

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Bacharelado em Jornalismo

SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA

**O OUTRO LADO DAS TORCIDAS ORGANIZADAS: REPORTAGEM MULTIMÍDIA
SOBRE AS TRÊS PRINCIPAIS TORCIDAS ORGANIZADAS DE FUTEBOL DE
CURITIBA (PR)**

CURITIBA
2022

SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA

**O OUTRO LADO DAS TORCIDAS ORGANIZADAS: REPORTAGEM MULTIMÍDIA
SOBRE AS TRÊS PRINCIPAIS TORCIDAS ORGANIZADAS DE FUTEBOL DE
CURITIBA (PR)**

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

Orientadora: Professora Dra. Karine de
Moura Vieira.

CURITIBA

2022



Curso de Bacharelado em Jornalismo

Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos 29 dias do mês de novembro de 2022 realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante Sabrina Fernandes Dantas de Santana, portador do Registro Uninter 2815847 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 Torcida organizada por quem a faz: reportagem multimídia sobre as três principais torcidas organizadas de futebol de Curitiba (PR) e orientação do/a professor/a Dra. Karine Moura Vieira, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Dra. Marcia Boroski

Examinador/a 2: Me. Alexsandro Ribeiro

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: 9,5.

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

Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a:

Karine Moura Vieira

Examinador/a 1:

Marcia Boroski

Examinador/a 2:

Uf

Estudante:

Sabrina F.D. de Santana

Dedico esta produção a todos os torcedores organizados, que apesar das dificuldades, defendem as cores de suas torcidas e fazem com que o futebol resista a elitização.

AGRADECIMENTOS

Á Deus, que se faz presente em todos os momentos.

Aos meus pais, Maria Lúcia Fernandes de Santana e Jacinto Tavares de Santana e ao meu irmão, Antonio Anderson Fernandes de Santana, que tiveram imensa importância durante todo o curso.

Ao meu tio, Francisco Tavares de Santana, que nos deixou esse ano, mas sempre se fez presente e orgulhoso.

A todos meus amigos, colegas e familiares que, em algum momento, cooperaram na construção do trabalho, com palavras de carinho, força e amizade.

À minha orientadora, a Professora Dra. Karine de Moura Vieira, que me auxiliou desde meu primeiro ano na faculdade, até a conclusão do projeto.

À Professora Dra. Máira Nunes, minha orientadora na primeira fase do projeto e que ajudou a tirar as ideias iniciais do papel.

A todos os professores e professoras, que de alguma forma contribuíram para a minha formação durante os últimos quatro anos.

A todos os torcedores organizados, que disponibilizaram seu tempo e contaram um pouco de suas histórias.

E às três principais torcidas organizadas da capital, que me receberam em suas sedes e contribuíram com o desenvolvimento da reportagem.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar como produto jornalístico uma reportagem multimídia sobre as três principais torcidas organizadas de futebol de Curitiba (PR), a partir de histórias dos seus integrantes. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa sobre a trajetória das torcidas organizadas Torcida Fúria Independente (TFI), Torcida Império Alviverde (IAV) e Torcida Os Fanáticos (TOF), dos clubes Paraná Clube, Coritiba Foot Ball Club e Club Athletico Paranaense, respectivamente e, buscando contar, a partir das histórias e memórias dos torcedores, a cultura do futebol na capital do estado. Na construção metodológica trabalhou-se com a pesquisa bibliográfica e documental, bem como a realização do trabalho de apuração com levantamento de dados e entrevistas. Desta forma, foi possível desenvolver uma reportagem multimídia, a fim de entender e expor para a sociedade os bastidores do universo das torcidas organizadas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Esportivo; Jornalismo Digital; Reportagem multimídia; Torcidas Organizadas

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 - Emblema do Clube Athletico Paranaense.....	18
Figura 2 - Emblema do Coritiba Foot Ball Clube	20
Figura 3 - Emblema do Paraná Clube	20
Figura 4 - Emblema da Torcida Fúria Independente	22
Figura 5 - Emblema Torcida Império Alviverde	23
Figura 6 - Emblema Torcida Os Fanáticos.....	24
Figura 7 - Capa da reportagem	42
Figura 8 - Subtítulo da reportagem.....	43
Figura 9 - Vídeo e legenda.....	43
Figura 10 - Áudio.....	43
Figura 11 - Mapa interativo de caravanas	43
Figura 12 - Galeria de fotos das torcidas	44
Figura 13 - Botão que direciona a outra página da reportagem	44
Figura 14 - Mapa interativo com localizações	44
Figura 15 - Playlist das torcidas	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUTEBOL E TORCIDAS ORGANIZADAS	15
2.1 TIMES DE FUTEBOL	17
2.1.1 Athletico Paranaense	18
2.1.2 Coritiba Foot Ball Club.....	19
2.1.3 Paraná Clube	20
2.2 TORCIDAS ORGANIZADAS DE CURITIBA	21
2.2.1 Torcida Fúria Independente	21
2.2.2 Torcida Império Alviverde.....	23
2.2.3 Torcida Os Fanáticos	24
3 JORNALISMO ESPORTIVO	25
3.1 O INÍCIO DA EDITORIA NO BRASIL.....	27
3.2 O JORNALISMO ESPORTIVO NA ATUALIDADE	29
4 JORNALISMO DIGITAL	31
4.1 REPORTAGEM MULTIMÍDIA	33
5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	35
5.1 PRÉ PRODUÇÃO	35
5.1.1 Pauta	36
5.1.2 Apuração	37
5.1.3 Entrevista	38
5.1.4 Narrativa.....	40
5.2 PRODUÇÃO.....	41
5.2.1 A reportagem.....	42
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	46
ANEXOS	49

1 INTRODUÇÃO

Os primeiros relatos da existência de agrupamentos de torcida no Brasil foram em 1940, as torcidas uniformizadas. A primeira foi a Torcida Uniformizada do São Paulo (TUSP), que tinha como objetivo apoiar o time - São Paulo Futebol Clube (SPFC) - durante 90 minutos e possuíam um possível vínculo com o clube, pois teria sido criada por dirigentes do SPFC. (SEVCENKO, 1994; TOLEDO, 1996).

Apenas 19 anos depois que as torcidas organizadas ganham espaço e passam a existir. A primeira delas foi a Gaviões da Fiel-Independente, que nasceu em 1969 com o objetivo de fiscalizar as ações do então presidente do Sport Clube Corinthians Paulista (SCCP), Wadih Helu, que possuía proximidade com o governo líder do regime militar que se instaurava no Brasil. “Nós nascemos para combater um ditador”, afirma um dos fundadores da torcida, Chico Malfitani (2020) em entrevista¹ sobre a história da torcida.

Desse período em diante, as torcidas organizadas comportam um crescimento expressivo, só proporcional a sua expressiva visibilidade dentro do espetáculo futebolístico, consolidando, assim, um fenômeno social que perdura até hoje [...]. Com elas, a arquibancada ganha aparência de palco. Também com elas, o estádio e os arredores viram ‘campo de batalha’, lugar das agressões entre grandes agrupamentos juvenis. Estes são os ingredientes mais visíveis, mas há outros: resumidas numa nova forma de organização popular, as torcidas organizadas passam a ser um novo ator de universo no futebol [...]. (TORO, 2011, p. 2)

Com o avanço das organizadas pelo Brasil, a capital paranaense não ficaria para trás. Associação Esportiva Cultural Social e Recreativa Torcida Organizada Fúria Independente Tricolor, conhecida como Torcida Fúria Independente (TFI), do Paraná Clube (PRC), Associação Recreativa Torcida Os Fanáticos (TOF), do Club Athletico Paranaense (CAP) e Grêmio Recreativo Torcida Organizada Império Alviverde, ou apenas Império Alviverde (IAV) do Coritiba Foot Ball Club (CFC), são as três principais - e de maior relevância - organizadas de Curitiba² (PR), consideradas de primeiro escalão.

¹ Entrevista para a Band, SETOR 1, disponível em: <https://setor1.band.uol.com.br/nos-nascemos-para-combater-um-ditador-diz-fundador-da-gavioes-da-fiel/>. Acesso em 14 de novembro de 2022.

² Ao se referir as torcidas Fúria Independente, Império Alviverde e Os Fanáticos durante o trabalho, as siglas TFI, IAV e TOF respectivamente, serão utilizadas.

A IAV nasceu em 2 de outubro de 1977, após alguns amigos se interessarem por torcida, fazerem bandeiras e começarem a levar para os jogos. A organizada surgiu pela necessidade de o time ter uma instituição para incentivar e apoiar a equipe. “Em 1991, a torcida rompe com a diretoria do Coritiba após discutir com Evangelino Neves, tornando-se independente.” (ALVIVERDE)³. Hoje, possui uma loja da torcida, que serve como sede e é localizada na Rua Ubaldino do Amaral, 50, no Alto da Glória, em frente ao estádio do Coritiba, o Estádio Couto Pereira, onde todo o patrimônio é guardado e os membros se encontram em pré e pós jogo.

A TOF teve sua estreia em 24 de outubro de 1977, “após a extinção do ETA (Esquadrão da Torcida Atleticana). Na época, a maior torcida atleticana era a Torcida Independente Atleticana (TIA).” (FANÁTICOS)⁴. No mesmo dia, a ‘Torcida Jovem’ fazia sua estreia e, por meio de uma conversa, as organizações resolveram unir forças e se juntarem. Atualmente, possuem sua própria sede, de dois andares e que fica a poucas quadras da Arena da Baixada, - estádio do Athletico -, na Rua Dr. Pedro Augusto Mena Barreto Monclaro, 571, no Água Verde, um bairro da capital.

A TFI nasceu oficialmente em 23 de setembro de 1993, da fusão entre duas das Torcidas que já existiam, a ‘Torcida Independente Paranista’ e ‘Torcida Fúria Tricolor’. “Os primeiros anos da Torcida Fúria Independente foram vivenciados no bar logo abaixo da Reta do Relógio, na antiga Vila Capanema.” (INDEPENDENTE)⁵. Anos depois mudou-se para a ‘Sede da Rua Iapó’, em seguida para um terreno ao lado do Pinheirão - estádio do time na época -, até se estabelecer na sede atual, que possui terreno anexo, na Rua João Skalski, 231, no bairro Jardim Botânico, há alguns metros da Vila Capanema - casa do Paraná Clube.

Mesmo tão diferentes em diversos aspectos, como: identidade visual, bairros originários, músicas, material e etc, em outros, se parecem. Estrutura hierárquica, ideias e o principal, o motivo de estarem ali pode até mesmo ser igual. Tudo que existe, faz parte de uma cultura e é interligado de alguma forma, mas devemos entender que existem

[...] associações diferentes segundo tenhamos em mente o desenvolvimento de um indivíduo, de um grupo ou classe, de toda uma sociedade. Parte da

³ Site Torcida Império Alviverde. Disponível em: <https://www.imperioalviverde.com.br/historia.html>. Acesso em 3 de agosto de 2022.

⁴ Site Torcida Os Fanáticos. Disponível em: <https://www.osfanaticos.com.br/sobre>. Acesso em 3 de agosto de 2022.

⁵ Site Torcida Fúria Independente. Disponível em: <https://furiapr.com.br/a-torcida>. Acesso em 3 de agosto de 2022.

minha tese é que a cultura do indivíduo depende da cultura de um grupo ou classe, e que a cultura do grupo ou classe depende da cultura da sociedade a que pertence este grupo ou classe [...] (ELIOT, 1988, p. 33)

Na busca por referências de propostas semelhantes ao presente trabalho, intitulado de “O outro lado das torcidas organizadas”⁶, observou-se que por mais que existam matérias que abordem as Torcidas Organizadas de Curitiba, não foi encontrada uma em formato multimídia e que aborde os aspectos que norteiam esse meio, contada por quem vive e faz torcida. Entender a forma com que a cultura futebolística existe e faz parte da vida de diversas pessoas ao redor do mundo é necessário.

A partir de pesquisas na *internet*, por meio do *Google*, foram buscadas no intervalo de quatro anos (2019-2022), reportagens⁷ que contassem sobre a torcida organizada na visão de quem a vive. A grande maioria das reportagens que abordam o assunto torcida organizada, são factuais, abordam fatos isolados e específicos, como brigas, ou tratam sobre a introdução das torcidas no país, assim, se diferindo do projeto, que busca contar suas características e bastidores.

Em um primeiro momento e dentro do recorte de tempo, utilizou-se para a busca as palavras “História torcida organizada”. Os resultados trouxeram diversas notícias, entre elas um *podcast*⁸, que busca entender de que forma as torcidas foram de festas para a violência. Outra matéria que merece destaque na busca, aborda histórias e relatos de torcedores organizados da já extinta “Tosca”⁹, do Caxias do Sul.

Em um segundo momento, foram pesquisadas as palavras “Torcida Fúria Independente”, “Torcida Império Alviverde” e “Torcida Os Fanáticos”. Na busca sobre

⁶ O outro lado das torcidas organizadas. Disponível em: <https://sites.google.com/view/o-outro-lado-das-organizadas/p%C3%A1gina-inicial>

⁷ Ônibus é depredado durante briga de torcedores em Curitiba - Gazeta do Povo. Disponível em: <https://ricmais.com.br/seguranca/onibus-e-depredado-durante-briga-de-torcedores-em-curitiba/>
Confronto entre torcidas fica cada vez mais corriqueiro em Curitiba - Bem Paraná. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/noticia/confronto-entre-torcidas-fica-cada-vez-mais-corriqueiro-em-curitiba>

⁸ Podcast do UOL investiga como organizadas foram da festa para a violência. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/11/22/podcast-do-uol-investiga-como-organizadas-foram-da-festa-para-a-violencia.htm>. Acesso em 18 de novembro de 2022.

⁹ Histórias de torcedor: as recordações da organizada do Tosca, contadas por quatro grenás. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/esportes/noticia/2020/08/historias-de-torcedor-as-recordacoes-da-organizada-tosca-contadas-por-quatro-grenas-12535259.html>. Acesso em 18 de novembro de 2022

a TFI foram encontradas algumas matérias que merecem destaque, entre elas de parcerias¹⁰ entre a torcida e o clube, além de notícia sobre um caso de protesto¹¹ e outra sobre a renúncia¹² dos presidentes da organizada.

Na segunda busca sobre a IAV, diversas notícias foram encontradas. Uma delas refere-se sobre a uma cobrança¹³ da organizada durante visita ao treino do clube, e outra, sobre um trote¹⁴ que ocorreu com a torcida em relação a venda de ingressos.

Na última pesquisa sobre a TOF foram encontradas diversas notícias, mas a grande maioria apenas citava a organizada, não sendo a organização o foco principal. Levando em consideração as três primeiras páginas resultantes da pesquisa, apenas duas se tratavam diretamente da torcida. A primeira, é sobre a TOF ter sido condenada¹⁵ a pagar indenização ao time por invasão do estádio. A outra trata de uma caravana¹⁶ promovida pela torcida.

A reportagem busca trazer as organizadas pelo viés de quem as vive, com o propósito de entender suas áreas internas e bastidores. Relatar o cotidiano dessas organizações é uma forma de apresentar para a sociedade, fatos que, muitos não

¹⁰ Paraná lança camisa nesta quarta; relembre cinco parcerias entre Fúria e Tricolor. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/parana-clube/top-5-momentos-marcantes-parceria-organizada-parana/>. Acesso em 18 de novembro de 2022

¹¹ Paraná e Fúria protestam contra resultado de julgamento da morte de torcedor paranaista. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/parana-clube/parana-clube-furia-diego-gonciero-julgamento/>. Acesso em 18 de novembro de 2022

¹² Presidente e vice de torcida organizada do Paraná Clube renunciam aos cargos. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/noticia/presidente-e-vice-de-torcida-organizada-do-parana-clube-renunciam-aos-cargos>. Acesso em 18 de novembro de 2022

¹³ Torcida Organizada do Coritiba faz protesto no CT. Disponível em: <https://www.lance.com.br/coritiba/torcida-organizada-coritiba-faz-protesto.html>. Acesso em 18 de novembro de 2022

¹⁴ Organizada do Coritiba vira alvo de trote sobre ingressos do Athletico: Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/esportes/coritiba/organizada-do-coritiba-vira-alvo-de-trote-sobre-ingressos-do-athletico/>. Acesso em 18 de novembro de 2022

¹⁵ Fanáticos é condenada a indenizar o Athletico por invadir a Arena da Baixada. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/breves/fanaticos-e-condenada-a-indenizar-athletico-por-invadir-arena-da-baixada/>. Acesso em 18 de novembro de 2022

¹⁶ Torcida do Athletico promove caravana para a final da Copa do Brasil. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/noticia/torcida-do-athletico-promove-caravana-para-final-da-copa-do-brasil-veja-o-preco>. Acesso em 18 de novembro de 2022

conhecem, pois nunca participaram de uma torcida e não sabem sobre o seu funcionamento, setores e atribuições.

Para alcançar a ideia principal do produto, que é o de escrever uma reportagem multimídia, contando sobre as três principais torcidas organizadas de Curitiba, por seus próprios membros, com a finalidade de entender sobre seus principais aspectos, foram necessárias algumas etapas.

A primeira a ser citada é a realização de pesquisas, tanto bibliográficas como documentais sobre as torcidas no futebol. Essa parte foi importante para conseguir entender e ter clareza de diversos assuntos, como por exemplo o início e porque seguem ativas. Apurar sobre a história de tudo que norteia esse meio e produzir entrevistas com fontes selecionadas de acordo com sua importância com o assunto, é outro passo realizado.

Por último, é possível chegar ao resultado final, que foi o de desenvolver uma narrativa de reportagem multimídia, trazendo elementos em texto, vídeos, áudios, imagens, *gifs*, entre outros e, junto com os passos anteriores, desenvolver um material informativo e de relevância nos meios citados no parágrafo a seguir.

A importância do produto se dá em vários quesitos, principalmente no âmbito social e na questão da criminalização. “As informações veiculadas a respeito das torcidas organizadas contribuem significativamente para o aumento da repulsa e do medo por elas.” (LADEIRA, 2009, p. 99). Há um enorme preconceito com esses grupos, uma vez que

Os torcedores organizados são reportados como sujeitos desviantes que não se adequam às regras da sociedade e cujo o único intuito de sua existência é causar transtorno para o social. Baderneiros, vândalos, marginais, drogados, adeptos do crime organizado são alguns adjetivos atribuídos ao torcedor organizado, visto em seu todo de forma generalizada. (LADEIRA, 2009, p. 99)

Já sua contribuição para o jornalismo é que não possuem produções jornalísticas que abordem o tema, apenas algumas e com poucas características, já citadas acima. Quando se fala do fenômeno torcida organizada na imprensa e mesmo o futebol tendo destaque na mídia, as torcidas ficam em segundo plano e a maioria das notícias são focadas na violência. Suas festas, histórias, funcionamento, ações sociais raramente são contadas.

A presente reportagem “O outro lado das torcidas organizadas”, mostra os principais aspectos existentes nas três principais torcidas organizadas de Curitiba (PR), mescla as entrevistas e destaca as áreas existentes dentro das torcidas, como funcionam e outros diversos fatores que determinam ser uma torcida.

Dentre os objetivos estão o geral, que era o de escrever uma reportagem multimídia, contando sobre os bastidores das torcidas organizadas, de acordo com a visão de quem a vive. Nos específicos, estão o de identificar quais são as áreas dentro das torcidas e de que forma funcionam, além de entrevistar torcedores organizados, a fim de entender essas áreas e conhecer suas vivências e histórias na organização.

A reportagem está hospedada na plataforma “Google Sites”, que disponibiliza a possibilidade de adicionar material escrito, vídeos, fotos e áudios. O texto utilizado é de uma linguagem coloquial, com uma fácil rolagem de página e plena visualização para computadores, celulares e *tablets*. A reportagem conta com recursos visuais, como mapa, *playlist*, vídeos, fotos e explica como as áreas da torcida funcionam, narradas pelos próprios integrantes. Histórias de membros e depoimentos são contados no decorrer do conteúdo, divididos por temas.

Os temas são os mais distintos, como ideologia, patrimônio, bateria, ação social, entre outros. O leitor tem a possibilidade de acessar uma galeria de imagens das torcidas e um dicionário, que explica palavras utilizadas no meio.

Nos capítulos a seguir serão abordados alguns temas que cercam o produto e se fazem necessários para sua compressão. No primeiro, o Futebol e as Torcidas Organizadas são trazidos à tona e possuem um aprofundamento maior sobre o meio que será trabalhado durante todo o processo. No capítulo seguinte, Jornalismo Esportivo, os anos iniciais da editoria e seu desenvolvimento são contados, além de principais características e como a área se porta nos dias atuais.

O Jornalismo Digital é outro ponto a ter um pequeno aprofundamento, pois envolve o meio onde o produto está publicado e transita, assim como a reportagem multimídia, formato na qual a produção ganha forma. A necessidade desses capítulos é imensa, assim como o capítulo de descrição, que aborda a forma com que a reportagem foi produzida. Alguns conceitos do que é utilizado na produção são explicados, como por exemplo: pauta, entrevista e narrativa. E por fim, as considerações finais sobre todo o processo de produção da reportagem e suas contribuições.

2 FUTEBOL E TORCIDAS ORGANIZADAS

O futebol possui um grande aspecto democrático, que acaba tornando o esporte das massas (DAMATTA, 1982). Além dos torcedores comuns, que compram camisas, se associam, divulgam o clube e cobram resultado, existem também as torcidas organizadas, que possuem sua própria cultura, estigmas e ideologia. Essa cultura existente transita nesse meio de forma com que acaba passando de geração para geração.

Parte dessa grandeza cultural pode ser atribuída aos torcedores, que fazem parte de todo o espetáculo. DaMatta (1982) entende que de acordo com que suas pesquisas se aprofundam no futebol praticado no Brasil, mais é de seu conhecimento a interpretação sobre a sociedade brasileira.

É nas arquibancadas que geralmente as festas ocorrem e o grito que toma conta dos estádios se inicia. As baterias, as faixas e as músicas vêm de lá.

Seria o futebol um espetáculo ou uma festa? Talvez os dois. Por mais que apenas os jogadores joguem, as arquibancadas e as cadeiras também produzem o seu modo de participação e até mesmo de espetáculo. Torcer não é apenas assistir. Assistir o jogo é apenas uma das possibilidades da festa nos estádios [...] (BANDEIRA, 2010, p. 5)

É impossível e imoral tratar de futebol sem pôr em jogo as festas. A cultura do ato de torcer é levada a nível mundial, mas cada lugar com suas particularidades. No Brasil, o futebol

é um tema preferencial de conversa entre conhecidos, ou mesmo entre estranhos num contato casual. O interesse por ele é tão grande e disseminado, que as possibilidades de encontrar um interlocutor que não goste do assunto são muito reduzidas. (DAMATTA, 1982, p. 78)

O esporte entra em discussão em praticamente todos os lugares. As novelas, - tão assistidas -, perdem minutos e horários fixos por conta de uma partida de futebol. Segundo Fernanda Ferreira e Kelly Domingos (2017), os noticiários brasileiros são dominados pelo tão privilegiado futebol, e isso não é momentâneo, mas sim recorrente, além de ser uma modalidade que arrecada dinheiro para diversas áreas, como a própria imprensa, clubes e atletas.

O agendamento que ocorre na grade de uma emissora, por conta de um jogo, dificilmente ocorreria com outras modalidades ou programas. Isso se explica com a paixão brasileira pelo futebol, que faz com que tudo que envolve o esporte, vire notícia.

O futebol é assunto na maioria das rodas de conversa, até mesmo entre desconhecidos. É difícil encontrar quem não goste dele, até mesmo quem não entende perfeitamente suas regras e competições, terá um time no qual possui proximidade, pois “nem mesmo as distâncias sociais afetam a unanimidade que existe em torno do tema.” (DAMATTA, 1982, p. 78).

Dos colunáveis aos Frequentadores de botequim, o futebol tece uma intrincada rede de relações. Vencendo espaços, que de outra maneira seriam intransponíveis, esse esporte une pessoas distantes entre si na hierarquia social, ao mesmo tempo que separa os que estão próximos nesta escala. Parafraseando Oswald de Andrade, poderíamos dizer que o futebol nos une. Socialmente. Economicamente. Filosoficamente. Do presidente da República ao engraxate, este é o país do Futebol. (DAMATTA, 1982, p. 78)

Para DaMatta (1982) o esporte no Brasil faz parte da vida da população. “Assim é que, no Brasil, recebemos, do berço, o nome, a religião e o clube de futebol [...]” (DAMATTA, 1982, p. 77). Quando a criança começa a andar, logo ganha bola de futebol e camisas do time.

Um dos principais objetivos do jornalismo é o de contar histórias por meio de técnicas de apuração, produção e narrativas para expor para a sociedade o que ainda não é de seu conhecimento, mas que possui importância. Para quem não conhece o assunto torcidas organizadas, a reportagem produzida é uma maneira de identificar outros elementos e os analisar.

Na concepção de Ana Cristina Morgado (2014), Geertz¹⁷ entende que “a cultura é a própria condição de existência dos seres humanos, produto das ações por um processo contínuo, através do qual, os indivíduos dão sentido às suas ações” (MORGADO, 2014, p. 3). Tudo o que fazem é por algum motivo e resultam em determinados resultados.

O fenômeno que chamamos de torcida se insere na vida das pessoas em todas suas camadas e culturas. Roberto DaMatta (1982) faz uma reflexão sobre os motivos do futebol ser das grandes massas - diferentemente de outros esportes - e ter, em seu público, diferentes perfis sociais.

¹⁷ Clifford James Geertz foi um antropólogo estadunidense, professor emérito da Universidade de Princeton, em Nova Jérsei, nos Estados Unidos.

Este "democrático" apagar de diferenças sociais é também visto pela integração/dissolução dos mais distantes grupos sociais nas torcidas de equipes de clubes e seleções, e cujas bandeiras... a todos acolhem. Isto é, as regras que servem para a divisão da sociedade em grupos sociais não são as mesmas que repartem a população em clubes. (DAMATTA, 1982, p. 47)

Quando adentramos ao mundo das torcidas organizadas, a democratização tende a ser maior. "[...] ninguém escolhe o grupo social em que está inserido, enquanto um clube é escolhido livremente pelo torcedor [...]" (DAMATTA, 1982, p. 47). Da mesma forma que fazer parte de um coletivo de torcedores é um ato de vontade própria, isso porque não necessariamente um torcedor comum será de organizada.

Um dos principais motivos para um indivíduo fazer uma escolha é a identificação com o tema, cores, espaços, pessoas e ideais. O pertencimento é um sentimento que se sobressai nas torcidas organizadas. Os autores Everton Cavalcanti, Juliano de Souza e André Capraro (2013), a partir do pensamento de Gastaldo (2009), concluem que os membros das torcidas vivem, em seu dia a dia e em suas relações exteriores, os ideais das torcidas que participam. "Para os integrantes de TO's, o futebol, o clube de preferência e, principalmente a agremiação a qual pertencem são considerados por si só o motivo da própria existência" (CAVALCANTI, SOUZA E CAPRARO, 2003, p. 6).

Uma característica quase sempre atribuída a esse torcedor, é a violência. Para muitos, as organizadas são apenas em prol de brigas, e seus únicos objetivos são bater em torcedores adversários e criar o caos nas cidades e estádios. A generalização de alguns atos vem, cada vez mais, gerando um afastamento de grande parte das organizadas dos estádios, com torcidas únicas e sanções.

As torcidas precisam ser lembradas também, pelas grandes festas, histórias, momentos e vivências de seus membros. Documentar essas agremiações pelo olhar dos torcedores que vivem a torcida, faz com que a história, ao alcançar outras pessoas, ganhe uma seriedade e seja expositora de fatos e formadora de opinião.

2.1 TIMES DE FUTEBOL

No Brasil, existem 795 times de futebol profissionais registrados pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF). No Paraná, esse número é de 38, e em Curitiba cai para quatro clubes, de acordo com a Federação Paranaense de Futebol (FPF). O Patriotas Futebol Clube (2020), - ainda não citado -, disputa, atualmente, a

Terceira Divisão do Campeonato Paranaense de Futebol e manda seus jogos na Vila Capanema.

2.1.1 Athletico Paranaense

O clube Athletico Paranaense, que até 2019 não possuía o “h” em sua nomenclatura, foi fundado em 26 de março de 1924 e se reconhece como “furacão” e “rubro-negro”. Suas cores são o vermelho e preto, conforme utilizado em seu emblema, que também sofreu alterações e tornou-se mais moderno. Seu mascote, que já foi um cartola, hoje é a Família Furacão. A equipe foi campeã do Brasileiro Série A em 2001 e possui duas Copas Sul Americana (2018 e 2021), uma Copa do Brasil (2019) e vinte e seis títulos paranaenses.

Figura 1 - Emblema do Clube Athletico Paranaense



Fonte: Reprodução Clube Athletico Paranaense

Seu estádio, o Joaquim Américo Guimarães, conhecido como Arena da Baixada, foi reformado para a Copa do Mundo de 2014 e inaugurado no mesmo ano. Localizado no bairro Água Verde (PR), o espaço possui gramado sintético e teto retrátil, tem capacidade para mais de 42 mil pessoas e já foi palco para eventos como *Ultimate Fighting Championship* (UFC) 198, em 2016 e shows internacionais.

Como Centro de Treinamento, o espaço Centro Administrativo e Técnico Alfredo Gottardi é apelidado CT do Caju e localiza-se no Sítio Cercado, bairro da capital paranaense. Considerado um dos mais avançados e modernos da América do Sul, o espaço possui campos sintéticos para treinamento e um mini estádio, que comporta jogos da base.

Desde 1997 a fornecedora de materiais esportivos do clube é a Umbro. Na temporada atual, a camisa número um do clube é vermelho e preto e a número dois uma camiseta na cor branco, com detalhes em preto. Os itens oficiais do time são vendidos na Loja Oficial, anexada ao estádio. Junto à loja, funciona uma área *gourmet*, que possui lojas e restaurantes.

2.1.2 Coritiba Foot Ball Club

O Coritiba Foot Ball Clube é mais conhecido por Coritiba e utiliza as cores verde e branco para sua identificação, assim como em seu emblema, que possui as cores e uma estrela dourada, que remete ao título brasileiro. Nascido em 12 de outubro de 1909, atualmente, o mascote do clube é conhecido como Vovô Coxa. Conhecido por “Coritiba” ou “Coxa”, seus torcedores, são chamados por “coxa branca”.

Figura 2 - Emblema do Coritiba Foot Ball Clube



Fonte: Reprodução Coritiba Foot Ball Clube

Os jogos do clube são mandados no Estádio Major Antônio Couto Pereira, mais conhecido apenas como Couto Pereira, que possui capacidade para 40.502 torcedores, fica localizado no Alto da Glória, bairro da capital paranaense. O estádio já recebeu diversos shows nacionais e internacionais.

O clube é o maior campeão do Campeonato Paranaense de Futebol, acumulando 39 títulos, além de um Campeonato Brasileiro, em 1985. Seu Centro de Treinamento é localizado na Região Metropolitana de Curitiba (PR), em Colombo. O CT da Graciosa, forma a qual é mais conhecido, chama-se CT Bayard Osna.

A atual fornecedora de materiais esportivos do Coritiba é a 1909 *sports*, marca própria, criada em 2018. Anteriormente, o clube teve contratos de quatro anos com a *Nike* e três com a *Adidas*.

2.1.3 Paraná Clube

O Paraná Clube surgiu da fusão de dois times pré-existentes - Colorado e Pinheiros -, em 1989. Seus apelidos variam entre “tricolor” e apenas Paraná, sendo suas cores o vermelho, azul e branco e seu mascote uma Gralha Azul, animal que faz referência ao pinheiro em seu emblema, que possui acima duas estrelas prata, referentes aos títulos brasileiros, equivalentes a série B. Já seus torcedores, apelidados de “paranistas” ou “tricolores”. O clube possui sete títulos paranaenses e um do Brasileirão Série B (1992).

Figura 3 - Emblema do Paraná Clube



Fonte: Reprodução Paraná Clube

O Estádio Dorival de Britto e Silva, chamado de Vila Capanema, é a casa do clube desde 2006, quando iniciou a campanha “Vila, tá na hora”. Anteriormente, o time mandava seus jogos no Complexo Poliesportivo Pinheirão e por alguns anos no Értton de Coelho, a Vila Olímpica. O atual estádio sediou dois jogos da Copa do Mundo Fifa de 1950 e possui 19 mil lugares.

Seu Centro de Treinamento chama-se Ninho da Gralha e fica localizado na Região Metropolitana de Curitiba, no município de Quatro Barras. O local possui campos de treinamento, academia, dormitórios para momentos de concentração e refeitórios. O time ainda possui a Sede Social da *Kennedy*, que tem salão de festa,

piscina e abriga a loja oficial do clube, junto com alguns escritórios destinados à diretoria e demais áreas do clube.

2.2 TORCIDAS ORGANIZADAS DE CURITIBA

Em Curitiba, existem mais torcidas organizadas além das três citadas. Nos times que disputam o campeonato da suburbana, conseguimos identificar a presença de algumas, como a Torcida Taliban, do União Recreativa e Esportiva Santa Quitéria, a Camisa 12, do Operário Pilarzinho, a Torcida União Renovicente, da Sociedade Esportiva Renovicente, entre outras. O critério de escolha foi o de trazer torcidas chamadas de primeiro escalão e de acordo com a relevância no cenário nacional de torcidas. No Athletico, existe também a 'Associação Independente Ultras do Atlético', de 1992. A 'Dragões Alviverde' é de 1996 e apoia o Coritiba. No Paraná Clube não foram identificadas outras torcidas organizadas.

As torcidas aprofundadas funcionam no mesmo enquadramento hierárquico: Presidente, Vice-Presidente e demais responsáveis por cada área, como por exemplo diretor de caravana, bateria, patrimônio, *marketing* e comunicação e demais necessidades. No local onde funciona a sede das organizações é guardado o patrimônio e abriga a loja oficial, que realiza a venda de itens da torcida. As três torcidas realizam ações sociais e ajudam pessoas em situação de rua ou crianças de comunidades.

2.2.1 Torcida Fúria Independente

A TFI nasceu em 1993, após um acordo entre as duas torcidas existentes na época. Atualmente, possui um patrimônio que dialoga entre faixas, bandeiras, bateria, membros e a sede. Seu símbolo, herdado das duas torcidas é uma 'morte', na cor azul, acompanhada de dois raios vermelhos.

Figura 4 – Emblema da Torcida Fúria Independente



Fonte: Reprodução Torcida Fúria Independente

Na história de seus espaços, a torcida já teve como base outros três lugares, antes de mudar para a atual. A primeira ficava localizada embaixo da reta do relógio, na Vila Capanema. A segunda foi uma mudança bastante significativa, era chamada de sede da rua Iapó. A terceira sede era um terreno ao lado do Pinheirão, estádio do time na época. A última mudança é o local atual. (INDEPENDENTE).

O espaço fica próximo à Vila Capanema e foi construído por meio de doações de sócios. Atualmente, existe um projeto de expansão para um terreno em anexo, já adquirido pela torcida.

Sua bateria conta com alguns instrumentos, que são os surdos de primeira, segunda e terceira, repiques, caixas, chocalhos. Além de bandeiras e faixas, a torcida possui bandeirões, inclusive um que cobre a curva do relógio (setor do estádio onde a torcida fica). A torcida é bastante reconhecida por sua padronização, que é branco, cor das camisas e demais roupas da organizada.

Uma das maiores caravanas da torcida foi em 2013, para Joinville (SC), cerca de 21 ônibus da torcida foram para o jogo. No mesmo ano, a TFI patrocinou o clube em dois jogos, e teve seu nome estampado como patrocinador *master*¹⁸ do Paraná Clube.

¹⁸ Patrocinador *master*: É o patrocinador de maior cota dos clubes de futebol e que possuem um espaço maior e de destaque nos uniformes.

2.2.2 Torcida Império Alviverde

A IAV surgiu em 1977, quando um grupo de amigos se reuniram e tiveram a ideia de fazer bandeiras. 45 anos depois a torcida possui sua loja oficial, que além de realizar a venda de materiais oficiais da torcida, todo o patrimônio de faixas, bandeiras e instrumentos são guardados e seus membros se reúnem. O local possui dois andares e tem ainda um bar, que realiza a venda de bebidas em dias de jogos e eventos. (ALVIVERDE).

A torcida, que tem como símbolo um duende verde e branco, possui e utiliza os mesmos instrumentos das duas outras torcidas da capital (surdos de primeira, segunda e terceira, caixa, repique, tamborim e chocalho).

Figura 5 – Emblema Torcida Império Alviverde



Fonte: Reprodução Torcida Império Alviverde

Dentre suas faixas e bandeiras, a IAV possui alguns bandeirões. Um deles cobre os três anéis do Couto Pereira. A realização dos chamados “*green hell*¹⁹”, é bastante utilizada pela torcida. Geralmente, as fumaças e fogos de artifícios são feitas no momento da entrada dos jogadores.

Se falando de caravanas, diversas viagens realizadas pela torcida foram marcantes, entre elas a viagem a Caxias do Sul (RS), para um jogo contra o Juventude, em 2022. Cerca de 40 ônibus da torcida realizaram a viagem e estiveram presentes na partida.

¹⁹ Green Hell: Inferno verde, na tradução do inglês para o português.

2.2.3 Torcida Os Fanáticos

A TOF nasceu em 24 de outubro de 1977, em um jogo que outra torcida do clube também fazia sua estreia. Após uma breve conversa, os componentes resolveram unir forças e se juntar. O primeiro local da torcida foi um ginásio, cedido pelo clube e localizado ao lado do estádio, onde após obras, é hoje a Arena da Baixada. Sua sede hoje, é de dois andares e além de abrigar seu patrimônio, ser ponto de encontro para torcedores, espaço de ensaios, a loja da torcida encontra-se lá. (FANÁTICOS).

Figura 6 – Emblema Torcida Os Fanáticos



Fonte: Reprodução Torcida Os Fanáticos

Os instrumentos utilizados na bateria seguem o mesmo padrão, assim como já citado. São os surdos de primeira, segunda e terceira, caixa, repique e chocalhos. Seu patrimônio também é o de faixas e bandeiras, assim como bandeirões, utilizados no setor “Buenos Aires ‘BA’ Inferior”, local onde a torcida assiste aos jogos. O símbolo da torcida é uma caveira, na cor branca.

3 JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo é a área onde tudo que envolve os esportes são noticiados, alguns mais do que outros, como é o caso do futebol. De acordo com Nathália Ely da Silveira (2009), o futebol vende, e esse aspecto faz com que seus minutos na imprensa sejam maiores, assim como programas apenas para tratar sobre o assunto. Outro fator para essa vendagem é a cultura futebolística, bastante citada por Roberto DaMatta (1982), onde o futebol é parte do brasileiro desde o momento de seu nascimento.

Silveira (2009), define o jornalismo esportivo como superespecializado, porque cada modalidade possui seu vocabulário e regras completamente diferentes. O profissional da área tem que saber o que está comentando ou cobrindo, com todas suas características e especificidades, para que não seja necessário recorrer a especialistas da área. Muitas vezes, o jornalista deveria se superespecializar em mais de uma modalidade.

A realidade, contudo, é que especializações como essa não ocorrem constantemente. As redações estão cada vez mais reduzidas, e fica complicado o repórter se dedicar a esses conhecimentos, a própria empresa não tem interesse nessa especialização. A solução providencial é a utilização de ex-atletas que atuam como comentaristas. É necessário sim ser especialista, mas no sentido de quem estudou o assunto, acompanha-o e não como ser alguém aposentado ou em atividade na área, que não é jornalista. (SILVEIRA, 2009, p. 66).

O jornalismo especializado, área onde a editoria esportiva pode estar associada,

[...] compreende mais do que apenas a separação em editorias do jornal. Quando falamos em especialização, estamos nos referindo ao jornalismo que trabalha com um tema específico, voltado para um grupo menor, selecionado dentre a massa. Dessa forma, proporciona um atendimento mais personalizado. O público assim prefere, pois, dessa maneira, sabe que, a informação que ele deseja, ele sabe onde poderá encontrar. No jornalismo especializado, com veículos direcionados a um tipo específico de receptor, há mais espaço para informar, com mais detalhes sobre o tema em questão. (SILVEIRA, 2009, p. 84)

Os profissionais esportivos, geralmente possuem uma paixão pelo esporte e optam por seguir no meio, seja comentando, informando ou até mesmo pesquisando. A cobertura de um jogo ou evento é de imensa emoção para quem vive o esporte, mas tem de ser mensurada,

[...] o jornalista não é nem artista nem ilusionista, precisa se preocupar em jogar luz sobre os fatos, por mais que a cobertura esportiva seja contaminada, necessariamente, pela emoção que desperta. Entre a euforia e a depressão há um espaço enorme, exatamente o que permite o exercício do bom jornalismo. (KFOURI, 2004, p. 11)

Assim como nas outras editorias, o trabalho jornalístico no esporte deve ser feito com bastante rigor nas apurações, já que a paixão pelo time do coração ou modalidade e o ‘clubismo’ pode ser um dos motivos que leva o público a não gostar dos comentários feitos por jornalistas. Todos assistem o esporte, o que dá a eles a impressão de que sabem sobre o assunto e possuem o rigor de um especialista para comentar. A editoria é uma das únicas que trabalha com a paixão no seu estado mais puro, o que traz à tona a pressão em cima dos profissionais da área. (SILVEIRA, 2009).

Talvez não haja uma área do jornalismo tão sujeita a intempéries quanto a cobertura de esportes. O profissional enfrenta o preconceito dos próprios colegas, que consideram uma editoria menos importante, e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como ‘mero palpiteiro’. (COELHO, 2004, contracapa)

Entrevistas e grandes reportagens muitas vezes são feitas na área para contar a história de vida de algum atleta ou a emblemática campanha de um time. Durante grandes acontecimentos, como as Olimpíadas ou Copa do Mundo Fifa, “para se transmitir os jogos é necessário que a empresa de TV compre os direitos de transmissão.” (SILVEIRA, 2009, p.75). Com as imagens, uma equipe é formada e atua na cobertura de todos os detalhes.

O jornalismo esportivo possui um enorme apelo, o que faz com que as propagandas veiculadas durante os jogos e intervalos sejam milionárias.

As transmissões esportivas oferecem vantagens em termos de altas audiências para as empresas de telecomunicação, permitindo que as mesmas fechem contratos caros com patrocinadores e anunciantes”. (PROCHNIK, 2010, p. 2)

A área é tratada em diversos meios. O rádio é um dos principais meios de transmissão das partidas e eventos, devido sua instantaneidade. “A notícia pode ser dada quase que no momento do fato” (SILVEIRA, 2009 p.76), o que faz com que a emoção seja maior, visto que além do ao vivo, é necessário utilizar a imaginação para desdenhar os lances ocorridos.

As redes sociais e a *internet* chegaram e podem até competir com a rádio, visto que também possuem a rapidez, agilidade e opção de serem veiculados além dos textos, fotos, vídeos, áudios e “um novo modelo de informações, mais sucintas, ágeis, de hora em hora.” (SILVEIRA, 2009 p. 75). Além dos sites dos veículos, o *Twitter* é um meio onde perfis de clubes, veículos jornalísticos e até jornalistas publicam em tempo real o lance-a-lance dos jogos.

A TV aberta, que durante muitos anos foi o ‘carro chefe’ da editoria, vem perdendo espaço para as plataformas de *streaming*, visto que os campeonatos estão sendo transmitidos em canais fechados e as plataformas tendo direito de transmissão. O ser humano é bastante visual, então, ter a imagem de algo gera uma maior proximidade com aquilo que é transmitido.

Das características do jornalismo esportivo, estão a rapidez na informação de uma lesão de um jogador, furo de reportagem na contratação de um técnico, além de informações completamente específicas e necessárias para o público que acompanha assiduamente tal modalidade.

A área e o público que acompanha o esporte exigem do profissional anotações sobre a escalação do jogo, jogadores pendurados por cartões amarelos, mas também a necessidade de acompanhar a rotina dos campeonatos e entender um breve histórico sobre o atleta, competição, confronto entre os times e o esporte.

3.1 O INÍCIO DA EDITORIA NO BRASIL

Por mais que hoje o esporte alcance as capas de jornais, tenha grandes matérias e programas específicos, o início no Brasil foi bem diferente. Segundo Nathália Ely da Silveira (2009), os primeiros relatos da existência da área no país, foram em 1856, mas nada chegava nem perto do que possuímos hoje. O remo, que na época era um dos esportes mais populares, ainda não atingia as capas. Pela lógica, o futebol demoraria muito mais tempo, principalmente levando em consideração

[...] o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. [...] De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e, conseqüentemente, ler não constava de nenhuma lista de prioridades. E se o futebol – como os demais esportes – dela fizesse parte, seria necessário ao apaixonado ir ao estádio, isto é, ter menos dinheiro para comprar boas publicações sobre o assunto. (COELHO, 2004, p. 17)

De acordo com Ruy Castro (1992), a área não era considerada tão grandiosa como por exemplo o jornalismo policial. Os textos tinham uma escrita bastante rebuscada e séria, e as notícias eram negadas pelo público e até pelos próprios jornalistas, que acreditavam que não iria para frente. Um dos principais nomes da primeira mudança ocorrida na editoria, foi Mário Filho, que “transformou o futebol em algo para vender jornal” (CASTRO, 1992, p. 108).

O jornalista preocupou-se em mudar diversos aspectos dentro da área e é considerado por alguns escritores o inventor do jornalismo esportivo moderno.

Mário Filho aproximou o jornal e os torcedores, simplificando o nome dos clubes. Até então os jornais calçavam polainas quando se referiam, à inglesa, ao Club de Regatas Flamengo, ao Fluminense Football Club. O Bangu, que era um time de fábrica, era The Bangu Athletic Club. Mário Filho começou a chamá-los de Flamengo, Fluminense, Bangu, sem nove-horas, como os torcedores faziam na rua. [...] Simplificou tudo: o "aprazível 'field' da rua Álvaro Chaves" tornou-se "o campo do Fluminense" e pronto. Mais: humanizou os jogadores, perfilando-os, biografando-os na semana de uma partida importante. Perguntava pelas suas vidas particulares, fazia-os dizer coisas interessantes nas entrevistas. (CASTRO, 1992, p. 111)

Há ainda quem não identifique Mário Filho como o inventor do jornalismo esportivo. Mas tendo em vista a época moderna, essa atribuição é válida, visto que no Brasil foi ele quem criou um dos principais jornais especializados em futebol, o *Jornal dos Sports*, em 1931, além de ter feito com que o esporte ganhasse notoriedade e espaço nas páginas de impressos (CASTRO, 1992).

Mesmo com as mudanças propostas pelo jornalista e a criação do jornal, - que durou pouco tempo -, os gigantes do jornalismo cederam grandes espaços para a nova área após a seleção brasileira conquistar o primeiro título mundial, em 1958. A linguagem das crônicas ainda era bastante dramática, buscava o prestígio dos torcedores e o texto era “Impreciso, sem muito comprometimento com a realidade, com a objetividade e imparcialidade [...]” (SILVEIRA, 2009, p. 22 e 23).

Entre os anos 1970 e 1990 houve uma grande mudança e a editoria chegou o mais perto do que conhecemos hoje. Seu primeiro grande auge foi nessa época, onde os jornalistas já atuavam com a verdade e informações mais precisas, ao contrário do início. (SILVEIRA, 2009)

3.2 O JORNALISMO ESPORTIVO NA ATUALIDADE

Mesmo com o tamanho que o jornalismo esportivo se tornou e possui hoje, resquícios do seu início ainda estão presentes. O julgamento e a tratativa de ser uma área de fácil atuação segue viva, assim como a editoria de esporte como porta de entrada para alçar voos maiores.

Por que o esporte forma tanta gente para outras editorias? Porque escrever sobre esporte implica falar sobre a crise política ou econômica de um clube, contar o drama pessoal de um atleta, explicar a trajetória de um herói. No esporte, se faz matéria de Política, Economia, Variedades, todos os dias. (COELHO, 2004, p. 16)

O esporte tornou-se tão importante quanto a economia, política, saúde e ciência. Hoje, as capas dos jornais, matérias de destaques, além de meios superespecializados, abordam o esporte.

Com o avanço da *internet*, a instantaneidade é um fator que passou a se sobressair para além da rádio, pioneira nesse sentido. “Os portais eletrônicos são atualizados com novas notícias praticamente 24 horas por dia.” (FRANGE, 2016, p. 3). Novas formas de cobertura passaram a ser feitas, por exemplo o já citado lance-a-lance, no *twitter* dos clubes ou as *lives* realizadas com as torcidas nos pré e pós-jogos.

Além da oportunidade de o público interagir com o assunto, “a interatividade é uma particularidade da internet que foi se aprimorando a partir dos demais meios de comunicação de massa e se reespalhando para as mídias tradicionais” (LIMA, 2018, p. 14). Hoje, jornais de estúdio já possuem uma abertura maior com o público, que pode enviar sugestões e comentários.

Um fato abordado por Marcelo Frange (2016), é que os avanços tecnológicos trouxeram um ritmo maior para as redações que, agora, quase não possuem tempo ou profissionais exclusivos para grandes reportagens, que sempre foram bastantes comuns nas áreas. Dessa forma, a veiculação de *hard news*, que “são matérias que perdem seu valor rapidamente (FRANGE, 2016, p. 3), possui um grande espaço nos veículos.

As reportagens multimídias, apesar de terem perdido espaço, são um produto bastante utilizado em assuntos que necessitam de um aprofundamento maior, como é o caso do produto produzido. A reportagem “O outro lado das

torcidas organizadas” não possui informações factuais e que necessitam de rapidez na publicação, pois contém fatos que podem perdurar com o tempo e se manterem.

4 JORNALISMO DIGITAL

Como vimos anteriormente, o Jornalismo, que iniciou no impresso, se expandiu e hoje possui espaço não só neste veículo, mas também na TV, no rádio e uma ampla veiculação na internet, o local onde ocorrem os agendamentos. Uma notícia de um lado do mundo pode percorrer o continente de forma instantânea, e com o jornalismo esportivo não seria diferente. O lance a lance dos jogos, as notícias sobre competições, a informação sobre a contusão de um atleta, tudo isso ocorre da forma mais natural e rápida.

O âmbito do digital é uma vertente que, comparado a outros meios, ganhou força há poucos anos, visto que a internet é um fenômeno relativamente novo e

[...] com o avanço tecnológico dos dispositivos móveis, a facilidade de se registrar uma imagem ou um acontecimento, juntamente com as redes sociais para a divulgação, contribui para que qualquer indivíduo possa ser o comunicador de tal fato. Reportar um evento nunca esteve tão fácil, e isto influencia diretamente na atividade jornalística. Uma pessoa comum pode exercer o papel do jornalista mesmo que de forma amadora. Ou seja, a força de trabalho se tornou mesmo uma mercadoria. (FRANGE, 2015, p. 3)

Está cada vez mais comum e fácil de se observar, casos em que os veículos jornalísticos criam notícias em cima de imagens ou declarações enviadas por cidadãos comuns. A facilidade que o telespectador possui para se comunicar com as redações é cada vez maior e o espaço mais amplo. A sociedade tornou-se parte das produções, seja com seus comentários que muitas vezes avisam sobre possíveis erros, ou para envio de pautas, sugestões, fotos, comentários e críticas.

Patrícia Specht (2017), em análise ao jornal *'Extra'*, classificou os leitores em três. Leitor-protagonista é o principal da história, geralmente quando envia uma notícia na qual ele, seus familiares ou amigos são a história. Leitor-testemunha é quando ele vivencia o fato e se torna uma fonte ocular do momento. Por último o Leitor-alerta, já citado no parágrafo anterior. É ele quem informa sobre algum dado incorreto.

O trabalho jornalístico teve que se adaptar e entender o que o meio esperava dele, porque a internet se estende a além dos *sites*, *blogs* ou portais, ela é também as redes sociais. Esse espaço é ainda mais novo do que a *web*. Hoje, é possível ver a vida inteira de um indivíduo por meio do seu perfil em alguma plataforma, o que há alguns anos era quase que impossível de se pensar.

As matérias, notícias e profissionais tiveram que migrar para esses lugares, levando em consideração que é lá onde o público se encontra e busca por notícias a todo instante. O jornalismo vem tendo que se reinventar e, atualmente, podemos pensá-lo muito mais além do que quando chegou no digital. As oportunidades são as mais variadas e a notícia se estende a todos esses meios, como por exemplo no *Instagram*; *Facebook*; *Twitter* e até mesmo em aplicativos de dança, como o *Tik Tok*.

A instantaneidade do meio e o fator de não existir caracteres máximos para a escrita, faz com que a enxurrada de notícias seja bem maior no meio *online*, ou seja, tudo vira pauta, tornando o fluxo muito maior. Os desdobramentos dos fatos costumam vir de forma muito mais rápida, não é mais necessário esperar o jornal do dia seguinte. Mas assim como em outras empresas, o jornalismo tem a necessidade de vender seu conteúdo, o que gera uma busca incessante por cliques e cria uma certa espetacularização nas matérias (FRANGE, 2015).

O digital tem uma característica oriunda de por exemplo o jornalismo impresso, que é a venda de espaços publicitários para a manutenção e continuação do veículo. Alguns espaços são mais caros que os outros e esse produto, fruto do capitalismo, pode ser prejudicial ao valor jornalístico, já que

[...] algumas matérias são redigidas apenas por significar grande quantidade de cliques. Não importa se o conteúdo é apelativo, anti-ético ou é relacionado a vida particular de alguma celebridade, a nota é publicada com a intenção simplesmente de obter ganhos de audiência e, conseqüentemente, no futuro, maior poder de barganha. (FRANGE, 2015, p. 5)

Marcelo Frange (2015), cita que o futebol atrai dinheiro e é um objeto de consumo da sociedade do espetáculo. Essa afirmação entra em debate e se torna verdade a partir do momento que entendemos que o esporte mais popular do planeta é “[...] um autêntico esporte de massas” (DAMATTA, 1982, p. 15), que atrai multidões e, no digital, é consumido pelo público a todo o instante. Seja numa grande reportagem contando a vida e carreira de um jogador ou até mesmo de um simples treino. O público - fiel -, deixa as notícias em evidência, o que também conflita e apoia com a ideia de enxurrada de matérias.

4.1 REPORTAGEM MULTIMÍDIA

A reportagem multimídia é fruto do digital e se explica como a junção de diversos formatos que resultam em um só produto. Áudio, vídeo, imagem, texto, infográficos são alguns dos formatos que podem ser usados nessas produções. Nesta forma de narrativa existe a possibilidade de abordar um tema de diversas maneiras e trazer várias faces para o mesmo assunto, devido ao encontro dos meios.

Podemos definir reportagem multimídia tudo aquilo que possui “multimedialidade, interatividade, conexão e convergência de linguagens próprias da linguagem hipermídia e do ambiente digital e online de informação” (LONGHI, 2014, p. 900 e 901). Sendo que para a autora Raquel Longhi (2014), esse formato de produção, que teve início nos anos 2000, pode ser dividida em três fases distintas mas que acarretaram no seu desenvolvimento, que são: o *slideshow*²⁰, que teve início nos anos 2000; os especiais multimídias, que perduraram entre 2002 e 2011 e a grande reportagem multimídia, que está em de 2012 até os dias atuais.

O avanço da internet e do jornalismo digital fez com que novas técnicas e ferramentas fossem criadas e ganhassem espaço. Na produção de reportagens não é diferente. Os meios se modernizaram e os que usam dele para criação de produtos tiveram que seguir a mesma lógica e mudarem seus padrões de criação. Hoje, é possível escrever uma matéria e utilizar os mais diversos métodos.

Essa forma de narrativa possui um papel extremamente importante no jornalismo e encontra-se num patamar que se “estabelecem modos de fazer no que se configura como grande reportagem multimídia, onde características como design, narrativa e navegação se destacam, conferindo qualidade crescente a tais produtos” (LONGHI, 2014, p. 900).

Para a construção da reportagem multimídia “O outro lado das torcidas organizadas”, diversas reportagens foram consultadas, com a finalidade de servirem de inspiração na divisão na página, ferramentas utilizadas, tipografia escolhida, formato de gravações, cores e outros atributos. A reportagem “‘Intrusas’ do

²⁰ *Slideshow*: Formato bastante utilizado para apresentações de textos, imagens e documentos de outros formatos, que tem por objetivo ser projetada.

gramado”²¹ foi a principal no quesito temas, já que sua divisão se dá de acordo com o assunto, além da mudança na cor de fundo dos textos e até na edição dos vídeos.

²¹ “Intrusas” do gramado - UOL Esportes. Disponível em: <https://www.uol/esporte/especiais/mulheres-e-o-jornalismo-esportivo-na-tv.htm#as-ofensas-anonimas-ou-nao-nas-redes-sociais-sao-ainda-piores>

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O presente projeto foi a realização de uma reportagem multimídia, onde contou, por meio de histórias de membros das três principais torcidas organizadas do Paraná, todas as vertentes que regem esse meio. Patrimônio; bateria; ideologia; viagens; sede; música; comandos; membros; ações sociais e hierarquia são alguns dos temas que foram abordados e explicados.

Nos próximos parágrafos serão exemplificados e expostos às técnicas jornalísticas utilizadas para a elaboração da reportagem, além de relatar como o trabalho e as fases foram desenvolvidas.

5.1 PRÉ PRODUÇÃO

Para o projeto ser realizado de forma consistente e ampla, foram feitas pesquisas bibliográficas e documentais. O objetivo das pesquisas é trazer um fundamental teórico que consiga sustentar o projeto, além de entender sobre o que se está estudando: as torcidas. Em primeiro momento, o produto foi iniciado com uma leitura dos materiais selecionados, mas se dá a importância de frisar que a busca por novos conteúdos se estendeu até a conclusão da reportagem multimídia.

A pesquisa bibliográfica do projeto se deu na leitura de livros, artigos, e outros materiais escritos e publicados. Para Ida Stumpf (2004), pesquisa bibliográfica é, de forma ampliada,

o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias idéias e opiniões. (STUMPF, 2004, p. 51)

A análise dos conteúdos trazidos até então, só puderam ser feitas por meio dos fichamentos realizados nos documentos oriundos das pesquisas bibliográficas. Todo o material coletado e lido foi de extrema importância para compor o fundamental teórico do presente projeto e para iniciar o entendimento do que se foi escrito até o momento.

Nesta fase, foram pesquisados livros, artigos e outros documentos bibliográficos que abordam os temas que ampara o produto. Os autores, grande

parte indicados como bibliografia pela orientadora do projeto, foram lidos, sempre buscando itens que os ligassem ao tema trabalhado.

Já na pesquisa documental, verificou-se que sua utilização seja mais necessária para a construção da reportagem multimídia, do que a escrita do documento, pois

o recurso da análise documental costuma ser utilizado no resgate da história de meios de comunicação, personagens ou períodos. As fontes mais comuns são os acervos de impressos (jornais, revistas, catálogos, almanaques). Mas também serve como expediente a consulta a documentos oficiais, técnicos ou pessoais (arquivos particulares reunindo originais,) sendo esta última categoria mais rara e realizada apenas quando o acesso é permitido ao pesquisador. (MOREIRA, 2011, p. 269)

Documentos, imagens, relatos, páginas e outros itens foram procurados e posteriormente analisados. Suas buscas se deram por meio de pesquisas páginas em redes sociais, conversas com membros e leitura de sites e fóruns criados pelas torcidas e torcedores.

A última etapa da pré-produção foi a busca por personagens e imagens que, futuramente pudessem ser utilizadas e que conseguissem ilustrar os relatos. Os sites das organizações e acervos pessoais, ou até mesmo públicos (perfis em redes sociais, *blogs* ou *sites*) foram verificados.

5.1.1 Pauta

A pauta é um conjunto de informações que definem o que a matéria, reportagem ou qualquer outro produto jornalístico terá como tema. É ela que traz mais informações sobre o tema e tudo que o jornalista precisa saber para produzir o material.

Nilson Lage (2001), pontua que a pauta foi inserida no meio jornalístico junto com novas técnicas de redação em meados de 1970, e possui dois significados distintos.

a) o planejamento de uma edição ou parte da edição (nas redações estruturadas por editorias - de cidade, política, política, economia etc.), com a listagem dos fatos a serem cobertos no noticiário e dos assuntos a serem abordados em reportagens, além de eventuais indicações logísticas e técnicas: ângulo de interesse, dimensão pretendida da matéria, recursos disponíveis para o trabalho, sugestões de fontes etc. b) cada um dos itens desse planejamento, quando atribuído a um repórter. Ele dirá: "a minha

pauta", quer a tenha recebido como tarefa, quer a tenha proposto (o que é comum, particularmente com *free lancers*). (LAGE, 200, p. 15)

A pauta muitas vezes é entregue ao repórter com as devidas informações citadas por Lage (2001), mas ao decorrer da gravação, o profissional - que está em campo -, pode ter o faro e olhar jornalística para alterá-la ou seguir por outros caminhos, visto que as informações pessoalmente são entendidas e vistas por outro viés. Dessa forma, o responsável pela gravação da matéria e dar entrevistas possui uma grande importância e pode oferecer boas contribuições para o desenrolar da reportagem.

A pauta da presente reportagem é, falar sobre as três principais torcidas organizadas de Curitiba, mas pelo viés de quem vive e faz a torcida, os próprios membros. Diretores, coordenadores, presidência e demais membros das torcidas foram entrevistados, a fim de explicarem como funcionam as áreas das torcidas e apresentar, para a sociedade, um outro lado das torcidas, o qual não é conhecido.

5.1.2 Apuração

A apuração dos materiais é um dos momentos de extrema importância na realização de uma matéria jornalística. Os lugares onde o jornalista buscará as informações, conhecerá as fontes e usará como pesquisa, irá influenciar diretamente todo o resto. Muitas vezes, algumas faces da história podem não ser contadas ou até mesmo conhecidas pela forma de que se chegou até o objeto de pesquisa e fontes escolhidas.

Para Anabela Gradim (2000), a realização e escolha dos materiais que serão utilizados na composição de um produto jornalístico é

[...] um passo fundamental para a elaboração de qualquer notícia. Por mais talento e prática de escrita que o jornalista tenha, se falhou a recolha de dados coloca em perigo todo o trabalho, simplesmente porque sem informação cuidadosa e sistematicamente recolhida não possui matéria prima para trabalhar. (GRADIM, 2000, p. 122)

Os meios de apuração e buscas no projeto foram feitos de acordo com que se ia adentrando dentro da história das torcidas e do jornalismo esportivo. Cada vez que um novo caminho era traçado, um novo assunto surgiu, juntamente com novas fontes, que, antes, não se tinha ideia da necessidade para a reportagem.

A apuração foi feita de algumas maneiras, principalmente visita as sedes e eventos das torcidas. Conhecer esses lugares foi essencial para a construção do produto, visto que, cada membro conhecido, possuía outros para indicar e que contribuíram para a reportagem. Explorar os lugares onde as torcidas se desenvolvem e tomam as principais decisões, foi importante para se familiarizar.

5.1.3 Entrevista

Retornando ao tema cultura, abordado na introdução deste projeto. Tudo que existe se resume a alguma cultura. E se existe e possui adeptos, deve ter atenção. Neste presente momento, os entrevistados da reportagem multimídia são quem contarão as histórias e farão com que cada vertente ganhe seu próprio rosto e importância. De acordo com Maluly (2008), as entrevistas

servem para buscar informações complementares ao fato, justificar os dados e humanizar a matéria. Os entrevistados são as personagens da narrativa, porque os fatos estão condicionados à participação deles no desenrolar da história. Sem eles, a reportagem perde o teor jornalístico. Os entrevistados são escolhidos conforme o grau de envolvimento com o acontecimento. (MALULY, 2008, p. 92)

A escolha dos entrevistados é um momento de bastante cuidado e rigor jornalístico. É nesse momento que o profissional tem que observar a história de fora e entender quais personagens são essenciais para a história ser contada. Ao mesmo tempo, é necessário prestar atenção aos detalhes para que os relatos escolhidos não tornem a notícia tendenciosa.

Trazer profissionais de outras áreas para explicarem o tema ou momento noticiado também possui sua importância. O olhar jornalístico novamente precisa entrar em ação para identificar possíveis necessidades de fonte, muitas vezes especialista.

O trabalho de achar possíveis fontes, pode muitas vezes ser bastante cansativo, visto que alguns mudaram de cidade, trocaram os meios de contato ou simplesmente podem não estar disponíveis.

Após a consulta e análise de personagens a serem entrevistados, é momento de se pensar no roteiro que a conversa seguirá. O repórter deve ter em mente o histórico e outras informações sobre sua fonte, para que consiga possíveis desdobramentos e dar sequência a entrevista. É nesse momento que o olhar

jornalístico -mais do que nunca-, não pode falhar. Muitas dúvidas podem não ser persistentes em determinados momentos, além de questões essenciais ficarem em aberto.

No jornalismo esportivo, muitas são as possibilidades de pessoas a serem entrevistadas. Para Maluly (2008), os principais personagens a serem questionados em uma competição são os atletas, mas também comissão técnica, dirigentes, árbitros, especialistas e até mesmo torcedores.

Estar no lugar, conversar com todo e qualquer tipo de pessoa que esteja no local e seja testemunha ocular da competição, acidente, evento culturais, entre outros, é uma ótima opção. As conversas paralelas possuem o poder de fazer com que novas pautas e grandes reportagens nasçam.

Para o projeto desenvolvido se fez necessária e essencial a presença de entrevistas. As fontes foram escolhidas de acordo com suas vivências, histórias e importância para a história das Torcidas Organizadas. Cada membro possui um momento ou função que, de alguma forma, agrega a história de sua torcida e sua própria história como ser. Por muitas vezes, temos a sensação de que tal tema não é importante para nós, mas apenas porque não o conhecemos o suficiente, ou não temos algo que nos aproxima daquilo.

As entrevistas são uma forma de contar como todos esses assuntos caminham no dia-a-dia e fazem parte do pertencimento e história das organizações. O meio em que as entrevistas serão apresentadas ao leitor irá depender de algumas características, como por exemplo a disponibilidade do entrevistado. Entende-se que nem todos conseguem se expor a uma câmera, além de que algumas histórias não precisam necessariamente dessa imagem ou áudio. Uma frase que conte sobre o assunto pode ser bastante útil para dar sentido ao tema e exemplificá-los para quem vive fora deste mundo.

Na reportagem, foram entrevistados 14 torcedores, sendo cinco da IAV, cinco da TFI e quatro da TOF. Na IAV, foram entrevistados o vice-presidente, mas que atualmente exerce o papel de presidente, Rafael Severino; diretor de bateria, Daniel Chiampi; Matheus Iancoski, diretor de material, Maína Carvalho, primeira mulher velha-guarda da torcida e Cleiton Cartes, diretor de aliadas.

Na TFI, os entrevistados foram o presidente Ewerton Blitzkow; o vice-presidente Thiago Rodrigues; a diretora de ações sociais, Karina Bertini; o

presidente de um comando, Marcelo Souza e um integrante da torcida, Antônio Anderson Fernandes.

A TOF contou com o diretor de comunicações, Anderson Mateus; integrante da bateria Bruna Lack; responsável pela bateria Fabiano Machado e o diretor da Velha Guarda, Silmar Zancan.

A autora chegou as fontes, em sua grande maioria, por meio das sedes de suas próprias torcidas. Os presentes nos locais indicaram entrevistados que fossem responsáveis por determinadas áreas e após uma breve conversa, as entrevistas foram agendadas ou realizadas no momento. Duas fontes foram encontradas por meio de redes sociais, em postagens das próprias torcidas ou marcações.

5.1.4 Narrativa

De acordo com Bruno Bernardo de Araújo (2009), por muitos anos a narrativa era resumida apenas ao gênero literário, mas foi na segunda metade do século XX que isso começou a mudar e o pressuposto passou a ser utilizado em outros meios, inclusive no jornalismo.

No âmbito da notícia, a narrativa se dá pela forma que as histórias são contadas e o assunto noticiado. As entrevistas, pesquisas, imagens, áudios e vídeos também fazem parte da construção narrativa e rumo na qual o texto ou material audiovisual se desdobra, isso porque “o trabalho dos jornalistas gira em torno da produção de narrativas, tendo a realidade factual como grande referente” (ARAÚJO, 2009, p. 5).

A necessidade de o jornalista ter visões diferentes sobre o assunto sobressai na narrativa, que tem que ser entendida como algo ‘ímpar’ e ‘singular’, de forma com que complemente o entendimento da notícia. Essa narrativa é de grande importância para uma reportagem, pois

embora todas as narrativas tenham efeitos sobre o público, as jornalísticas possuem uma responsabilidade com o real, que deve ser respeitada, sob pena de poderem causar graves alterações no espaço público. Nessa medida, considera-se que as narrativas mediáticas apresentam visões construídas dos acontecimentos, formatando imagens, que funcionam como óculos, a partir dos quais, lemos os fenômenos sociais do nosso cotidiano. (ARAÚJO, 2009, p. 7)

Dentro da narrativa do jornalismo, conseguimos ainda a dividir e separá-la. De acordo com Canavilhas (2014), no âmbito do digital podemos encontrar algumas características que as diferenciam de outros meios, como por exemplo a hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

No projeto e em primeiro momento, a história das principais torcidas organizadas foi contada de forma sucinta, seguida de temas que fazem parte desse mundo. A narrativa foi construída fazendo com que uma história busque complementar a outra. Alguns relatos podem se cruzar e serem bastantes parecidos, esse feito é mais um fenômeno da cultura.

Das características de narrativas geralmente utilizadas no jornalismo digital, foram utilizadas a multimidialidade, que será o encontro dos meios (texto, vídeo, foto e áudio), citado há alguns parágrafos. A interatividade, com a conjunção entre uma entrevista e a outra, que tem como resultado a exposição sobre determinado tema.

5.2 PRODUÇÃO

Foram realizadas pesquisas bibliográficas e algumas documentais, devidamente explicadas nos parágrafos acima. Nesta etapa foram consultados artigos, livros, *sites* e pesquisas acadêmicas, a fim de realizar o fichamento, - ação essa que foi feita do início da pesquisa até seu fim, pois novos assuntos surgiram e com eles a necessidade de ler e conhecer sobre os mesmos.

As fontes, já citadas, foram definidas de acordo com vivências, conversas com outros membros de torcidas e pesquisas em postagens já existentes e até mesmo citações realizadas em redes sociais. A reportagem trouxe responsáveis pelo material das torcidas, integrantes, presidentes e vices e outros personagens que aceitaram expor suas vivências na torcida.

A construção da narrativa não segue necessariamente uma ordem, ou formato cronológico, mas sim uma lógica de apresentação de temas, em virtude de que para o entendimento de alguns temas, era necessário a concepção de outros, trazidos anteriormente.

Quanto à parte prática, a plataforma de locação do produto é o *Google Sites*, em função das suas funcionalidades para a construção de textos e distribuição de

vídeos, áudios e imagens, que são utilizados para disponibilizar a reportagem multimídia com uma fácil visualização, tanto no *mobile* quanto no computador. Além de todas as características já citadas, a plataforma possui facilidade de uso e apresentou um bom desempenho nos testes feitos posteriormente.

O aplicativo *SoundCloud* foi utilizado para a criação de uma *playlist* de cada torcida, com suas principais músicas. O processo consistiu em selecionar vídeos publicados pela própria torcida e extrair seus áudios, para posteriormente serem subidos no aplicativo.

Em relação a utilização de equipamentos e ferramentas, para as gravações foi utilizada uma câmera gravadora, além do uso de lapelas para a captação de áudio, câmera fotográfica e gravador. Na parte de edição, três aplicativos da Adobe foram utilizados, O *Premiere Rush* foi utilizado para os vídeos, *Lightroom* para fotos e *Audition* para áudios. A postagem dos materiais de imagem foi feita no *YouTube*, que é uma plataforma criada em 2005, onde aloca vídeos.

Durante a produção, foram realizadas visitas às sedes de cada torcida, um evento de dia das crianças e ida no Estádio Couto Pereira, para acompanhar o material. A experiência trouxe uma visão mais ampla sobre cada espaço e cultura. A realização de fotos e gravação de entrevistas foram feitas nesses locais.

5.2.1 A reportagem

A seguir, é possível conferir imagens de algumas partes da reportagem, a fim de entender suas divisões e ferramentas utilizadas dentro de sua construção.

Figura 7 – Capa da reportagem



Fonte: A autora

Figura 8 - Subtítulo da reportagem



Fonte: Reprodução Paraná Clube

Figura 9 – Vídeo e legenda



O presidente da Fúria, e que estava com Mauro Urbim no momento do ocorrido cita ainda outros momentos de despreparo da polícia em cobertura de eventos esportivos. Um exemplo é o abuso de poder durante as famosas caminhadas até os estádios vizinhos, ou ainda a falta de escolta nesses eventos, necessária para realizar a segurança dos torcedores e pessoas comuns que estão nas ruas.

Fonte: A autora

Figura 10 - Áudio



Fonte: A autora

Figura 11 – Mapa interativo de caravanas



Fonte: A autora

Figura 12 – Galeria de fotos das torcidas



Fonte: A autora

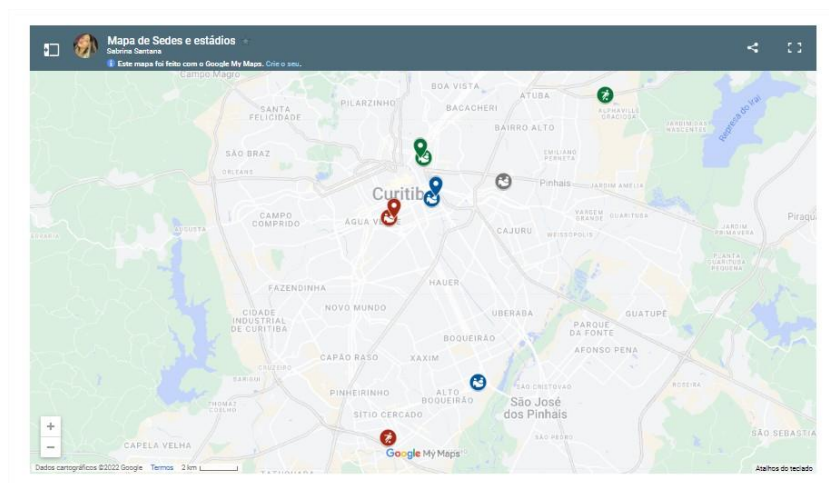
Figura 123 – Botão que direciona a outra página da reportagem

Ficou interessado em saber mais sobre o que é "pista" ou outras palavras utilizadas pelos torcedores? Confere a seleção do dicionário.

Dicionário de Torcida Organizada

Fonte: A autora

Figura 14 – Mapa interativo com localizações



Fonte: A autora

Figura 15 – Playlist das torcidas



Fonte: A autora

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O atual projeto pretendia trazer relatos de torcedores organizados das três principais torcidas organizadas de Curitiba (PR), consideradas do primeiro escalão, e que possuem relevância no cenário nacional, que são: Fúria Independente, Império Alviverde e Torcida Os Fanáticos.

Essas organizações deram seus primeiros passos no Brasil nos anos 40, com o nascimento das torcidas uniformizadas (SEVCENKO, 1994; TOLEDO, 1996), e se fortaleceram com a criação das organizadas após 1970, durante o regime militar. Na capital paranaense, a primeira a nascer foi a IAV, em 2 de outubro de 1977, 22 dias depois nascia a TOF. A TFI surgiu alguns anos depois, em 29 de setembro de 1993.

Com a ascensão dessas agremiações, um tema sempre se sobressai em relação a elas, que é a violência. Podemos dizer que esses atos são mais comentados e abordados do que o motivo principal para sua existência: os clubes de futebol. O objetivo principal do projeto foi o de construir, por meios de narrativas e técnicas jornalísticas, uma reportagem multimídia, que aborda o outro lado das torcidas, contado pelos próprios membros.

Todo o processo de produção do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), foi extremamente necessário, uma vez que diversas técnicas aprendidas durante a faculdade, puderam ser colocadas em prática durante o processo. Conhecer novas histórias e assuntos, de diferentes viés, foi bastante enriquecedor.

O tema torcidas organizadas é alocado dentro do jornalismo esportivo e, a reportagem pôde contribuir a quem se interesse pelo assunto e queira conhecê-lo por uma visão oriunda da tradicional. A composição da reportagem foi estruturada de acordo com os relatos de torcedores organizados, mostrando novos assuntos e diferentes temas já abordados ou conhecidos acerca do assunto.

Na concepção da autora, os objetivos principais foram atingidos. O produto criado mostrou uma face que, por muitas vezes não é divulgada, além de difundir essas informações para quem não conhece o assunto ou as organizações. As entrevistas, técnicas, edições e narrativas aprendidas e utilizadas puderam contribuir, com uma ampla importância para a construção da reportagem.

REFERÊNCIAS

- ALVIVERDE, Império. **História**. Disponível em: <<https://www.imperioalviverde.com.br/historia.html>>. Acesso em: 3 de agosto de 2022.
- ARAÚJO, Bruno Bernardo de. **A narrativa jornalística e a construção do real**. BOCC. São Paulo. 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/araujo-bruno-a-narrativa-jornalistica-construcao-real.pdf>>. Acesso em 01 de agosto de 2022.
- BANDEIRA, Gustavo Andrada. **Emoções masculinas nos estádios de futebol**. Fazendo Gênero 9 Diásporas, Diversidades, Deslocamentos. Santa Catarina. 2010. Disponível em: <http://www.fg2010.www2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1277818943_ARQUIVO_Emocoemasculinasnosestadiosdefutebol-texto.pdf>. Acesso em 29 de outubro de 2022.
- CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: Livros LabCom, 2014, 189p. Disponível em: <<https://labcom.ubi.pt/livro/121>>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
- CASTRO, Ruy. **O anjo pornográfico: a vida de Nelson Rodrigues**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. Disponível em: <<https://doceru.com/doc/e0nxsx>>. Acesso em 26 de julho de 2022.
- CAVALCANTI, Ewerton Albuquerque; SOUZA, Juliano de; CAPRARO, André Mendes. O fenômeno das torcidas organizadas de futebol no Brasil - Elementos teóricos e bibliográficos. **Revista da ALESDE**, Curitiba, v. 3, n. 1, abril 2013, p. 39-51. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/alesde/article/download/29671/20870>>. Acesso em 13 de novembro de 2022.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. 1ª edição. São Paulo: Contexto, 2003.
- DAMATTA, Roberto e outros. **Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982. Disponível em: <<https://ia800602.us.archive.org/0/items/UniversoDoFutebolRobertoDaMatta/Universo%20do%20Futebol%20-%20Roberto%20DaMatta.pdf>>. Acesso em 3 de maio de 2022.
- ELIOT, Thomas. **Notas para uma definição de cultura**. 1ª edição, São Paulo: Perspectiva, 1988. Disponível em: <https://www.academia.edu/13570491/T_S_ELIOTT_NOTAS_PARA_UMA_DEFINI%C3%87%C3%83O_DE_CULTURA>. Acesso em 25 de abril de 2022.
- FANÁTICOS, Os. **Desde 1977**. Disponível em: <<https://www.osfanaticos.com.br/sobre>> Acesso em: 3 de agosto de 2022.
- FERREIRA, Fernanda Vasques; DOMINGOS, Kelly. **Imprensa esportiva e o agendamento do futebol local no Globo Esporte DF: A Tímida Participação dos clubes do Distrito Federal**. Pauta Geral - Estudos em Jornalismo, v. 4, n. 1, p. 105-115, 2017. Disponível em: <<https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/8974>>. Acesso em: 25 de outubro de 2022.

FRANGE, Marcelo Bechara S. N. **O Espetáculo do Futebol no Jornalismo Esportivo na Internet**. Intercom. São Paulo, 2015. 14p. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2035-1.pdf>>. Acesso em 2 de agosto de 2022.

GRANDIN, Anabela. **Manual de jornalismo**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2000. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/712/1/20110826-gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf>. Acesso em 5 de agosto de 2022.

INDEPENDENTE, Furia. **HISTÓRIA**. Disponível em: <<https://furiapr.com.br/a-torcida>>. Acesso em 3 de agosto de 2022.

KFOURI, Juca. Entre torcer e distorcer. *In*: SOCIAL, Rio de Janeiro (Cidade). Secretaria Especial de Comunicação. **Jornalismo Esportivo: os craques da emoção**. Caderno da Comunicação - Série Estudos, v 11. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, 2004. p 9-11. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/7803777-Jornalismo-esportivo.html>>. Acesso em 25 de julho de 2022.

LADEIRA, Flávia Toledo. **A criminalização das torcidas organizadas de futebol**. 120 p. (Dissertação em Ciências Sociais). Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF, Juiz de Fora: 2009. Disponível em: <<http://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/2783/1/flaviatoledoladeira.pdf>>. Acesso em 14 de novembro de 2022.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística. 12ª edição, Rio de Janeiro: Record, 2001. Disponível em: <<http://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/Teterep-1.pdf>>. Acesso em 7 de agosto de 2022.

LIMA, Gabriel Augusto Goulart. **Webjornalismo no YouTube e a cultura da convergência**: Transformações no conteúdo de na prática profissional. Relatório final de pesquisa de Iniciação Científica apresentado à Assessoria de Pós-Graduação e Pesquisa. Brasília. 2018. Disponível em: <<https://www.publicacoes.uniceub.br/pic/article/view/5822/4084>>. Acesso em 28 de outubro de 2022.

LONGHI, Raquel Ritter. O turning point da grande reportagem multimídia. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, set-dez 2014. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/18660/12569>>. Acesso em 4 de agosto de 2022.

MALFITANI, Chico. **‘Nós nascemos para combater um ditador’, diz fundador da Gaviões da Fiel**. UOL, São Paulo, 2020. Entrevista concedida ao Setor 1. Disponível em: <<https://setor1.band.uol.com.br/nos-nascemos-para-combater-um-ditador-diz-fundador-da-gavioes-da-fiel/>>. Acesso em: 5 de novembro de 2022.

MALULY, Luciano Victor Barros. **A Tática e a Técnica da Reportagem Esportiva no Brasil**. Intercom. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/17556934550646617667054918905835569637.pdf>>. Acesso em 02 de agosto de 2022.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e técnica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São

Paulo: Atlas, 2011. p. 269-279. Disponível em: <<https://doceru.com/doc/c0xs5xn>>. Acesso em: 3 de agosto de 2022.

MORGADO, Ana Cristina. **As múltiplas concepções da cultura**. Múltiplos Olhares em Ciência da Informação, v. 4, n.1, mar. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/download/16983/13747/48090#:~:text=S egundo%20Geertz%2C%20a%20cultura%20%C3%A9,produ%C3%A7%C3%A3o%20de %20sentidos%20e%20significados>>. Acesso em 29 de julho de 2022.

PROCHNIK, Luisa. **O Futebol na Telinha: A Relação Entre o Esporte Mais Popular do Brasil e a Mídia**. Intercom. Rio de Janeiro, 2010. 15p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-1397-1.pdf>>. Acesso em 26 de outubro de 2022.

SEVCENKO, Nicolau. **Futebol, Metrópole e Desastinos**. Revista USP. São Paulo, 22, 1994. p. 30-37. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26956/28734>>. Acesso em 12 de abril de 2022.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo Esportivo: Conceitos e práticas**. 92p. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/22683>>. Acesso em 27 de julho de 2022.

SPETCH, Patrícia Pivoto. O WhatsApp aliado da notícia no jornal brasileiro Extra. **Revista Famecos**, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://www.academia.edu/38386122/O_WhatsApp_aliado_da_not%C3%ADcia_no_jornal_brasileiro_Extra_pdf>. Acesso em 6 de agosto de 2022.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: SOCIAL, Rio de Janeiro (Cidade). Secretaria Especial de Comunicação. **Jornalismo Esportivo: os craques da emoção**. Caderno da Comunicação - Série Estudos, v 11. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, 2004. p 51-61. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/7803777-Jornalismo-esportivo.html>>. Acesso em 25 de julho de 2022.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Torcidas Organizadas de futebol: lazer e estilo de vida na metrópole**. 1996. 263 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996. Disponível em: <<https://ludopedio.org.br/biblioteca/torcidas-organizadas-de-futebol-dissertacao/>>. Acesso em 12 de abril de 2022.

TORO, Camilo Aguilero. **Quando o espectador vira espetáculo: o futebol como campo de lutas simbólicas**. 2011. Nexus, n. 5, 2011. Disponível em: <<https://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/846/0>>. Acesso em 1 de novembro de 2022.

ANEXOS



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu Karina Bertini,
portador do RG número 9.309.613-4, autorizo o uso da minha imagem
e/ou áudio para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo,
concedidas para a estudante SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA, em
seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo no Centro Universitário
Internacional Uninter.

Curitiba, 7 de novembro de 2022.

Karina Bertini

Assinatura



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu Daniel Chiampi,
portador do RG número 10.064.579-3, autorizo o uso da minha imagem
e/ou áudio para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo,
concedidas para a estudante SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA, em
seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo no Centro Universitário
Internacional Uninter.

Curitiba, 7 de novembro de 2022.

A handwritten signature in black ink, appearing to be "D. Chiampi", written over a horizontal line.

Assinatura



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu Maina Xavier da Silva Cardoso,
portador do RG número 10.585.538-9, autorizo o uso da minha imagem
e/ou áudio para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo,
concedidas para a estudante SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA, em
seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo no Centro Universitário
Internacional Uninter.

Curitiba, 7 de novembro de 2022.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Maina Xavier", written over a horizontal line.

Assinatura



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

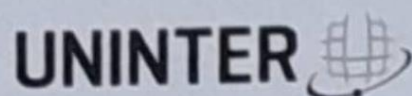
Pela presente declaração, eu RAFAEL DE OLIVEIRA,
portador do RG número 10045892-2, autorizo o uso da minha imagem
e/ou áudio para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo,
concedidas para a estudante SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA, em
seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo no Centro Universitário
Internacional Uninter.

Curitiba, 7 de novembro de 2022.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Rafael de Oliveira", written over a horizontal line.

Assinatura

A small, stylized handwritten mark or signature in blue ink, located below the word "Assinatura".



AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Pela presente declaração, eu Anderson Felipe Motus, portador do RG número 9.329.621-7, autorizo o uso da minha imagem e/ou áudio para o uso exclusivamente em fins acadêmicos na área do jornalismo, concedidas para a estudante SABRINA FERNANDES DANTAS DE SANTANA, em seu Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo no Centro Universitário Internacional Uninter.

Curitiba, 7 de novembro de 2022.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Anderson Felipe Motus", written over a horizontal line.

Assinatura