Maria Clara. Ciberacontecimento e jornalismo digital: o impacto do compartilhamento e da produção de sentido nas práticas jornalísticas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v.12, n.2, p.342-355. Jul/Dez 2015.
- BORELLI, Viviane. O esporte como construção específica no campo jornalístico. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002
- BROCH, Trygve. “Smiles and Laughs – All teeth intact”: A cultural perspective on Mediated Women’s Handball in Norway. *International Journal of Sport Communication*, 2014, 7, 56 -73
- CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo: Considerações gerais sobre o jornalismo na web. 2006. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joaowebjornal.pdf> >. Acesso em: 02 ago. 2022
- CARDOSO, Marcelo. Jornalismo especializado em esportes: uma discussão para ampliar conceitos e autores. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 2016, 10 p. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1761-1.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2022
- CLEMENTE, Matheus. Entenda o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor, 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/> Acesso em: 05 nov. 2022
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo** 4ed São Paulo, contexto 2011
- CONDE, Mariana Guedes. **Temas em Jornalismo Digital: histórico e perspectivas** [livro eletrônico] Curitiba, InterSaberes 2018

DARIDO, Suraya Cristina - **Para ensinar educação física: possibilidades de intervenção na escola** [livro eletrônico] - Campinas, SP; Papyrus, 2015.

DOS SANTOS, S. M.; MEZZAROBBA, C.; SOUZA, D. L. de. JORNALISMO ESPORTIVO E INFOTENIMENTO: A (POSSÍVEL) SOBREPOSIÇÃO DO ENTRETENIMENTO À INFORMAÇÃO NO CONTEÚDO JORNALÍSTICO DO ESPORTE. *Corpoconsciência*, [S. l.], v. 21, n. 2, p. 93-106, 2017. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/corpoconsciencia/article/view/5034>. Acesso em: 8 nov. 2022.

ELY, Nathalia. Jornalismo Especializado Esportivo - A pauta muito além do futebol. 08/08/2018. Disponível em: <https://www.coletiva.net/artigos/jornalismo-especializado-esportivo-a-pauta-muito-alem-do-futebol,278881.jhtml>. Acesso em: 04 ago. 2022

ESPN, Atacada, confederação já não garante Morten na seleção feminina de handebol na Rio 2016. 18/12/2015. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/565284_atacada-confederacao-ja-nao-garante-morten-na-selecao-feminina-de-handebol-na-rio-2016. Acesso em 08 ago. 2022.

FERNANDES, Alessandra Lemos. **Jornalismo: especialização e segmentação** [livro eletrônico] Curitiba: InterSaberes, 2017.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 4ª edição. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

GRECO, Juan Pablo; ROMERO Juan. **Manual de handebol [recurso eletrônico]: da iniciação ao alto nível** 1. ed. - São Paulo : Phorte, 2015.

HERSCOVITZ, Heloiza. Características dos portais brasileiros de notícias. SBPJor California State University Long Beach, EUA, 2009, 24 p. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/197/196>. Acesso em: 03 ago. 2022

KEPIOS, Global Digital Report. **Digital 2022: Essential Instagram Stats for Q2 2022 v01**. Maio, 2022. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-essential-instagram-stats-for-q2-2022-v01>

LENZI, Alexandre. Jornalismo nativo digital brasileiro: um estudo de caso do Nexo Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 27, p. 1-14, jan.-dez. 2020 | e-36102. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/36102>. Acesso em 06 nov. 2022

LIPPE, Gerd. Media Image. Sport, Gender and National Identities in Five European Countries. *International Review for the Sociology of Sport* 37/(3-4)(2002) 371-395

LOVISOLO, Hugo. A formação do jornalista esportivo – diploma ou talento. **Contemporânea**, n.3, 13 p. UERJ-FCS. 2002. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_03/contemporanea_n03_01_mourim_lovisolo.pdf> Acesso em: 05 ago. 2022

MALULY, Luciano. Um jornalismo para a massificação do esporte no Brasil. **Leituras do Jornalismo**. A. 2, v. 2, n.4. Jul-Dez/2015. Disponível em: <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/76/58> Acesso em: 07 ago. 2022

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na web. Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. 2001.

NOVAES, M. P. **Revista AlterjorA Educação Física e a Mídia Esportiva**. 2010.

NUNES, Camila. ESPORTE E TERRITÓRIO: A TERRITORIALIZAÇÃO DO HANDEBOL NO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Revista de História do Esporte**, 2014.

PADEIRO, Carlos. **O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro**. P.127. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo, 2015. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/wp-content/uploads/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Carlos-Padeiro-1.pdf>. Acesso em: 08 ago. 2022

PALACIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. Jornadas de Jornalismo Online, Universidade da Beira Interior (Portugal), 2002. 12p. Disponível em: https://facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf. Acesso em: 01 ago. 2022

_____. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?**. Salvador, Bahia, em 1999.

PERUZZO, Cicília. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637/6170> Acessado em: 02 ago. 2022.

RODOLFO STOCKLENER - Projeto Curitiba Handebol Clube, UFPR; Curitiba 2006

SANFELICE, Gustavo. **Mídia e esporte : temas contemporâneos**. Novo Hamburgo: Feevale, 2010. Disponível em: <https://www.academia.edu/271685> Acesso em: 07 ago. 2022

TAVARES, Carlos. Jornalismo esportivo: o que é. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**. Ponta grossa, v.4, n.2, p. 38-59. Jul/Dez 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6199434>. Acesso em: 07 ago. 2022

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização parodística. Estudos em Comunicação. Portugal, 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 05 ago. 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, volume I**. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

UNZETE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão**. 1, São Paulo: Saraiva, 2009.