

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

RAUL CRUZ FERREIRA

**TEM BOLA NA TUBA: PROJETO MULTIPLATAFORMA VOLTADO PARA O
FUTEBOL ALTERNATIVO**

CURITIBA
2019

RAUL CRUZ FERREIRA

**TEM BOLA NA TUBA: PROJETO MULTIPLATAFORMA VOLTADO PARA O
FUTEBOL ALTERNATIVO**

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

Orientador(a): Prof.^a Dra. Karine Moura Vieira

CURITIBA
2019

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a produção de um canal multiplataforma voltado para temas ligados ao futebol com pouco espaço na imprensa tradicional. O canal busca trazer um diferencial em relação àqueles que já existem, mas também se integrar com quem está ligado a esses outros canais. Trata-se, na verdade, da ampliação do projeto “Tem Bola na Tuba” com a produção de uma série de dois documentários sobre a quarta divisão do futebol brasileiro. Na parte teórica, foram consultadas obras de alguns dos principais autores que tratam dos temas vinculados ao conteúdo, tais como: COELHO, 2003; FERRARI, 2006; TRAQUINA, 2008. Para produção do conteúdo, os dados foram obtidos em pesquisa bibliográfica e entrevistas com pessoas ligadas à imprensa alternativa. O resultado foi um trabalho marcado pela simplicidade, irreverência e emoção contidas em textos e falas, sempre de fácil compreensão que são elementos comuns na imprensa esportiva.

PALAVRAS-CHAVE: Multiplataforma; Futebol; jornalismo esportivo.

ABSTRACT

This work aims to produce a multiplatform channel focused on themes with little space in the media related to football. The channel seeks to bring a differential in relation to those that already exist, but also to integrate with who is connected to these other channels. This is, in fact, the extension of a project already existing some years ago and already used in previous periods of the course. In the theoretical part, the works of some of the main authors dealing with themes related to content were consulted, such as: COELHO, 2003; FERRARI, 2006; TRAQUINA, 2008. For the production of the content, the data were obtained in research on the Internet and contacts with people linked to the alternative media. The result was a work marked by simplicity, irreverence and emotion contained in texts and speeches, always easy to understand. These are common elements in sports media, but applied in an unprecedented way. It has also been concluded that the subjects discussed are a taboo to be broken in the academic world.

KEYWORDS: Multiplatform; Football; Alternative media.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 7

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 10

2.1 O QUE É JORNALISMO E QUAL SEU PAPEL 10

2.1.1 O JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO 10

2.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO 11

2.2.1 JORNALISMO ESPORTIVO 12

2.2.2 O JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL 13

2.2.3 RADIOJORNALISMO ESPORTIVO 14

2.3 JORNALISMO DIGITAL 15

2.3.1 A TEORIA DA CONVERGÊNCIA 15

2.3.2 O JORNALISMO E AS NOVIDADES DA ERA DIGITAL 16

2.3.3 CIBERJORNALISMO 16

2.3.4 O JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS 18

2.3.5 RÁDIO E RADIOJORNALISMO VIA INTERNET 19

2.3.6 ENTREVISTA RADIOFÔNICA 19

3 METODOLOGIA 22

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO 24

4.1 A PÁGINA “TEM BOLA NA TUBA” NO FACEBOOK 24

4.1.1 OS CLASSIFICADOS PARA A SÉRIE D DE 2020 27

4.2 O BLOG “TEM BOLA NA TUBA” 28

4.2.1 A SÉRIE “COPA DO BRASIL: APROVEITANDO A DEIXA” 29

4.3 RADIODOCUMENTÁRIO: A HISTÓRIA DA SÉRIE D 30

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 32

REFERÊNCIAS 33

APÊNDICES 36

LISTA DE LINKS

Link Blog Tem Bola na Tuba: <http://tembolanatuba.blogspot.com>>

Link fanpage Tem Bola na Tuba: <http://www.facebook.com/tembolanatuba>>

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste no desenvolvimento do Tem Bola na Tuba, um canal multimídia e multiplataforma voltado para temas ligados ao futebol profissional com pouco ou nenhum espaço na mídia de forma geral. Não há dúvidas de que o futebol é o esporte mais popular do mundo. Segundo o site Top 10+, é a modalidade oficial da maior parte dos países de quase todos os continentes, sendo praticado por aproximadamente 3 bilhões de pessoas, quase metade da população mundial. Todos os anos, vários campeonatos mobilizam milhões de pessoas ao redor do planeta, como a Taça Libertadores da América e a Liga dos Campeões da Europa. E também pelo Brasil, o tão chamado “país do futebol”. Temos os campeonatos estaduais, o Brasileiro e a Copa do Brasil. Nos dias atuais, mais do que os estádios e canais de rádio e televisão, esses eventos ganham as redes sociais. São muitas fotos, vídeos, memes e hashtags, principalmente nas partidas finais. E não se pode esquecer do maior de todos esses acontecimentos: a Copa do Mundo. A cada quatro anos, o Mundial produz histórias impressionantes dentro e fora de campo, sendo capaz de emocionar até mesmo quem não gosta de futebol ou não costuma acompanhá-lo. Novamente, o Brasil merece destaque. Além da seleção que é a maior vencedora da história do torneio e mostrou ao mundo o talento de atletas como Pelé, Romário e Ronaldo, as cores verde e amarela tomam conta das ruas e praças, e muitos estabelecimentos comerciais são adornados com bandeiras.

Porém, nem só desses temas vive o futebol. A Copa do Mundo tem suas eliminatórias, e delas não participam apenas seleções como Brasil, França e Alemanha ou mesmo Marrocos, Panamá e Islândia. Nas primeiras fases, iniciadas um ano após o torneio anterior, estão seleções de países pouco conhecidos, como Vanuatu, Anguila e República Centro-Africana. O mesmo vale para as competições brasileiras. Existe o Campeonato Brasileiro, mas ele não é só aquela disputa entre times como Corinthians, Palmeiras e Flamengo. Nos últimos níveis, estão times como Juazeirense, Cuiabá e Operário de Ponta Grossa. Existem os estaduais. Entretanto, mesmo aqueles disputados pelos clubes mais expressivos contam com equipes menos conhecidas e comentadas, como Novorizontino, Cabofriense, Uberlândia e Avenida. E é por meio desses torneios que elas obtêm a maioria das vagas na Série D, quarta e última divisão do Brasileiro, e também na Copa do Brasil.

O futebol alternativo não é por si só um tema novo na mídia. Há revistas como a Placar, programas de televisão como o “É Gol!!!”, do SporTV; sites como a Trivela, blogs, páginas em redes sociais e canais de vídeos na internet que falam sobre a Série D, os menores estaduais, as primeiras fases das eliminatórias do Mundial e outros assuntos com alguma frequência. Porém, esses mesmos veículos quase sempre dão maior atenção a temas mais conhecidos, entre jogadores, equipes e competições.

O site Trivela, com perfis nas principais redes sociais (Twitter, Facebook, Instagram) e um canal no YouTube, por vezes, traz conteúdo sobre divisões inferiores dos campeonatos nacionais da Europa e também sobre as menores ligas e seleções do continente, bem como sobre as Séries C e D do Brasileiro. Mas a maioria das matérias e artigos é dedicada às principais competições e equipes, como os grandes clubes da Espanha, Itália e França, e também à Copa do Brasil e à primeira divisão nacional. Assim, o slogan “Futebol além do óbvio” acaba passando a mensagem de que a Trivela busca romper com os padrões de formação do texto noticioso, não se limitando apenas a apresentar, descrever e detalhar os fatos. Lá, é comum ver títulos com artigos e adjetivos e parágrafos iniciais que não seguem a regra do “quem, o quê, como, onde, quando e por quê”. O grande objetivo é mostrar ao leitor que o futebol é mais do que apenas um esporte, é algo que mexe com a emoção de muitas pessoas em todo o mundo. Todas essas observações são baseadas em pesquisa empírica.

O canal de televisão fechada SporTV, pertencente ao Grupo Globo, tem o programa “É Gol!!!”. Exibido de segunda a sexta-feira, ao meio-dia, traz com certa frequência informações sobre jogos alternativos, como os do campeonato da Ucrânia e das seleções de San Marino e Micronésia. Ainda assim, tem seu foco principal em temas mais conhecidos, como a Série A brasileira e gols do Real Madrid e Barcelona.

Já a revista virtual Série Z, que mantém uma conta no Twitter, é totalmente voltada para o futebol alternativo. Entre os temas tratados, estão clubes estreantes nas divisões principais de ligas nacionais europeias e níveis inferiores de campeonatos estaduais no Brasil. O veículo ainda traz, anualmente, o guia completo da quarta divisão brasileira, com informações sobre cada clube na disputa, tabela e dados curiosos.

Entretanto, não se pode afirmar que a Série Z preenche por completo a lacuna deixada na mídia esportiva pelo tema do futebol alternativo. A revista digital não tem grande alcance fora da internet, sendo divulgada sobretudo por seus seguidores em

redes sociais. Além disso, o veículo muitas vezes não realiza uma delimitação rigorosa de seus temas. Esse é um dos diferenciais que o canal Tem Bola na Tuba busca trazer, além de aliar os temas futebolísticos a conhecimentos gerais, como geografia, música e literatura, e ainda produzir documentários em áudio, trabalhando em conjunto com os outros veículos alternativos sobre futebol.

Será um canal multiplataforma, o que significa que atuará no meio digital e poderá ser acessado em mais de uma plataforma e em mais de um dispositivo. A escolha desse modelo de projeto se deu para que fosse possível aproveitar técnicas de produção textual e audiovisual, as quais são determinantes na construção de um empreendimento no meio jornalístico multimídia, um canal com uma abordagem inédita dentro de um segmento.

O objetivo geral é:

- Produzir um canal de comunicação, multiplataforma, sobre temas alternativos relacionados ao futebol, trazendo assim uma inovação na mídia esportiva.

As metas específicas são:

- Trazer discussões teóricas a respeito dos temas abordados, como o papel do jornalismo na sociedade e a história da mídia esportiva e da digital.
- Trabalhar em técnicas de produção de textos e conteúdo audiovisual para blogs e redes sociais.
- Aplicar conhecimentos sobre edição de programas em áudio.
- Pesquisar dados históricos e/ou curiosos sobre as equipes e competições que estarão em pauta.

Todos os anos, clubes e seleções de futebol menos conhecidos participam de campeonatos profissionais, e muitos deles chegam a enfrentar aqueles de maior expressão, como acontece na Copa do Brasil e nos campeonatos estaduais. Essas equipes podem ser parte da cultura de um país, região, Estado ou cidade, bem como de uma instituição ou grupo social. Mesmo um jogo decisivo da segunda divisão de um torneio regional pode ser capaz de mobilizar uma multidão. Ainda assim, é muito comum que tais temas dividam espaço na mídia com aqueles de importância nacional ou mundial. Também no meio acadêmico, há muitos trabalhos e pesquisas que tratam

de futebol, mas será praticamente infrutífera uma busca por algo que esteja centrado em conteúdo alternativo. Ao serem pesquisadas no Google Acadêmico, as palavras “futebol alternativo” estarão dispersas, inseridas em frases diferentes. É possível colocá-las entre aspas na caixa de pesquisa para evitar isso. Na primeira página encontramos o TCC do jornalista Felipe Augusto, que serviu de base para a criação da revista Série Z, e nada mais com “futebol alternativo” no título. Esse é o grande tabu que o trabalho aqui apresentado deseja quebrar, sendo também uma experiência importante na formação de um futuro jornalista e empreendedor no campo da comunicação.

Os próximos capítulos tratarão da metodologia de pesquisa aplicada ao jornalismo em geral e especificamente ao digital. Também serão apresentadas as principais teorias e estudos sobre a produção de notícias e reportagens no meio virtual e sobre o jornalismo esportivo. Por fim, será descrito o funcionamento do canal propriamente dito e suas etapas, antes, durante e depois da produção.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O QUE É JORNALISMO E QUAL SEU PAPEL

O jornalismo tem como papel fundamental trazer informações importantes para a vida em sociedade. Gaye Tuchman (apud TRAQUINA, 2008, p. 13) descreve essa função como “fornecer relatos dos acontecimentos julgados significativos e interessantes, segundo a ideologia jornalística dominante nos países democráticos”. Walter Lippmann (apud TRAQUINA, 2008) afirma que os meios de comunicação são o elo principal entre os acontecimentos do mundo e a imagem que o público imprime deles. É no século 19 que a imprensa se desenvolve como o primeiro meio de comunicação em larga escala. Nasce aí a atividade jornalística como conhecemos hoje em dia, com os jornais impressos como grande fonte de empregos. Essas publicações passavam a ter como objetivo primordial trazer informação, em vez de propaganda (TRAQUINA, 2008).

2.1.1 O JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO

Segundo Eduardo Meditsch (1997, p. 2), “a questão do Jornalismo enquanto conhecimento, por sua complexidade, admite muitas interpretações”. O autor apresenta três diferentes abordagens históricas. A primeira considera que o conhecimento não é um dado concreto, mas um ideal abstrato. Não trata a atividade jornalística como forma de conhecimento válido, mas como degradação do saber, e acaba por influenciar os teóricos marxistas da Escola de Frankfurt¹. A segunda já coloca o conhecimento como dado da vida humana, e já não enxerga o jornalismo como algo inútil, ainda que o trate como ciência menor. A notícia passa a ser vista como um intermediário entre o saber científico e o cotidiano. Por fim, a terceira abordagem enfatiza o jornalismo como uma forma única e original de se reproduzir o conhecimento e a realidade. Dessa forma,

As epistemologias críticas, que nas últimas décadas têm se dedicado a desmistificar o preceito positivista da infalibilidade da Ciência, e a demonstrar

¹ A Escola de Frankfurt foi um grupo de intelectuais que se juntaram na Europa na década de 1920, buscando reavaliar os resultados das teorias de Karl Marx no mundo ocidental (RIBEIRO, s. d., online)

o caráter cultural e histórico de toda a forma (sic) de conhecimento, contribuíram para destruir o ideal de uma verdade única e obrigatória, e principalmente para estabelecer os limites lógicos de qualquer reivindicação de objetividade. (MEDITSCH, 1997, p. 3-4)

Como observa Nilson Lage (apud MEDITSCH, 1997), o jornalismo projeta a mais antiga e singela forma de conhecimento, mas em escala industrial, organizada sistematicamente e aproveitando o que a tecnologia tem a oferecer. Já para Adelmo Genro Filho (1987), a diferença entre o jornalismo como forma de conhecimento e a percepção individual está no modo de produção, sendo a imediaticidade do real tratada nele como ponto de chegada e não de partida.

A expansão da análise das linguagens e do discurso foi fundamental para a construção dessa visão. Percebeu-se que a realidade enunciada é sempre refletida e refratada de certa maneira (BAKHTIN, 1992). Por meio de tais estudos, “procura-se distinguir a verdade que um enunciado pode conter da realidade mesma, a realidade referente que se encontra fora do enunciado” (MEDITSCH, 1997, p. 4).

2.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Como explica Nilson Lage (2014, p. 109), “As redações são divididas em editorias, que correspondem aproximadamente a áreas de interesse jornalístico: cidade, polícia, política, esportes, economia, ciência e tecnologia, artes e espetáculos...”. O jornalista que vai trabalhar em uma dessas áreas pode desenvolver uma linguagem mais adequada a ela. Especialmente quando produz conteúdo direcionado a um público mais homogêneo, como o de uma revista ou página da internet (LAGE, 2014).

Ademais, cada profissão tem seus valores éticos e corporativos. Um profissional procedente de outro ramo, ao assumir a função de jornalista, irá abandonar os valores adquiridos em seu trabalho anterior (LAGE, 2014). Não é suficiente possuir conhecimento em uma determinada área fora do jornalismo. De acordo com Lage (2014, p. 110), “a formação de um bom especialista em cada área dessas envolve grande investimento intelectual.”

O autor traz o exemplo de um teórico em física que se tornaria jornalista especializado em ciência. Sua formação seria útil apenas para reportagens sobre física, pouco ajudando naquelas sobre outros campos científicos. Da mesma forma,

para um jogador de futebol recém-aposentado que irá se tornar comentarista, não bastam apenas as habilidades adquiridas em campo. É necessário desenvolver o senso crítico e tudo aquilo que o novo ofício exige.

Algumas especialidades jornalísticas não se limitam a coberturas rigorosamente noticiosas. E uma delas é o esporte (LAGE, 2014). O autor afirma que

A notícia esportiva é o jogo ou a disputa. Delas as pessoas tomam conhecimento assistindo ao espetáculo ou a partir de resumos – os *lances principais*. Tudo mais é constituído de declarações e decisões, tomadas num clima de paixão, em torno das quais se propõem análises e prognósticos – a crônica desportiva. (LAGE, 2014, p. 115, grifo do autor)

2.2.1 JORNALISMO ESPORTIVO

A escolha do trabalho de um jornalista esportivo é comumente motivada pela paixão, pelo desejo de se fazer o que se gosta. Não apenas do jornalista, mas de qualquer pessoa ligada ao esporte.

Para os jornalistas esportivos, a questão da paixão em geral se manifesta já no momento da escolha de sua área de atuação. A maioria deles, em todos os tempos e na atualidade, parece ter optado pelo esporte, antes de tudo, por identificar-se com o tema desde cedo. (UNZELTE, 2009, p. 7)

Entretanto, para o exercício da profissão, só isso não é suficiente. “Fundamental mesmo é gostar da atividade jornalística em si, gostar de buscar a informação, de escrever, ou de ambas as coisas. Sem isso ninguém sobrevive no jornalismo, não só no esportivo” (UNZELTE, 2009, p. 7).

Há uma série de recomendações a uma boa reportagem esportiva. Algumas, listadas por Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel (2013), são:

- Ter conhecimento das regras do esporte e do campeonato,
- Elaborar e pesquisar as perguntas com fundamentação, sem se prender ao factual,
- Não confundir um bom contato com as fontes com troca de favores,
- Conhecer as regras do próprio idioma,
- Checar se o fato relatado é verdadeiro,
- Não privilegiar um determinado competidor,
- Descrever o tema tratado de forma didática,
- Usar linguagem acessível e evitar termos técnicos,

- Não colocar torcedores contra pessoas que trabalham nas agremiações esportivas,
- Não exagerar no uso de adjetivos,
- Não se intrometer em brigas de torcedores,
- Gravar as entrevistas para evitar erros de interpretação e dúvida nos entrevistados.

Pensar na pauta é também muito importante. Não se deve, entre outras coisas, acreditar em toda informação que circula na mídia, sobretudo no meio digital. Também se há de pensar que não é necessário ter pressa para se construir uma boa pauta (BARBEIRO; RANGEL, 2013). Os autores afirmam ainda que todo jornalista deve estar habilitado a desempenhar a função de pautar e todas as que são próprias da profissão, que tudo que possa ter alguma relevância à sociedade está sujeito a se tornar pauta, e que não é bom se limitar aos temas triviais, como treinos diários e jogos semanais. Ter ideias de pauta não é necessariamente função de apenas um ou mais profissionais dentro das redações, os chamados pauteiros.

As ideias que darão origem à pauta, na verdade, podem e até devem vir de todas as pessoas da redação, sejam quais forem seus cargos. Principalmente em um assunto como o esporte, que faz parte do dia a dia de todos, do presidente da empresa ao office-boy. (UNZELTE, 2009, p. 25)

A edição também é fator imprescindível. Segundo Barbeiro e Rangel (2013, p. 41), “Se o jornal, em qualquer veículo, nasce ruim, ele vai ao ar ou chega às bancas ruim. Não tem como consertar. É a escolha de assuntos e sua importância que vão dar importância ao programa ou à publicação que chega às bancas.” E, para que ela se torne mais fácil e menos trabalhosa, a delimitação do tema não pode faltar.

Ainda de acordo com Barbeiro e Rangel (2013, p. 20), “É bom lembrar sempre que, em qualquer área do jornalismo, o repórter é o elemento mais importante na cadeia de produção. No esporte isso não é diferente.” Os autores, entretanto, trazem uma lista de erros de alguns profissionais da atualidade. Entre eles, estão os traços de arrogância e autossuficiência, provavelmente causados pela maior facilidade do acesso à informação na era digital; e também a vaidade. Alguns querem somente aparecer, quer ao lado dos atletas em fotos ou entrevistas televisivas, quer usando bonés e camisetas promocionais, “mas o jornalista não é nem artista nem ilusionista, precisa é se preocupar em jogar luz sobre os fatos, por mais que a cobertura esportiva

seja contaminada, necessariamente, pela emoção que desperta” (KFOURI apud BARBEIRO; RANGEL, 2013, p. 92).

Outra peça muito importante na atividade jornalística é a apuração dos fatos. Falando especificamente de jornalismo esportivo, Unzelte (2009, p. 27) aponta que

Ao apurar, primeiro é preciso saber onde buscar essas informações (fontes), sejam elas documentais ou testemunhais. Se essas fontes forem documentais, a dificuldade é grande, por conta da falta de preservação da memória esportiva no Brasil e do descuido das entidades (clubes, federações, confederações) tanto em relação a dados atuais quanto a informações históricas. (UNZELTE, 2009, p. 27)

A partir das definições sobre o jornalismo esportivo, na próxima seção vamos tratar da prática no Brasil.

2.2.2 O JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

A história do jornalismo esportivo no Brasil quase se confunde com a da chegada do futebol e outras modalidades ao país, entre os séculos 19 e 20. Segundo Paulo Vinicius Coelho (2013), já na década de 1910, o jornal paulistano *Fanfulla* já trazia páginas esportivas, tendo inclusive motivado a colônia italiana da cidade a fundar um clube de futebol. Nascia ali o Palestra Itália, que depois se transformaria em Palmeiras, e que hoje é uma das maiores agremiações brasileiras. Porém, foi somente em 1931 que o *Jornal dos Sports*, do Rio de Janeiro, foi o primeiro veículo a ser criado no país para se dedicar somente aos esportes (COELHO, 2013).

Já o rádio foi inaugurado oficialmente no Brasil em 7 de setembro de 1922, dia em que a independência completou cem anos (ORTRIWANO, 2003). E, como relata Celso Unzelte (2009), em 1931, um jogo entre as seleções de São Paulo e do Paraná foi o primeiro a ter transmissão radiofônica. Nunca houve, no entanto, emissoras de conteúdo totalmente esportivo entre aquelas de maior alcance.

A televisão surgiu em terras brasileiras ainda mais tarde, no ano de 1950. Mas foi o advento dos canais por assinatura que alavancou a criação de veículos especializados dentro do meio, como SporTV e ESPN, já na década de 1990 (UNZELTE, 2009).

Na mesma época, finalmente, a internet chegava ao país. Nos primeiros anos, era comum as páginas durarem pouco tempo. De acordo com Unzelte (2009, p. 66), isso se devia à “fuga dos investidores iniciais”. Naqueles tempos, ainda não havia as

redes sociais e aplicativos para aparelhos móveis que conhecemos hoje, e que tornam o mercado midiático ainda mais dinâmico.

2.2.3 RADIOJORNALISMO ESPORTIVO

Sobre os estudos sobre os gêneros jornalísticos no rádio um dos tipos de programa analisados é o esportivo. André Barbosa Filho (2003) explica que pode ter diferentes formatos, como notícias, comentários, reportagens, entrevistas, jornais e programas específicos, entre outros.

Há toda uma linguagem que permeia o radiojornalismo esportivo, especialmente no futebol. Como afirma João Batista de Abreu (2001), ela é constituída por diversas figuras de linguagem que constroem imagens dos jogadores e do campo de disputa. O autor diz ainda que o rádio é um meio visual, pois a imaginação do ouvinte está nos olhos e isso permite o aumento de uma polissemia interpretativa.

São três os recursos semiológicos descritos por Abreu (2001) para se estimular o imaginário do ouvinte. O primeiro é a identificação do vocabulário usado com a linguagem popular, no uso de expressões como “se manda, vai embora” e “parou, parou, parou”, de alcunhas atribuídas aos jogadores, como Possesso (Amarildo), Galinho de Quintino (Zico), Baixinho (Romário), Animal (Edmundo), Roberto Dinamite e Everton Cebolinha; e de denominações especiais dadas a determinadas funções no jogo. Assim, um atleta que marca muitos gols é chamado de “artilheiro” ou “matador”. Os jogadores de defesa são comumente tratados no aumentativo, como “goleiraço”, “zagueirão” e “xerifão”. Um volante pode ser qualificado como “cão de guarda” ou “cabeça de área”.

O segundo recurso está relacionado à visualização, isto é, a elementos que remetem a imagens do jogo e alimentam o imaginário do ouvinte. É o caso de expressões como “segundo pau”, “chute de trivela” e “intermediária”. Por fim, a velocidade é a base do terceiro recurso. Em especial durante uma partida, a narração em ritmo veloz e a musicalidade traduzem a emoção do jogo, mesmo de um amistoso ou primeira rodada de um campeonato.

2.3 JORNALISMO DIGITAL

Nenhum meio de comunicação aproxima tanto o mundo e a sociedade quanto a internet. Pollyana Ferrari (2006) afirma que a World Wide Web (WWW) alavancou o surgimento de uma cultura de massa. Ainda no fim da década de 1960, foi desenvolvida nos Estados Unidos a Arpanet, considerada o “embrião” da internet. Tratava-se de uma rede de computadores de alcance nacional, concebida por uma divisão do Departamento de Defesa para garantir comunicação emergencial em caso de ataque por outro país, principalmente pela União Soviética (FERRARI, 2006). Somente vinte anos depois surgiu a WWW, criada em silêncio por um núcleo de pesquisadores, em uma época em que as redes de computadores eram encontradas principalmente em centros acadêmicos (FERRARI, 2006). Sobre a relação com o jornalismo, a autora relata que o ano de 2001 marcou a redução do fornecimento de informações a um grupo restrito de fontes, mudado apenas o “empacotamento” do conteúdo noticioso. Entretanto, não é mais este o cenário nos dias atuais. Redes sociais e aparelhos móveis tornaram mais fácil o desenvolvimento de novos veículos e linhas editoriais.

2.3.1 A TEORIA DA CONVERGÊNCIA

Tudo isso é resultado de um processo de convergência de mídias. Segundo Suzana Barbosa (2013), esse processo tem sido abordado desde a década de 1970 sob diferentes perspectivas, como a tecnológica, a cultural, a de propriedade, a empresarial, a estrutural, a legal/regulatória, a produtiva, a da narrativa e/ou dos conteúdos e a dos usuários. Henry Jenkins (2004, 2008) aponta que a convergência é parte de nossa cultura contemporânea, não apenas com relação à tecnologia, mas também a indústrias, mercados, gêneros, audiências e consumo de meios.

Para o jornalismo, a convergência ganha força real na década de 2000 e dá origem a variados estudos acadêmicos que tratam do tema (BARBOSA, 2013). Facilitada pela digitalização generalizada das telecomunicações, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios e propicia uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens antes separadas, e assim os jornalistas podem distribuir o conteúdo elaborado por meio de múltiplas plataformas, seguindo a linguagem própria de cada uma delas (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS; MASIP, 2010).

2.3.2 O JORNALISMO E AS NOVIDADES DA ERA DIGITAL

Naturalmente, o surgimento de novas tecnologias significou o advento de novas formas de escrever e de se dar notícias. Ferrari (2006) explica que, aos recursos tradicionais da cobertura impressa, juntaram-se áudios, vídeos e animações, e também que mensagens eletrônicas enviadas pelos leitores podem trazer novas informações ao texto, deixando este de ser definitivo. Houve mudanças também no meio acadêmico. Segundo Ferrari (2006, p. 40), “a disciplina ‘Jornalismo digital’ iniciou o novo século presente em alguns dos principais cursos de Comunicação do país. Algumas universidades passaram a oferecer a especialização.”

2.3.3 CIBERJORNALISMO

Não há consenso sobre a diferença entre jornalismo digital e ciberjornalismo. Carla Schwingel (2012) explica que pesquisadores em várias partes do mundo já tentaram sistematizar a denominação dada à prática jornalística na internet. Segundo a autora, são usadas nomenclaturas como jornalismo on-line, jornalismo em rede, jornalismo na internet, jornalismo eletrônico, jornalismo multimídia, jornalismo digital e ciberjornalismo. Luciana Mielniczuk (2003) busca diferenciar os conceitos de forma resumida: para a autora, jornalismo digital é o que utiliza qualquer procedimento que envolva tratamento de dados em forma de bits, enquanto ciberjornalismo é uma subcategoria do digital, aproveitando-se de tecnologias que estão dentro do espaço cibernético ou são auxiliadas por este.

Uma possível definição prática é apresentada por Ferrari (2006, p. 41): “Criar e manter um blog [...], mediar chats, escrever em um fórum, enfim, todas as tarefas que envolvem a criação de textos para os produtos do meio podem ser chamadas de ciberjornalismo.” A autora argumenta que quem tem experiência com a internet e computadores tem boas chances de se sair bem no ofício, mas é também necessário ter um background cultural para contextualizar e “empacotar” a informação. De acordo com Helder Bastos (2012), a tendência é que as rotinas de produção nas quais o jornalista se enquadra ao trabalhar em uma redação digital sejam mais de caráter técnico do que propriamente jornalístico.

O jornalismo cibernético tem alguns princípios básicos. De acordo com Schwingel (2012), eles são:

- Multimedialidade;
- Interatividade;
- Hipertextualidade;
- Customização dos conteúdos;
- Memória;
- Atualização contínua;
- Flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção;
- Uso de ferramentas automatizadas no processo de produção.

As empresas jornalísticas estão entre os primeiros setores industriais a se sensibilizarem para o surgimento da internet e do espaço cibernético, e por isso os jornais impressos marcavam presença integral no meio virtual já no início da década de 1990 (PALACIOS; MACHADO, 1996; PAVLIK, 2001; NOCI, 2005; BARBOSA, 2002). Há várias descrições possíveis para as gerações do ciberjornalismo. Segundo Schwingel (2008), o Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (FACOM/UFBA) lista três fases:

- a da simples transposição dos veículos impressos;
- a dos primeiros serviços desenvolvidos especialmente para a internet, sem que os veículos se distanciem da estrutura e da representação do impresso;
- a dos produtos completamente desenvolvidos de forma específica para a web.

A década de 2010 já mostra novas fases que seguem essas três. Barbosa (2013, p. 42) descreve a quarta geração, marcada por meios cibernéticos mais “autênticos” e pelo uso de dispositivos móveis como smartphones e tablets; e a quinta, a que melhor se encaixa ao contexto do mundo atual, pois surgem programas desenvolvidos especialmente para esses aparelhos.

2.3.4 O JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS

As redes sociais são fontes de informação muito importantes nos dias atuais, envolvendo hoje perfis pessoais, coletivos, empresariais e outros. Raquel Recuero

(2009) aponta três relações das redes com a informação: a produção, a filtragem e a reverberação.

Com relação à produção, “através das redes sociais, é possível encontrar especialistas que podem auxiliar na construção de pautas, bem como informações em primeira mão. A novidade da informação é um valor que se repete em capital social nas redes sociais” (RECUERO, 2009, p. 8). Além disso, a rede pode gerar conteúdo que desencadeie mobilizações e conversações que refletem anseios de grupos sociais e, por consequência, podem ser de interesse jornalístico (RECUERO, 2009).

Sobre a função de filtragem, Recuero (2009, p. 8) explica que “as redes sociais vão atuar de forma a coletar e a republicar as informações obtidas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a republicar informações observadas dentro da própria rede”. É o que acontece quando alguém dá um retweet (RT) no Twitter, isto é, “republica no sistema uma informação originalmente publicada por outra pessoa” (RECUERO, 2009, p. 8), ou quando se compartilha uma publicação ou link de um veículo jornalístico no Facebook.

Isso leva à terceira função: a propagação. Recuero (2009) traz novamente o exemplo do Twitter, que possui os chamados Assuntos do Momento, ou Trending Topics. São os temas mais comentados dentro da rede. Por meio desses tópicos, é possível acompanhar discussões sobre tais assuntos, o que faz dessa ferramenta e de outras redes sociais um importante meio de divulgação e debate de notícias e informações.

Uma das teorias fundamentais do jornalismo é a do gatekeeping, segundo a qual o profissional agiria como uma espécie de “porteiro”, selecionando o que tem ou não relevância social (RECUERO, 2009), o que deve ou não ser divulgado como notícia. Isso pode ser considerado ação pessoal dentro da atividade jornalística, pois implica o uso de critérios individuais para definição do que será publicado (WOLF, 2001). A teoria do gatekeeping voltou a ser estudada na era da internet. De acordo com Bruns (2005), a prática informativa no meio virtual desempenha o papel de gatewatching, o que significa observação daquilo que já foi publicado por um veículo noticioso, a qual pode complementar ou mesmo substituir o “porteiro” do jornalismo tradicional.

2.3.5 RÁDIO E RADIOJORNALISMO VIA INTERNET

Nos primeiros anos de sua existência, a internet foi considerada por muitos uma ameaça à existência do rádio. Barbeiro (2000) afirmava que o rádio tradicional se tornaria obsoleto com a chegada da rede e a apontava como sua sucessora. Porém, Meditsch (2001) conta que há três boas razões para ainda se levar a sério o ensino do radiojornalismo na era digital. A primeira é que o estudante sai do curso dominando não apenas o rádio, mas também a expressão audiovisual e o texto usado na internet. A segunda é que é possível comparar a história de outros meios de comunicação com a de um novo canal, estudar como nascem os meios. E a terceira é que a internet não acabará com o rádio, ambos os meios conviverão em plena harmonia.

De fato, não se pode dizer que a internet está matando os velhos meios de comunicação, mas apenas reinventando-os. E não é diferente com o rádio.

A Internet não acabará com o rádio. A Internet não concorre com o rádio; é a salvação deste. O avanço tecnológico não deixa outra saída para o rádio senão a Internet, o que proporcionará um salto de qualidade tanto em propagação como em conteúdo e, com isso, pulará a etapa do rádio digital propagado tradicionalmente por transmissor e antena. (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 45)

É impossível deixar de perceber e destacar a grande vantagem que o mundo digital traz ao rádio: a globalização do meio. O alcance da antena AM ou FM deixou de ser um entrave (BARBEIRO; LIMA, 2003). Assim, por exemplo, é possível ouvir uma rádio sediada em Curitiba estando em Manaus ou mesmo nos Estados Unidos ou na Europa.

Com o desenvolvimento da rede mundial de computadores, muitas coisas deixaram de ser difíceis ou mesmo impossíveis. Vários equipamentos não são mais indispensáveis. A atividade jornalística não ficou de fora. Afinal,

A Internet dá um impulso grande ao jornalismo em rede, uma vez que facilita o envio de reportagens das emissoras afiliadas para a emissora cabeça de rede. Isso diminui o custo de envio de notícias, preserva a qualidade do áudio e abre mais condições para que os repórteres de todo o Brasil tenham seu trabalho melhor aproveitado. Esse método aposenta o interurbano, as fitas, os cartuchos, os arquivos de áudio, libera o trabalho dos técnicos para outras atividades e chega diretamente no endereço dos editores, âncoras ou produtores que editam as reportagens que vão para o ar. (BARBEIRO; LIMA, 2003, p. 46)

Outra vantagem da internet, de acordo com Mágda Cunha (2004), é que por meio dela pode-se “congelar” o tempo. O ouvinte não tem mais necessidade de ouvir uma notícia que não lhe interessa ou não lhe convém, assim como o intervalo

comercial. Programas completos e trechos são gravados e disponibilizados nos sites das emissoras de rádio.

2.3.6 ENTREVISTA RADIOFÔNICA

Sobre a entrevista, Emilio Prado (1989, p. 57) afirma que “é dos gêneros jornalísticos aquele que mais tem adaptabilidade ao rádio e às características específicas do veículo.” O rádio dá à entrevista o poder de transmitir a emoção que o impresso nem sempre consegue (BARBEIRO; LIMA, 2003), por usar a voz e não apenas textos escritos.

Para que a entrevista saia da melhor maneira possível, Barbeiro e Lima (2003) listam algumas orientações a serem seguidas. Algumas delas são:

- Planejar o tempo disponível e se informar sobre o que será perguntado,
- Não fazer perguntas muito curtas nem muito extensas,
- Perguntar o que se considera mais importante, colocando-se no lugar do ouvinte,
- Preparar-se para mudanças no rumo da entrevista,
- Pedir, se preciso, que o entrevistado explique melhor sua ideia,
- Evitar ir além da duração necessária,
- Não interromper o pensamento do entrevistado,
- Conhecer o personagem ao máximo, informando-se sobre ele e o tema tratado,
- Atentar para os riscos de uma entrevista ao vivo, na qual os erros são irreparáveis,
- Não tratar a entrevista como um debate, um confronto de opiniões,
- No caso da entrevista esportiva, fugir de perguntas repetitivas como “o que você achou do jogo?” ou “o que acha que faltou ao time?”
- Não se deixar distrair com outras pessoas no local da entrevista,
- Evitar entrevistas-armadilha, as que podem enganar o personagem e até ofendê-lo,
- Respeitar o direito que o entrevistado tem a não responder a uma ou mais perguntas, e nunca o induzir a dar a resposta que se quer ouvir,
- Compreender que existem limites, como não invadir a privacidade do entrevistado.

Há várias formas possíveis de se classificar uma entrevista radiofônica. Dois níveis de diferenciação são descritos por Prado (1989). Um deles divide as entrevistas em diretas e diferidas. Essa classificação pode ser entendida como a diferença entre uma entrevista ao vivo e uma gravada. A primeira não pode ser corrigida após sua execução, exigindo assim maior preparo e controle do tempo, ritmo interno e mudanças de expressão. Por exemplo, quando algum jornal de rádio recebe um convidado especial. Já a segunda, ao contrário, não possui tais complicações, podendo por isso ser mais ágil e ter um desenvolvimento mais lógico.

O outro nível classifica as entrevistas em “noticiosas” e de caráter. Nesta última, o ponto principal é o entrevistado e sua personalidade, e não as informações que ele fornece, como no caso de um talk show ou um programa musical. É o oposto da entrevista “noticiosa”, como quando se produz uma reportagem sobre saúde, educação ou segurança.

3 METODOLOGIA

Definido o objetivo do trabalho, a pesquisa bibliográfica é o próximo passo a se seguir. Segundo Ida Regina C. Stumpf (2009, p. 52), “Para estabelecer as bases em que vão avançar, alunos precisam conhecer o que já existe, revisando a literatura existente sobre o assunto”. Assim, foram analisadas algumas fontes bibliográficas que dizem respeito ao que foi estudado e aplicado: jornalismo especializado, esportivo, online, digital, de rádio, além das técnicas de elaboração de pautas.

Para efeito do diagnóstico de mercado, a base é a análise de conteúdo. Wilson da Fonseca Júnior (2009, p. 280) a descreve como “um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”. As três características fundamentais desse método, listadas por Klaus Krippendorff (1990), são:

- orientação baseada em pesquisa empírica, ligada a fenômenos reais e de finalidade preditiva,
- transcendência das noções normais de conteúdo, a qual envolve as ideias de mensagem, canal, comunicação e sistema,
- metodologia própria, que permite programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com resultados independentes.

Dessa forma, foi possível listar alguns veículos midiáticos que já tratassem de temas alternativos ligados ao futebol, bem como a comparação do nível de presença desses temas com o daqueles já conhecidos da maior parte do público. Isso foi determinante para concluir que o Tem Bola na Tuba busca quebrar um tabu na mídia esportiva.

Já na parte prática, a principal fonte de dados foi a internet a partir da busca por informações, a qual

materializa algumas das marcantes características da nossa era, como a sobrecarga informacional, a fragmentação da informação e a globalização, todas provocadoras de estudos, pesquisas, discussões e polêmicas. (YAMAOKA, 2009, p.146)

As pesquisas na internet envolveram a busca por informações nos sites de outros veículos especializados e em arquivos históricos disponíveis no site Bola n@

Área², bem como o acompanhamento dos jogos nas páginas do Globo Esporte³ e do Super Placar⁴, e ajudaram na produção de conteúdo e curadoria de informações para os textos do blog e postagens do Facebook, além de algumas informações acrescentadas aos roteiros do radiodocumentário.

Para este último, merece destaque o papel da entrevista em profundidade. Como afirma Jorge Duarte (2009, p. 62), esse método “explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada.” Os informantes, no caso, são dois jornalistas ligados a veículos midiáticos sobre futebol alternativo. Por sinal, a descoberta de tais veículos é resultado de experiências já trazidas antes da elaboração deste trabalho. A pesquisa empírica foi fundamental para que se pudesse provar que já existem canais ligados ao futebol e totalmente voltados para temas alternativos. Segundo Pedro Demo (1984), esse tipo de pesquisa é baseado na experimentação da realidade e em coletar e mensurar dados e fatos.

² <http://bolanaarea.com>

³ <http://globoesporte.globo.com>

⁴ <http://www.superplacar.com.br>

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

4.1 A PÁGINA “TEM BOLA NA TUBA” NO FACEBOOK

A página Tem Bola na Tuba foi lançada no Facebook em janeiro de 2015. A ideia inicial era vaga. Foram propostos vídeos, imagens, textos e narrações de jogos em tempo real, mas tudo sem um formato definido. Campeonatos menos conhecidos e jogos de menor audiência eram selecionados aleatoriamente. A primeira publicação (Figura 1) tratava da Copa da Ásia, torneio de seleções nacionais classificatório para a Copa das Confederações. Foi compartilhado um texto do site Brasil Post (atual HuffPost Brasil) sobre a participação da seleção da Palestina.

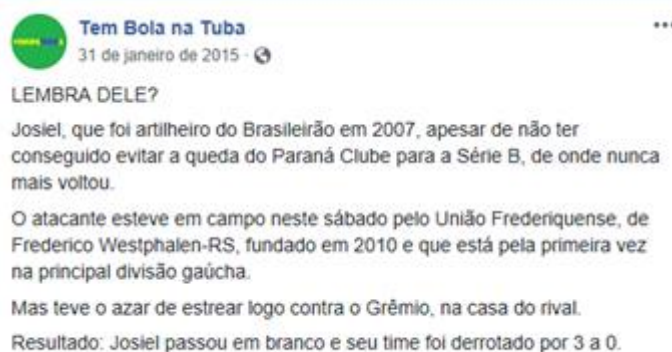
Figura 1 – Primeira publicação da página Tem Bola na Tuba



Fonte: Facebook (2015).

Depois desse link, vieram publicações em tempo real com os lances de um jogo válido pelas quartas de final de outro torneio continental de seleções, a Copa Africana de Nações. Enfrentavam-se as seleções da Tunísia e da Guiné Equatorial. Esta última acabou vencendo na prorrogação e se classificando às semifinais. A partida foi realizada no dia 31 de janeiro de 2015. No mesmo dia, veio a primeira curiosidade: a de que o jogador Josiel, artilheiro da Série A do Brasileiro de 2007 pelo Paraná Clube, disputaria o Campeonato Gaúcho pelo União Frederiquense. A informação não continha nenhuma ilustração, sendo limitada a um texto curto (Figura 2).

Figura 2 - Publicação sobre o jogador Josiel e o União Frederiquense



Fonte: Facebook (2015).

O primeiro vídeo compartilhado veio em 2 de fevereiro do mesmo ano, uma segunda-feira. Não se tratava de conteúdo próprio ou exclusivo da página, mas de uma reportagem publicada no YouTube pela TV Plan, canal de televisão da cidade mineira de Poços de Caldas. O assunto era a vitória da Caldense sobre o Mamoré por 6 a 1, no dia anterior, pela primeira rodada do Campeonato Mineiro. Foi a maior goleada na estreia dos quatro principais campeonatos estaduais (de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul).

Figura 3 - Vídeo compartilhado sobre jogo do Campeonato Mineiro



Fonte: Facebook (2015).

Foi também esse o tema da primeira imagem criada para a página (Figura 4), no Microsoft Paint. A publicação data do dia 6 do mesmo mês, sexta-feira. Junto a ela, vieram informações resumidas dos jogos do meio da semana. Na ocasião, quatro dos

maiores times do futebol brasileiro (Fluminense, Flamengo, São Paulo e Internacional) haviam marcado quatro gols em seus jogos, enquanto apenas a Caldense havia chegado a seis.

Figura 4 – Primeira imagem criada para a página



Fonte: Facebook (2015)

E iam se seguindo os textos, imagens e links, misturando informações e curiosidades sobre temas ligados ao futebol profissional no Brasil e no mundo pouco comentados pelos principais sites e veículos noticiosos. Sempre que possível, com bom humor e irreverência, não se limitando a descrever os fatos. E, muitas vezes, com o uso da primeira pessoa pelo criador e único responsável pelo projeto. Os assuntos principais eram os campeonatos estaduais brasileiros e as eliminatórias para a Copa do Mundo de 2018. Uma publicação do dia 7 de fevereiro exibe a lista de jogos da primeira fase do classificatório das Américas do Norte e Central, entre os quais estão Nicarágua x Anguila e Ilhas Virgens Britânicas x Dominica.

O mês de maio de 2015 marca uma nova etapa: começam a ser compartilhadas publicações feitas por outras páginas. A primeira é da página Sport Pará News. Trata-se de uma reportagem sobre o jogo de volta da final da Copa Verde, em que o Cuiabá conquistou o título vencendo o Remo por 5 a 1, após ser derrotado na primeira partida por 4 a 1.

Porém, nessa época, as publicações não atingiam ninguém, ou quase ninguém. Essa realidade começou a mudar no fim de 2016. Um link compartilhado no dia 15 de dezembro, com os jogos da primeira fase da Copa do Brasil do ano seguinte, alcançou 15 pessoas. E o número foi aumentando. Uma imagem feita no Paint (Figura 5) para divulgar a campanha “Ajude Bianca”, que buscava arrecadar fundos para auxiliar uma

menina do Piauí que sofria de uma doença grave não identificada, exibia o escudo do Picos, clube de sua cidade natal. Foi publicada em 19 de janeiro de 2017, e conseguiu atingir 73 pessoas.

Figura 5 - Divulgação da campanha “Ajude Bianca” com escudo do Picos



Fonte: Facebook (2017).

Atualmente, a página procura ser o menos tendenciosa possível, não evidenciando a torcida por um ou mais determinados times em um jogo ou campeonato. O contrário dos primeiros anos, quando alguns textos incentivavam times de menor expressão contra outros mais tradicionais. Além disso, não são feitos textos em primeira pessoa. A maioria das publicações é de textos curtos e objetivos e links do YouTube.

4.1.1 OS CLASSIFICADOS PARA A SÉRIE D DE 2020

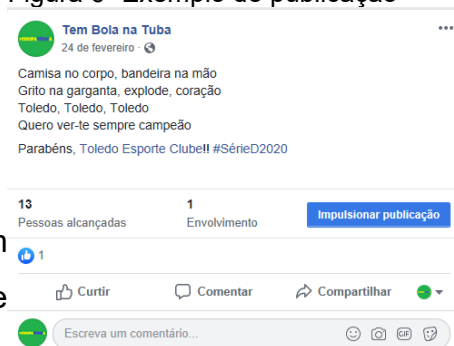
Para o trabalho atual, a página passou a divulgar os times classificados para a Série D do Campeonato Brasileiro de 2020 por meio de quase todos os campeonatos estaduais de 2019. Até 2016, a maioria das competições estaduais qualificava times para disputar a Série D no mesmo ano. Depois, a CBF mudou a regra, e todas elas passaram a dar vagas para o Brasileiro do ano seguinte. Sendo assim, todas as vagas dos estaduais de 2019 referem-se à Série D de 2020.

As postagens (Figura 6) seguem um padrão:

- versos do hino (se encontrado),
- “Parabéns”,

- marcação da página oficial do clube (se encontrada) ou hashtag com seu nome completo,
- hashtag “#SérieD2020”.

Figura 6- Exemplo de publicação



Inicialmente, foram observados os critérios de cada torneio para

obtenção das vagas na Quarta Divisão. Os resultados dos jogos foram conferidos no site Super Placar e confirmados na página do Globo Esporte, sendo depois colocados em planilhas do Microsoft Excel que mostram a classificação geral da disputa em cada campeonato (Figura 7). O Toledo, do Paraná, foi o primeiro a garantir a vaga.

4.2 O BLOG “TEM BOLA NA TUBA”

O blog Tem Bola na Tuba entrou no ar no início de 2017, como parte de um projeto universitário na disciplina de Planejamento de Produtos Digitais. O primeiro texto publicado (Figura 8), no mês de março, tinha como assunto a situação da disputa por vagas na Série D do Brasileiro de 2018 dentro dos campeonatos de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. No mesmo mês, começou uma série de publicações sobre a participação da Aparecidense no Campeonato Goiano daquele ano. O time chegou a ser o pior colocado de todo o torneio, mas terminou a primeira fase com a melhor campanha e chegou às semifinais. Outras postagens tratavam de times que disputaram a Quarta Divisão brasileira e conseguiram chegar à Série C, sua distribuição por Estado e seu histórico de títulos estaduais. Os textos são marcados por frases curtas, sem nada confuso, prolixo ou excessivamente sério. Afinal, como afirma Evans (apud WARD, 2006, p. 107), “nada é mais entediante para o leitor do que procurar agulhas de significado num palheiro de palavras.” Coesão, simplicidade e irreverência são marcas registradas do Tem Bola na Tuba.

Figura 7 – Primeira publicação do blog Tem Bola na Tuba



Fonte: Blog Tem Bola na Tuba (2017).

4.2.1 A SÉRIE “COPA DO BRASIL: APROVEITANDO A DEIXA”

O assunto na série de publicações feitas para este trabalho e também para outras disciplinas do último período do curso é a Copa do Brasil, torneio totalmente eliminatório que começou a ser disputado em 1989 e hoje reúne clubes de todas as unidades da federação, os quais estão em todas as divisões do Campeonato Brasileiro e alguns até em nenhuma delas. O campeão garante vaga na Taça Libertadores, principal competição de clubes da América do Sul.

Em 2013, começou a valer uma nova regra: os times que disputassem a Libertadores poderiam jogar a Copa do Brasil no mesmo ano e entrariam diretamente nas oitavas de final. Até então, geralmente, nenhuma equipe tinha direito a disputar ambas as competições. O novo formato possibilitou que times que não ficassem entre os primeiros colocados de seus estaduais pudessem disputar a Copa. Por exemplo, se um estadual habilita os times nas três melhores posições e o campeão vai à Libertadores, a vaga na primeira fase da Copa é preenchida pelo quarto colocado. As equipes que disputam o torneio nacional sob esse status são o tema da série “Copa do Brasil: aproveitando a deixa” (Figura 9). A ideia é considerar as edições de 2013 até 2018, a última a terminar antes do início deste trabalho.

Fonte: Blog Tem Bola na Tuba (2019).

Figura 8 - Primeira publicação sobre Copa do Brasil



Foram aplicadas algumas técnicas de edição de postagens adquiridas ao longo do curso, como alteração do tamanho da fonte, destaque de palavras e frases (negrito, itálico) e inserção de links, imagens e vídeos. Por exemplo, os nomes dos times são escritos em uma de suas cores, como o Cruzeiro em azul e o Flamengo em vermelho. Algumas informações importantes são colocadas em negrito, e as de maior efeito têm a fonte em tamanho grande. Os dados são todos coletados da internet, sem nenhum contato com pessoas ou instituições.

4.3 RADIODOCUMENTÁRIO: A HISTÓRIA DA SÉRIE D

O blog veicula também um radiodocumentário em dois episódios sobre a Série D do Campeonato Brasileiro. A criação da Série D foi proposta pela CBF em 2008. Naquele ano, a entidade anunciou que a Série C, última divisão do torneio nacional na época, teria o número de clubes participantes reduzido de 64 para 20. Assim, a Quarta Divisão serviria para manter em atividade os times que poderiam ficar sem um calendário após o fim dos estaduais. Começou a ser disputada já em 2009.

Nos roteiros, foram inseridos dados da internet e observações próprias, além das falas dos entrevistados. São jornalistas ligados a veículos de mídia voltados para o futebol alternativo que compartilharam seus olhares, conhecimentos, experiências e

perspectivas sobre a Quarta Divisão em mensagens de áudio via WhatsApp. No estúdio de rádio da Uninter, no câmpus Tiradentes, foram feitas as locuções, além dos devidos recortes das entrevistas e da inserção das trilhas sonoras, optando-se sempre por aquelas não protegidas por direitos autorais. Especialmente no segundo episódio, cabe destacar a presença dos hinos dos clubes tratados como fundo musical.

O primeiro episódio conta o início da história da Série D. O entrevistado é Felipe Augusto, criador e editor da Revista Série Z. Ele fala sobre como surgiu a ideia de se criar uma nova divisão e comenta as vantagens dela para os clubes e o campeonato. Também conta a história de como criou o veículo, admitindo que o futebol alternativo é um tabu no meio acadêmico. Durante o programa, são relatadas participações de times mais relevantes na Série C quando esta era a última divisão nacional, como Bahia, Vitória e Fluminense. E também de alguns mais conhecidos na própria Série D, como Remo, Juventude, Santa Cruz e Portuguesa.

Para a segunda parte, o convidado é Diego Freire, do Última Divisão. Trata-se de um projeto que começou com um blog e hoje mantém também um canal no YouTube e contas em redes sociais. O tema central do programa são os times que conseguiram subir da Série D para a C. Alguns deles chegaram à Série A, sendo o caso da Chapecoense o de maior sucesso. O primeiro campeão foi o São Raimundo de Santarém, no Pará. Porém, como muitos outros, acabou retornando à Série D no ano seguinte. Também merece destaque o Operário de Ponta Grossa. O time paranaense venceu a Quarta Divisão um ano depois de ser rebaixado no campeonato estadual, e já no ano seguinte foi campeão da Série C. Uma mensagem importante é transmitida ao fim do programa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho é a aplicação de conhecimentos adquiridos em toda uma vida repleta de experiências com o futebol alternativo, seja assistindo aos jogos da Copa do Brasil e dos campeonatos estaduais na televisão, vendo a reprise dos gols da rodada ou lendo revistas com informações sobre times pouco conhecidos. Foi parte importante conversar com jornalistas que compartilham da mesma expertise e já atuam na área. Somente com a prática é que vêm a perfeição e o real aprendizado.

Na elaboração do conteúdo, foi levada a sério a ideia de que o trabalho não será prazeroso sem um tema bem definido e delimitado, nem sem uma escrita clara, coesa, coerente, simples e direta. Isso vale tanto para quem o faz quanto para quem o observa e avalia, e é pensado para a era da internet, em que o uso do papel se torna cada vez mais desnecessário. Também há que se pensar na parte oral. Em um tema como o futebol, que exige uma linguagem mais acessível e uma maior proximidade com o público, ter bom humor e liberar as emoções são coisas que ajudam muito.

Outra característica marcante é a ligação dos temas esportivos com conhecimentos gerais, como música e geografia. Isso já se manifesta no uso dos trechos de hinos de clubes na página do Facebook. Não há áudio, mas o leitor pode pesquisar no YouTube ou em algum outro lugar da internet. Ademais, o público não precisa deixar de lado seus outros interesses além do futebol. Os temas estão todos juntos, caminhando sempre lado a lado. É assim que este trabalho ajuda na construção de um projeto inovador no meio acadêmico, no jornalismo esportivo e na mídia em geral.

Mas nada disso foi feito sem que antes fosse observado o que alguns estudiosos da área têm a dizer sobre tudo que o trabalho traz. Alguns pontos a serem destacados são recomendações a uma boa entrevista de rádio, características marcantes do jornalismo esportivo e as fases da atividade jornalística na era digital. Além disso, não pode faltar o que vem com a experiência, antes e durante a produção do conteúdo. A parte empírica consiste em mostrar que já há veículos que dão alguma atenção a temas menos conhecidos de futebol, incluindo alguns focados apenas nesses temas. Foi assim que se chegou aos profissionais já citados, que enriqueceram o trabalho com suas experiências e conhecimentos. O Tem Bola na Tuba busca não apenas ser mais um desses veículos, mas trazer um olhar diferente, que o público nunca viu.

REFERÊNCIAS

- ABREU, João Batista de. Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito: o discurso do radiojornalismo esportivo. **Anais do 24. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Campo Grande, setembro 2001 [CD-ROM]. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual do radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- _____; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2013.
- _____. **O rádio na internet**. Comunicação ao III Congresso Internacional de Jornalismo em Língua Portuguesa. Recife, 2000.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Labcom, 2013.
- _____. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. FACOM/UFBA, Salvador, 2002. Dissertação.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, p. 284-298, ago. 2012. ISSN 1984-6924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p284>>. Acesso em: 06/07/2019.
- BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang Publishing, 2005.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.
- CUNHA, Márgda. O tempo do radiojornalismo: a reflexão em um contexto digital. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 10-19, jan. 2004. ISSN 1984-6924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2199/1843>>. Acesso em: 26/07/2019. doi:<https://doi.org/10.5007/%x>.
- DEMO, Pedro. **Pesquisa participante: mito e realidade**. Rio de Janeiro: SENAC/DN, 1984.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2006.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. The cultural logic of media convergence. In: **International Journal of Cultural Studies**. V. 7 (1), 2004, p. 33-43.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido**. Barcelona: Paidós, 1990.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

LOPEZ, Débora Cristina; DA MATA, José Henrique. Os gêneros jornalísticos e sua aplicação no radiojornalismo. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação**, Juiz de Fora, v. 3, n. 1, 2009.

LUCAS, Adriano S. **Top 10 esportes mais populares do mundo**. Disponível em: <<https://top10mais.org/top-10-esportes-mais-populares-mundo/>>. Acesso em: 23/07/2019.

MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2001. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora.

_____. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Disponível em: <file:///C:/Users/aluno/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>. Acesso em: 02/12/2018.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

NOCI, Javier Díaz. **Investigar en ciberperiodismo: apuntes**. Material do curso de Escrita Digital. Mimeo. Salvador, 2005.

O ESTADO de S. Paulo. **CBF vai criar a Série D do Brasileirão**. Disponível em: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,cbf-vai-criar-a-serie-d-do-brasileirao,147682>>. Acesso em: 06/12/2018.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história**. **Revista USP**, São Paulo, n. 56, dezembro-fevereiro 2002-2003, p. 66-85. Disponível em: <file:///C:/Users/ftuba/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/33808-Texto%20do%20artigo-39627-1-10-20120716%20(1).pdf>. Acesso em: 10/10/2018.

PALACIOS, Marcos.; MACHADO, Elias. **Manual do jornalismo na internet**, 1996. Disponível em: <https://facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm>. Acesso em: 07/07/2019.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. Nova York: Columbia University Press, 2001.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão**. Disponível em:

<<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>>. Acesso em: 02/12/2018.

RIBEIRO, Paulo Silvino. **A Escola de Frankfurt**. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/a-escola-frankfurt.htm>>. Acesso em: 23/07/2019.

SALAVERRÍA, R.; GARCÍA AVILÉS, J. A.; MASIP, P. M. Concepto de convergencia periodística. In: LOPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. **Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SAMPAIO, Walter. **Jornalismo audiovisual**:

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

_____. Ferramentas de publicação de conteúdos na internet no contexto do ciberjornalismo. In: CD-ROM do **XI Encontro de Professores de Jornalismo**. São Paulo, 2008.

SILVA, Felipe Augusto Pereira. **Estudos para o desenvolvimento de um conceito de futebol alternativo como base para a revista especializada Série Z**. Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/Silva_TCC_-_Serie_Z.pdf>. Acesso em: 23/07/2019.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.

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

WARD, Mike. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.

YAMAOKA, Eloi. O uso da internet. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DOCUMENTÁRIO 1.....30

APÊNDICE B – ROTEIRO DOCUMENTÁRIO 2.....33

APÊNDICE A – ROTEIRO DOCUMENTÁRIO 1

TEM BOLA NA TUBA EPISÓDIO 01 – A HISTÓRIA DA SÉRIE D

DURAÇÃO: 12-15 MIN

TÉC: RODA TRILHA DE ABERTURA 20"

LOC: OI, PESSOAL, TUDO BEM?/ O TEM BOLA NA TUBA COMEÇA HOJE A CONTAR A HISTÓRIA DA QUARTA E ÚLTIMA DIVISÃO DO CAMPEONATO BRASILEIRO./ A SÉRIE D./ D DE DIFERENTE, D DE DIVERTIDA, D DE DEMOCRÁTICA./ NESTE PRIMEIRO EPISÓDIO, VAMOS VER COMO COMEÇOU ESSE ESPETÁCULO DO FUTEBOL ALTERNATIVO, DO FUTEBOL RAIZ.//

TÉC: RODA TRILHA 10"

LOC: NOSSA HISTÓRIA COMEÇA NO ANO DE 2008./ O DIA É 28 DE MARÇO, UMA SEXTA-FEIRA./ A CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL RESOLVE DIMINUIR O NÚMERO DE CLUBES PARTICIPANTES DA SÉRIE C./ É A ÚLTIMA DIVISÃO DO BRASILEIRÃO./ DESSA FORMA, MUITOS CLUBES ESTÃO CORRENDO RISCO DE FICAR SEM CALENDÁRIO APÓS OS ESTADUAIS./ OPA, VAMOS CRIAR UMA NOVA DIVISÃO!/ MAS ESPERA AÍ./ POR QUE TUDO ISSO ESTARIA ACONTECENDO?/ É O QUE NOS CONTA O CRIADOR E EDITOR DA REVISTA SÉRIE Z, FELIPE AUGUSTO.//

FELIPE FALA. 30"

DI: A SÉRIE D TEVE ESSE FOCO...

DF: ...QUE AGORA É A ÚLTIMA DIVISÃO DO NOSSO FUTEBOL.

LOC: O FELIPE NOS FALA MAIS SOBRE A REVISTA SÉRIE Z E COMO SURTIU A IDEIA DE CRIÁ-LA.//

FELIPE FALA. 2'

DI: A REVISTA SÉRIE Z SURTIU...

DF: ...ESSE É NOSSO OBJETIVO COM A REVISTA.

LOC: A SÉRIE Z LANÇA, TODO ANO, O GUIA DA SÉRIE D./ QUEM AÍ JÁ COMPROU O GUIA DO BRASILEIRÃO DA PLACAR?/ COM AS FICHAS DOS CLUBES E JOGADORES?/ POIS É, A REVISTA SÉRIE Z TEM UM PROJETO PARECIDO./ MAS COM A NOSSA QUERIDA QUARTA DIVISÃO./ E SEM PAPEL, SEM DERRUBAR NENHUMA ÁRVORE./ MODERNA, DIGITAL, MAS SEM DEIXAR DE SER RAIZ./ QUE IDEIA MARAVILHOSA, NÃO?/ MAS VOLTEMOS AO NOSSO TEMA PRINCIPAL.//

TÉC: RODA TRILHA 15"

LOC: UMA IMPORTANTE LIÇÃO QUE A SÉRIE D NOS PASSA É QUE SEMPRE HÁ ESPAÇO PARA MAIS UM./ PARA MAIS CAMPEÕES, PARA MAIS GUERREIROS, PARA MAIS HISTÓRIAS PARA CONTARMOS AQUI NO TEM BOLA NA TUBA QUE VOCÊ DIFICILMENTE VERÁ NOS GRANDES PROGRAMAS ESPORTIVOS./ NÃO É MESMO, FELIPE?//

FELIPE FALA. 50"

DI: QUANDO VOCÊ CRIA UMA NOVA DIVISÃO...

DF: ...A GENTE CRUZOU O BRASIL AÍ.

LOC: DE FATO, ESSE BRASILEIRÃO, DIGAMOS, MAIS APERTADO, FACILITOU QUE TIMES DE PESO CRUZASSEM O CAMINHO DOS TIMES MENORES./ VAMOS DAR ALGUNS EXEMPLOS.//

RODA TRILHA 20"

LOC: EM 2006, OS GIGANTES BAIANOS BAHIA E VITÓRIA ESTIVERAM NA SÉRIE C, TENDO CAÍDO JUNTOS DA SEGUNDONA UM ANO ANTES./ O TRICOLOR ENFRENTOU NA PRIMEIRA FASE CONFIANÇA DE SERGIPE, CSA DE ALAGOAS E COLO-COLO DE ILHÉUS./ JÁ O RUBRO-NEGRO COMEÇOU O CAMPEONATO ENFRENTANDO CORURIFE DE ALAGOAS, PIRAMBU DE SERGIPE E IPITANGA DA BAHIA./ CONFIANÇA E CSA ESTÃO ENTRE OS MAIORES E MAIS VITORIOSOS CLUBES DE SEUS ESTADOS./ NÃO SERIA SURPRESA VER PELO MENOS UM DELES SUBINDO./ MAS VOCÊ CONSEGUE IMAGINAR O CORURIFE CHEGANDO A ENFRENTAR O VITÓRIA NA ATUAL SÉRIE D?/ OU O COLO-COLO DE ILHÉUS ENCONTRANDO O BAHIA?/ MAIS FÁCIL SE FOREM O VITÓRIA DA CONQUISTA E O BAHIA DE FEIRA, NÃO É?/ E TEM MAIS.//

RODA TRILHA 10"

LOC: POIS É./ QUEM NÃO SE LEMBRA DA PRESENÇA DO GIGANTE FLUMINENSE NA SÉRIE C DE 1999?/ ATÉ HOJE, MOTIVO DE PIADA PARA OS TORCEDORES RIVAIS./ MAS COMO NÃO SER, TERMINANDO A PRIMEIRA FASE ATRÁS DO SERRA DO ESPÍRITO SANTO E JOGANDO TAMBÉM COM ANAPOLINA, GOIÂNIA, VILLA NOVA DE MINAS GERAIS E DOM PEDRO SEGUNDO DO DISTRITO FEDERAL?/ SIM, A CRIAÇÃO DA QUARTA DIVISÃO TORNOU MAIS DIFÍCIL QUE TIMES COMO CORURIFE, VILLA NOVA DE MINAS, OPERÁRIO DE PONTA GROSSA E CHAPECOENSE TIVESSEM ADVERSÁRIOS COMO FLUMINENSE, BAHIA E VITÓRIA NO CAMINHO PARA REALIZAR O SONHO DE SAIR DO FUNDO DO POÇO./ DIFÍCIL, MAS NÃO IMPOSSÍVEL./ SIM, AGORA O FELIPE VAI FALAR DE TIMES QUE NÃO SÃO GRANDES, MAS SÃO VELHOS CONHECIDOS DO TORCEDOR EM TODO O PAÍS, E QUE JÁ MARCARAM PRESENÇA NA QUARTA DIVISÃO.//

FELIPE FALA. 2'50"

DI: BOM, O SANTA CRUZ, O REMO, O JUVENTUDE...

DF: ...QUE É O CASO DESSES QUATRO TIMES.

LOC: É, PESSOAL./ TODA HISTÓRIA TEM SEU COMEÇO, O SEU “ERA UMA VEZ”./ E, NAQUELE DIA DE 2008, A SÉRIE D NASCIA PARA DAR MAIS ESPAÇO NO CAMPEONATO BRASILEIRO PARA HISTÓRIAS DIVERTIDAS, DIFERENTES, QUE SEGUIRÃO SENDO ESCRITAS./ E CONTADAS AQUI NO NOSSO TEM BOLA NA TUBA!//

RODA TRILHA 25"

LOC: NO PRÓXIMO EPISÓDIO, VAMOS FALAR DAS EQUIPES QUE CONSEGUIRAM O ACESSO À SÉRIE C AO LONGO DESSA HISTÓRIA MARAVILHOSA./ ATÉ LÁ!//

APÊNDICE B – ROTEIRO DOCUMENTÁRIO 2

TEM BOLA NA TUBA EPISÓDIO 02 - SÉRIE D: QUEM JÁ SUBIU

TÉC: RODA TRILHA DE ABERTURA 20"

LOC: OI, PESSOAL, TUDO BEM?/ NO EPISÓDIO ANTERIOR, A GENTE VIU COMO SURTIU A SÉRIE D, COMO ELA COMEÇOU A SER DISPUTADA./ E FALAMOS TAMBÉM SOBRE O PAPEL DA QUARTA DIVISÃO NA DISTRIBUIÇÃO DOS TIMES QUE DISPUTAM O CAMPEONATO BRASILEIRO./ HOJE JÁ FAZ DEZ ANOS QUE ELA ACONTECE./ E AÍ, VAMOS CONVERSAR SOBRE OS TIMES QUE CONSEGUIRAM O MAIOR OBJETIVO DE QUEM ESTÁ NA SÉRIE D, O DE SUBIR DE DIVISÃO, SUBIR DE NÍVEL?//

TÉC: RODA TRILHA 10"

LOC: POIS É, PESSOAL./ QUEM NÃO SONHA EM SAIR DO FUNDO DO POÇO, EM TIRAR O PÉ DA LAMA?/ ATÉ 2018, 39 TIMES JÁ CONSEGUIRAM./ ALGUNS MAIS TRADICIONAIS, OUTROS NEM TÃO CONHECIDOS./ NOSSO CONVIDADO DE HOJE É O DIEGO FREIRE, DO ÚLTIMA DIVISÃO./ COMO O NOSSO TEM BOLA NA TUBA, O ÚLTIMA DIVISÃO É UM PROJETO MULTIMÍDIA FOCADO NO FUTEBOL ALTERNATIVO./ TEM UM BLOG, UM CANAL NO YOUTUBE E CONTAS EM REDES SOCIAIS./ MAS, DIEGO, DIZ AÍ: COMO SURTIU ESSA IDEIA?//

DIEGO FALA. 2'

DI: BOM, SOBRE O ÚLTIMA DIVISÃO...

DF: ...E É ISSO AÍ.

LOC: QUE LEGAL, NÃO É?/ TEM TUDO A VER COM O NOSSO PROJETO AQUI./ BOM, O DIEGO AGORA VAI CONTAR PRA GENTE QUAL HISTÓRIA DE TIME QUE SUBIU, DE TIME QUE FOI CAMPEÃO, ELE ACHA A MAIS INTERESSANTE.//

RODA TRILHA 15" - HINO DO SÃO RAIMUNDO DE SANTARÉM

DIEGO FALA. 45"

DI: E OLHA, PASSADAS DEZ EDIÇÕES...

DF: ...MESMO QUE DEPOIS TENHA CAÍDO NO ANO SEGUINTE, NÉ?

LOC: DE FATO, O TOMBENSE É DE MINAS GERAIS, QUE É UM DOS GRANDES CENTROS DO NOSSO FUTEBOL, NÃO É MESMO?/ MAS, ALÉM DE NÃO SER DA CAPITAL, ALÉM DE SER DA PEQUENA CIDADE DE TOMBOS, QUASE DIVISA COM O RIO DE JANEIRO, É UM CLUBE QUE VIROU PROFISSIONAL QUASE CEM ANOS DEPOIS DA FUNDAÇÃO, POR INICIATIVA DE UM EMPRESÁRIO./ ENQUANTO O SÃO RAIMUNDO É DO PARÁ./ ALGUÉM AÍ CONHECE ALGUM

TIME DO PARÁ QUE NÃO SEJA O REMO, O PAYSANDU OU MESMO A TUNA LUSO?/ POIS É. TODOS ESSES TRÊS SÃO DA CAPITAL BELÉM, JÁ FORAM CAMPEÕES ESTADUAIS E JÁ ESTIVERAM NA PRIMEIRA DIVISÃO BRASILEIRA./ O SÃO RAIMUNDO É DO INTERIOR DO ESTADO, É DE SANTARÉM, E NUNCA CONSEGUIU NADA DISSO./ E TEM OUTRO QUE O DIEGO TAMBÉM DESTACA.//

RODA TRILHA 10" - HINO DO OPERÁRIO DE PONTA GROSSA

DIEGO FALA. 10"

DI: OPERÁRIO DE PONTA GROSSA...

DF: ...COM GRANDE EXPECTATIVA.

LOC: A HISTÓRIA DO OPERÁRIO É AINDA MAIS ESPECIAL./ O TIME DE PONTA GROSSA SUBIU E FOI CAMPEÃO DA SÉRIE D EM 2017./ NAQUELE ANO, O FANTASMA, COMO É CARINHOSAMENTE CHAMADO, ESTAVA NA SEGUNDA DIVISÃO DO CAMPEONATO PARANAENSE./ TINHA CAÍDO UM ANO ANTES./ E UM ANO DEPOIS DE TER CONQUISTADO O TÍTULO ESTADUAL PELA PRIMEIRA VEZ EM MAIS DE CEM ANOS DE EXISTÊNCIA./ UMA LINDA HISTÓRIA DE SUPERAÇÃO QUE SEGUIU COM O TÍTULO DA SÉRIE C JÁ EM 2018, MESMO ANO DA VOLTA À PRIMEIRA DIVISÃO DO PARANÁ./ E VAMOS EM FRENTE QUE ATRÁS VEM GENTE./

RODA TRILHA

LOC: E COMO SE ESQUECER, PESSOAL, DAQUELES TIMES, DAQUELAS TORCIDAS QUE UM DIA CHEGARAM AO PRIMEIRO DIA DE JOGO NA SÉRIE A, OLHARAM LÁ ATRÁS E NEM ACREDITAVAM QUE ESTAVAM LÁ, NA QUARTA DIVISÃO, JOGANDO COM TIMES MAIS MODESTOS E AGORA VÃO ENFRENTAR OS MAIORES DO PAÍS?/ O DIEGO AGORA FALA DO MAIS FAMOSO DE TODOS ESSES CASOS, O MAIOR DESSES EXEMPLOS DE SUPERAÇÃO.//

RODA TRILHA 15" - HINO DA CHAPECOENSE

DIEGO FALA. 10"

DI: E É BACANA TAMBÉM QUE...

DF: ...CONSEGUIU GANHAR MUITA COISA DESDE ENTÃO.

LOC: SIM, A CHAPECOENSE./ ELA FOI MESMO UM DOS TIMES QUE SAÍRAM DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA SÉRIE D, LÁ EM 2009./ CHEGOU NA PRIMEIRA DIVISÃO EM 2013, SEM NENHUM REBAIXAMENTO ANTES./ E FOI TAMBÉM O ÚNICO TIME QUE SAIU DA SÉRIE D E CHEGOU À TAÇA LIBERTADORES./ DUAS VEZES, ALIÁS./ MAS A PRIMEIRA, AH, A PRIMEIRA!/ NÃO ERA PARA TER SIDO DAQUELE JEITO, NÃO É?/ TODO MUNDO VIU, NOVEMBRO DE 2016, O SONHO INTERROMPIDO QUE QUASE UM TIME TODO TINHA DE LEVAR UM TÍTULO CONTINENTAL PARA CHAPECÓ, PARA SANTA CATARINA./ POIS BEM, HOJE A

CHAPE JÁ SUPEROU ISSO./ E TUDO QUE VEIO DEPOIS DAQUELA TRAGÉDIA./ NÃO SAIU MAIS DA SÉRIE A./ E TEM MAIS.//

RODA TRILHA 15" - HINO DO CSA

LOC: CENTRO SPORTIVO ALAGOANO, OU SIMPLEMENTE CSA./ SIM, O "SPORTIVO" É SEM O E NA FRENTE./ EM 2018, O CSA FOI O PRIMEIRO A CONSEGUIR SUBIR TODAS AS DIVISÕES EM SEQUÊNCIA./ EM 2017, HAVIA SAÍDO DA SÉRIE C./ E EM 2016, DA SÉRIE D./ INCRÍVEL, NÃO É?/ MAS QUAL SERÁ O PRÓXIMO A SAIR DA ÚLTIMA DIVISÃO E ALCANÇAR AS ESTRELAS? AQUI ESTÁ O PALPITE DO NOSSO AMIGO DIEGO.//

RODA TRILHA 15" - HINO DO LONDRINA

DIEGO FALA. 30"

DI: MAS EU ACHO QUE O LONDRINA...

DF: ...DA SÉRIE D PRA SÉRIE A.

LOC: VAMOS FICANDO POR AQUI./ PARA ENCERRAR ESTE PROGRAMA, UMA IMPORTANTE MENSAGEM: NUNCA OLHE COM DESPREZO PARA A SÉRIE D, POIS NELA PODE ESTAR UMA NOVA CHAPECOENSE, UM NOVO CSA, UMA NOVA HISTÓRIA EMOCIONANTE E INSPIRADORA./ ATÉ A PRÓXIMA!!!