



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

JONAS ARAÚJO NASCIMENTO

**Projeto Experimental do Produto de Construção do Blog de
jornalismo especializado “Dando de Bico”**

**CAMPINA GRANDE – PB
2014**

JONAS ARÁUJO NASCIMENTO

**Projeto Experimental do Produto de Construção do Blog de
jornalismo especializado “Dando de Bico”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Fernando Firmino da Silva

CAMPINA GRANDE – PB
2014

N244p Nascimento, Jonas Araújo

Projeto experimental do produto de construção do blog de jornalismo especializado “dando de bico” [manuscrito] / Jonas Araújo Nascimento. – 2014.

41p. : il. Color.

Digitado.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva, Departamento de Comunicação Social".

1. Blogs. 2. Jornalismo digital. 3. Jornalismo esportivo. 4. Futebol. I. Título.

21. ed. CDD 070.4

JONAS ARAÚJO NASCIMENTO

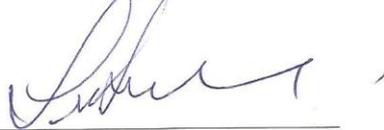
**Projeto Experimental do Produto de Construção do Blog de
jornalismo especializado “Dando de Bico”**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Comunicação Social - Jornalismo da
Universidade Estadual da Paraíba, em
cumprimento à exigência para obtenção
do grau de Bacharel em Comunicação
Social.

9,0

Aprovado em 17/07/2014.

FERNANDO FIRMINO DA SILVA
Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva / UEPB
Orientador



Prof. Luiz Barbosa Aguiar / UEPB
Examinador



Prof. Dr. Antonio Roberto Faustino da Costa / UEPB
Examinador

DEDICATORIA

Mais uma etapa finalizada em minha vida. Foram 4 (quatro) anos de muito estudo, dedicação e aprendizado.

Agora estou formado, posso soltar o grito. Sou um jornalista. Dedico essa fase da minha vida a todos que contribuíram para que eu pudesse chegar até aqui.

Só tenho uma frase a dizer Obrigado a todos.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus, por me dar força e disposição durante esses quatro anos de caminhada.

A minha esposa por sempre estar ao meu lado, não permitindo que a palavra desistir entrasse em meu dicionário.

A meus pais por terem me dado uma educação exemplar.

Ao meu orientador Prof. Fernando Firmino por todos os ensinamentos e toda paciência.

Agradeço a todos os amigos que foram conquistados durante esses anos.

Enfim, a todos que se fizeram presentes nessa caminhada.

Muito Obrigado!!

Projeto Experimental do Produto de Construção do Blog de jornalismo especializado “Dando de Bico”

NASCIMENTO, Jonas Araújo.

RESUMO

Esse produto experimental de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) trata-se do desenvolvimento do blog “Dando de Bico”, dentro de uma perspectiva de prática do jornalismo especializado, especificamente jornalismo esportivo na Internet. Considerando que o Brasil sedia em 2014 a Copa do Mundo e que o país vivencia ativamente o futebol tanto na categoria profissional quanto amadora, o blog “Dando de Bico”, procura contribuir com a disseminação de informação especializada através de análises, de notícias do dia a dia do esporte e da interação com o internauta. O resultado é um blog dinâmico que se utiliza da rede, a web, para lidar com o empreendedorismo no jornalismo e a paixão pelo futebol a partir de uma abordagem sobre a ótica do jornalismo esportivo especializado com as potencialidades do jornalismo digital. Uma das contribuições é trazer à tona e mostrar ao internauta o lado esquecido do futebol brasileiro como clubes e campeonatos com pouca visibilidade na mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Blogs. Jornalismo digital. Jornalismo esportivo. Futebol.

ABSTRACT

This experimental product monography (TCC) is the development of the blog "Giving peas", within a perspective of specialized journalism practice, specifically sports journalism on the Internet. Whereas the hosts Brazil in 2014 World Cup and that the country is experiencing actively both in football as Amateur Professional category, the blog "Giving peas", seeks to contribute to the dissemination of specialized information through analysis, day to day news of the sport and the interaction with the user. The result is a dynamic blog that used the network, the web, for dealing with entrepreneurship in journalism and the passion for football from an approach to the optical specialist sports journalism with the potential of digital journalism. One of the contributions is to bring out and show the user the forgotten side of Brazilian football as clubs and leagues with poor visibility in the media.

KEY-WORDS: Blogs. Digital Journalism. Sports journalism. Soccer.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01.....	home do blog Dando de Bico.....	21
Figura 02.....	menu com seções do blog Dando de Bico.....	21
Figura 03.....	títulos no blog.....	22
Figura 04.....	acessos ao blog.....	23

SUMARIO

1.0 Introdução.....	01
1.1 OBJETIVOS.....	02
1.1.1 Objetivo Geral.....	02
1.1.2 Objetivos específicos.....	02
2.0 JUSTIFICATIVA.....	03
2.1 PUBLICO ALVO.....	04
2.2 ORÇAMENTO.....	04
2.3 CRONOGRAMA.....	04
3.0 DESCRIÇÃO TÉCNICA DO PRODUTO.....	04
3.1 Definição do produto experimental.....	04
3.2 Design Gráfico.....	07
3.2 Jornalismo Especializado.....	09
Jornalismo Esportivo Impresso.....	10
Jornalismo Esportivo Televisivo.....	10
Jornalismo Esportivo Radiofônico.....	11
Jornalismo Esportivo Online.....	11
3.2.1 JORNALISMO ESPORTIVO.....	12
Jornalismo Esportivo no Mundo.....	12
Jornalismo Esportivo no Brasil.....	12
Mario Filho, jornalista esportivo na essência.....	12
Jornal dos Sports.....	13
Futebol e Radio um casamento que deu certo.....	13
Futebol na telinha.....	14
Jornalismo.....	14
Linguagem Jornalismo Esportivo.....	15
Central da Copa.....	16
Jornalismo Esportivo.....	16
Jornalismo Esportivo na Internet.....	17
Início da rede.....	17
Webjornalismo no Brasil.....	18
Portal Globo Esporte.....	18
Cartola FC.....	19
Bolão SporTV.....	19
Opinião.....	19
3.3 O PRODUTO: BLOG “DANDO DE BICO”.....	20
Tipologia e elementos gráficos.....	20
Subtítulos.....	21
Cores no blog.....	24
CONCLUSÃO.....	26
REFERENCIAS.....	27
REFERENCIAS ELETRÔNICAS.....	31

1.INTRODUÇÃO

O presente relatório é resultado do Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Trata-se de um projeto gráfico e editorial de um blog especializado em futebol. A página trás suas gírias, pérolas e fatos relevantes, às vezes irrelevantes e passagens curiosas sobre o mundo futebolístico tupiniquim.

Diferente dos grandes clubes, os clubes de menor expressão não tem tantas informações divulgadas na mídia, campeonatos como o Acreano, ou o Amapaense, por exemplo, só aparecem na grande mídia uma vez no ano, onde nessa oportunidade é divulgado o respectivo campeão estadual, ou trazem de uma forma pejorativa, mostrando as folhas salariais baixíssimas, a qualidade dos estádios ou a dupla jornada de seus atletas. Busco em meu trabalho fazer uma maior aproximação, tentar ser um canal de informação entre esses excluídos do futebol, com o grande publico que não os conhece.

O projeto experimental “Dando de Bico” procura resgatar histórias do futebol brasileiro que não são retratadas comumente nos meios de comunicação de massa tradicionais. Através do jornalismo especializado na Internet aborda contextos futebolísticos a partir do uso de recursos de multimídia e interatividade, entre outras características que ganham relevância na web. Portanto, esse TCC que ora apresentamos, estrutura um produto que combina tecnologia (internet) e futebol a partir da perspectiva do jornalismo especializado baseado no jornalismo esportivo. Deste modo, procuramos oferecer um produto diferenciado e com linguagem jornalística que permita ao público identificar a qualidade do nosso trabalho através dessas condições expostas.

É tentado em todo o projeto passar essas informações aos internautas. Em uma rápida olhada pelas seções, esse fato fica ainda mais evidente. Das seis seções contidas no blog, quatro evidenciam essa tentativa de resgate. A seção “Boleiros Paraibanos”, como o próprio nome sugeri, busca evidenciar os atletas nascidos no estado que brilharam no cenário, não só nacional, mas também no internacional, caso do Maestro Júnior, do Tetra campeão do mundo Mazinho e mais recente do atacante do Zenit/Russia e da Seleção Brasileira Hulk. Enquanto que “Clubes Brasileiros” é uma seção que trás clubes desconhecidos do internauta, ou será que você conhece Penarol do

Amazonas e o Adesg do Acre? Clubes que tiveram uma relativa ascensão nos últimos anos, caso do Salgueiro de Pernambuco, que foi campeão pernambucano em 2007 e disputou o Campeonato Brasileiro da 2ª Divisão em 2011. E também clubes que tiveram destaque no cenário nacional e hoje se encontram reduzidos a divisões inferiores, caso do União São João de Araras-SP, Gama do Distrito Federal e Botafogo de Ribeirão Preto, clube que revelou o atacante Sócrates.

“Fizeram Historia” revela em seu contexto clubes ou jogadores/treinadores que marcaram o futebol com uma conquista de relevância. Caso do atual treinador da Seleção Brasileira Luiz Felipe Scolari (Felipão), campeão da Copa do Brasil de 1991, com o desconhecido Criciúma de Santa Catarina, ou do Sport do Recife, campeão Nacional de 1987.

“Por onde Anda?” Segue no percurso do “Fizeram Historia”, com uma lista com jogadores que tiveram passagens marcantes, por grandes clubes do futebol nacional, fizeram muitos gols, e conquistaram títulos, mas que hoje vivem das glórias do passado. Caso dos folclóricos atacantes Tuta, Carlinhos Bala e Dimba e do zagueiro Anderson Polga, Penta Campeão com a seleção Brasileira no Japão e na Coreia do Sul. O projeto midiático do blog busca mostrar o futebol de um novo ângulo, o esporte e atletas longe dos grandes campeonatos e dos grandes estádios, clubes e atletas que buscam ganhar ou recuperar um espaço que um dia já lhe pertenceu.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral é estabelecer as diretrizes do desenvolvimento do Projeto experimental da produção de um blog (Dando de Bico), direcionado ao público que gosta de conteúdos esportivos, em especial o futebol.

1.1.2 Objetivos específicos

- Elaborar linha editorial e gráfica do blog que ajude a construir uma identidade visual junto ao leitor/internauta;
- Produzir conteúdos relacionados ao Jornalismo Esportivo, com conteúdos voltados para o futebol, e em especial a Copa do Mundo;

- Elaborar o projeto gráfico a partir dos conceitos de design gráfico que possa dar forma representativa ao conteúdo explorado;
- Romper Barreiras e preconceitos criados pela mídia relativos aos clubes de menor expressão do futebol brasileiro.

2.0 JUSTIFICATIVA

A partir das aulas da disciplina “Planejamento Gráfico e Editoração” ministrada no terceiro ano do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB surgiu o interesse de elaborar um produto midiático – o blog “Dando de Bico” – o blog irá abordar temas relacionados ao futebol brasileiro. Outra motivação pela escolha em produzir um blog especializado se deu por ser um campo do jornalismo onde cada vez mais cresce o número de leitores/internautas por esse segmento.

Atualmente o Brasil é o 3º em número de internautas com 25,5 milhões. Como afirma Mauro Beting (2005) o esporte é talvez o mais democrático dos temas. Atrai pessoas de todas as idades, de todas as camadas sócias e de todos os cantos. Segundo dados da pesquisa NetView, da Web Audiência, em Abril de 2014 os sites esportivos brasileiros tiveram 18,1 milhões de acessos por dia, cada leitor/internauta fica em media 51 minutos, lendo notícias relativas ao Campeonato Brasileiro e em especial a Copa do Mundo.

No entanto a maioria desses sites esportivos destaca apenas o futebol de elite em especial do eixo centro-sul do país. Neste sentido, o blog pretende avançar. O nome “Dando de Bico” simbólica uma jogada de menor teor criativo, de forma tosca e sem muita criatividade e coordenação.

Abordar o futebol de uma forma diferente trazendo em sua composição 06 sessões, destacando aqui a sessão Boleiros Paraibanos, que destaca a qualidade dos jogadores do nosso Estado. Desconstruir a mítica de um Estado sem futebol e sem expressão é o objetivo dessa sessão, ela destaca jogadores que ganharam grande destaque nacional, em especial os atletas que ganharam espaço e atuaram e atuam pela Seleção Brasileira. Caso do Tetra campeão Mazinho, natural de Santa Rita, e o caso mais recente do atacante Hulk, da cidade de Campina Grande.

2.1 PUBLICO ALVO

Voltado para aqueles que gostam desse esporte tão envolvente. Principalmente nesse ano de 2014, ano de copa do Mundo, na qual nosso pais é sede.

2.2 ORÇAMENTO

O produto midiático (Blog Dando de Bico) é totalmente gratuito, basta o leitor/internauta dispor de um computador com acesso a internet.

2.3 CRONOGRAMA

Atividades	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.
Orientação	X	X	X	X	X	X	X
Elaboração do Projeto	X	X					
Revisão Bibliográfica		X	X	X	X	X	X
Programação e design			X	X	X		
Resultado Final					X	X	X
Apresentação Do Trabalho							X

3.0 DESCRIÇÃO TÉCNICA DO PRODUTO

3.1 Definição do produto experimental

Com todo esse fenômeno digital e com a propagação das ideias nas mais diferentes mídias (Tv, Radio, computador, etc) e plataformas (celular, Tablet, etc) e levando em conta minha condição de estudante de comunicação social, resolvi não me

abster, nem ficar de fora desse novo fenômeno da qual todos nos, jornalistas ou não, estamos inseridos. O século XXI, conhecido como o século da informação.

Resolvi aderir a uma das ferramentas mais usadas na internet, o Blog. O blog é um micro site, de propriedade da Google, onde o escritor/internauta pode escrever assuntos de relevância e interesse por parte do autor. Com possibilidade de debates e troca de links. Já que hoje não podemos estar alheios a todo esse aparato tecnológico, em especial ao uso da internet.

A internet é debatida e discutida por um grande número de estudiosos. Nesse contexto em especial trataremos do Blogger, um micro site adquirido pela Google em 2004. Blog é uma abreviação de weblog. O termo “weblog” foi primeiramente usado por Jorn Barger, em 1994 (“web” + “log” arquivo web) para se referir a links na web.

Em 1999, o Blogger ganhou popularidade. Para quem não dominava o HTML, o blogger era uma ótima pedida já que ele possui uma maior facilidade de publicação e manutenção. Pode ter diversos conteúdos e seus usuários são chamados de Blogueiros. Com características únicas os blogs, em essência, liberam ao autor/editor de fazer o design: basta criar o conteúdo, clicar e já está publicado na rede. Foi essa facilidade de criação e uso que os tornou muito populares. Em 2001 o Blogger despontou como fenômeno. O blog possui uma linguagem leve e instantânea, de fácil gerência e atualização, na qual Guillermo Franco (2008, p.154) o define como: “Os blogs, em essência, liberam ao autor/editor de fazer o design: basta criar o conteúdo, clicar e já está publicado na rede. Foi essa facilidade de criação e uso que os tornou muito populares”

O Blog apresenta três características principais, é um jornal online frequentemente atualizado, com debate de ideias e complementadas com comentários. Diante desse conceito, podemos classificar o Blog como uma inovação no fazer jornalismo, com afirma Mark Briggs (2010, p. 54) “A Internet provou ser melhor para mim, como escritor e também para os leitores, do que a versão impressa.” Cores, fontes, gráficos, info gráficos e hiperlink, tudo isso contribui para dar uma dinâmica a diagramação e criar uma proximidade maior com o leitor/internauta. Com toda essa liberdade de propagar e debater ideias Bem Mutzabaugh (2010, p. 54) afirma:

Na versão impressa é fácil você entrar em conflito com os leitores porque as pessoas estão sempre procurando pequenos erros no seu texto. Isto faz com que o jornalista fique na defensiva. Nos blogs, os leitores concordam com você e o ajudam. Eles querem que a matéria esteja correta... os leitores ajudam

o blog a ganhar importância, coisa que um autor individualmente não conseguiria.

Para que o Blog não se torne enfadonho e cansativo é preciso que ele apresente títulos objetivos, dessa forma ele “antecipa o conteúdo do texto e faz isto de forma convincente” (BEM MUTZABAUGH, 2010, p.59), posts breves, atualização constante e espaço para debate entre o Jornalista/Produtor do Blog e o leitor/internauta.

O blog apresenta três definições mais estudadas. Blood (2002) define o Blog como estrutural, que apresenta em comum o formato e é “freqüentemente atualizados, bem como a possibilidade de uma lista de links apontando para sites similares” (BLOOD, 2002) . Definição essa reforçada por Schmidt (2007, p.30):

Websites freqüentemente atualizados onde o conteúdo (texto, fotos, arquivos de som, etc) são postados em uma base regular e posicionados em ordem cronológica reversa. Os leitores quase sempre possuem a opção de comentar em qualquer postagem individual, que são identificados com uma URL única.

Alguns autores definem o Blog como Funcional, eles atuam como meio de comunicação. Segundo Marlow (2004, p.31): “Weblogs constituem uma conversaço massivamente descentralizada onde milhões de autores escrevem para a sua própria audiência”. Para Shah (2005, p.32) os blogs apresentam artefatos culturais: “Blogs, se ob servados enquanto artefatos culturais, podem revelar diferentes ideias de por que as pessoas blogam e quais são os motivos do meio – ciberespaço – que eles herdaram”

Com o boom da internet no começo da década de 90, os blogs serviram de plataforma para uma nova forma de se fazer jornalismo. Esse processo teve com impulsionador a guerra do Iraque de 2001. Como afirma Marx Briggs (2007. Pg 56 e 57): “A energia criada pelos blogs sobre o 11 de setembro gerou uma discussão apaixonada que acabou levando a ação militar no Iraque e depois contaminou a campanha eleitoral de 2004”.

A especialização é umas das principais características desse produto. Neste trabalho, tratarei de um micro site, voltado para o cenário esportivo nacional. Segundo os pesquisadores Breno Benedito, Fernando Richter e Rafael Carrieri (http://www.unisa.br/focaqui/Foca8/esporte_dezembro.html), em Artigo escrito para o Site Focaqui, da Universidade de Santo Amaro, afirma que:

O jornalismo esportivo, por exemplo, foi o segmento que mais sentiu de perto essa brusca transformação, principalmente pelo domínio de uma ferramenta que está em plena evolução, mas que, com menos de 20 anos de existência, é a mais procurada e acessada pelo mundo: a *internet*.

Uma linguagem dinâmica, leve e bem humorada, característica marcante do jornalismo esportivo. Abordando assuntos que não tem tanto espaço nos grandes sites brasileiros, clubes com pouca ou nenhuma expressão e campeonatos de divisões inferiores.

3.2 Design Gráfico

A origem do vocábulo Design tem origem no latim Designare, do qual derivam duas palavras bem mais conhecidas: desenhar e designar. A palavra design nasceu durante a Revolução Industrial, ganhando ênfase a partir da Segunda Guerra Mundial.

No Brasil começou a ser usado a partir da década de 1960. A profissão de designer é uma ocupação ancestral, e existe desde a época dos estribas. De uma forma geral trabalha com a elaboração de projetos. As principais atividades envolvidas no design gráfico incluem planejamento, diagramação e ilustração. Ao longo dos anos o termo design gráfico vem sendo substituído por outros mais específicos, como web design. Web design é um termo usado para o profissional responsável pela criação de páginas na internet. Sua função é produzir uma identidade visual compatível com as páginas na internet.

O design moderno tal qual o conhecemos, está relacionado a uma série de movimentos culturais e artísticos que tiveram início no final do século XIX, na Inglaterra, com John Ruskin, influente crítico de arte e William Morris, poeta e designer. Morris inclusive promoveu a revalorização da tipografia clássica, movimento esse com influência do Art Nouveau, que encerrou o romantismo na Europa. Em Paris, no início do século XX, o cubismo, movimento iniciado por Pablo Picasso e Georges Braque veio alterar de forma destacada o curso do Design. Outros movimentos tiveram grande influência para a modernização do design tais como futurismo, dadaísmo, surrealismo e construtivismo.

O século XX foi denominado como a era da informação. Esse século constituiu um grande marco para toda a Humanidade. Não apenas em fatos históricos que ficaram

gravados em nossas memórias, mas também pela variedade de avanços tecnológicos que vieram em sua grande maioria beneficiar o ser humano.

Sobre toda essa tecnologia Ana Maria Nicolaci da Costa (2006, p. 26) afirma:

A interconexão em rede de computadores mundiais foi feita tendo por base o mesmo conjunto de tecnologias que serve de infraestrutura a telefonia celular (Tecnologia em microeletrônica, computação, telecomunicação, radiodifusão e optoeletrônica) em uma época na qual os computadores pessoais já estavam em franco processo de difusão. Nesses primeiros momentos, a velha telefonia fixa desempenhou um papel importante na popularização da internet, pois era através das linhas telefônicas que os usuários conectavam seus computadores aos provedores de acesso a rede. Uma vez que começaram a surgir os provedores comerciais, quem quer que tivesse um computador e uma linha telefônica podia se conectar a internet.

Segundo Houaiss design “é a concepção de um produto, especialmente no que se refere a sua forma física e funcionalidade”. O design gráfico refere-se à área do conhecimento e a prática profissional relativas ao ordenamento estético/formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas destinadas a reprodução com objetivo estritamente profissional (VILLAS BOAS , 2000).

Desde a pré-história o homem passa por transformações sucessivas no seu modo de agir. A comunicação faz parte desse progresso. Desde a antiguidade as civilizações primitivas praticavam a comunicação gráfica, em forma de desenhos em rochas, retratando a caça e outras cerimônias festivas. Podemos observar duas leituras no Design. A leitura gráfica, letras, números e sinais de pontuação, elementos conhecidos como caracteres. E a tipografia tem como objetivo a comunicação em letra escrita. Para Heller & Drennam “O designer gráfico é um navegador que estrategicamente posiciona sinais, cores e essas são marcos, elementos integrais na arquitetura de uma página (1997, p.27)”.

Até o final do século XIX, as artes gráficas eram essencialmente produzidas em preto e branco e impressas em papel. O século XX foi denominado como a era da informação. Esse século constituiu um grande marco para toda a Humanidade. Não apenas em fatos históricos que ficaram gravados em nossas memórias, mas também pela variedade de avanços tecnológicos que vieram em sua grande maioria beneficiar o ser humano.

Dentro desse contexto podemos destacar a computação e as telecomunicações. A década de 90 se destacou pelo advento da internet e o início do século XXI foi marcado pela inclusão digital. Com o desenvolvimento da tecnologia, o computador

transformou-se numa importante ferramenta de trabalho, facilitando o desempenho de um profissional de design. Com o computador veio uma ferramenta indispensável para os designers modernos, os softwares, usados para dar um tratamento nas imagens, com ele aumentava-se a produção e a qualidade dos trabalhos. Com o trio computador, tecnologia e modernos softwares surgiram novas formas de ser fazer design, podendo ser destacado o design de movimento e o tridimensional (conhecido popularmente como 3D)

Segundo Astiz (2010. p.22) o design é um formador de opinião “Acredito no design gráfico como formador de opinião, com um discurso ativo na produção de novas formas de conhecimento e contribuições significativas a nossa sociedade”. Vemos que o design passou por varias transformações ate chegar ao que conhecemos hoje por Web Design. Transformações essas desde a Revolução Industrial, passando por Willian Morris, ate chegar hoje no computador (como ferramenta essencial e indispensável para qualquer design gráfico) e seus softwares cada dia mais moderno e eficiente, tudo isso aliado a um disseminador de ideias em tempo real, a Internet.

3.2 Jornalismo Especializado

O Jornalismo Especializado tem por principal característica a segmentação do mercado, com o objetivo de atingir grupos diferentes entre si. O papel do Especializado se apresenta nesse contexto como um norte, um ponto de referencia, no meio desse bombardeio de informações que são jogadas ao telespectador, ouvinte ou leitor, sem a “menor cerimônia”, não se preocupando com o conteúdo apresentado, se a informação é de fato verídica, se *procede ou não*.

O Jornalismo Especializado é um estudo novo que ainda engatinha no cenário acadêmico brasileiro. Nesse contexto, a Espanha ocupa lugar de destaque no debate desse assunto. O mesmo se faz presente nas academias espanholas desde a década de 1970. Com o advento do Rádio, que na década de 1950, já se identificavam à existência de cerca de 500 emissoras e quase meio milhão de aparelhos receptores. Na mesma década Assis Chateaubriand inaugura a TV Tupi. Os impressos entraram em uma crise. Econômica, crise do papel, crise de distribuição da imprensa, é nesse contexto, que a partir do final dos anos 1960 surgem as publicações especializadas.

De inicio os jornais eram pequenas fabriquetas de fundo de quintal que ocupavam função meramente opinativas, com um cunho político / ideológico. Eram

formas de expressão na maior parte das vezes de oposição aos regimes políticos vigentes.

Surge então em 1927, O Farol Paulistano, jornal de propriedade do senhor José da Costa Carvalho, na então Província de São Paulo. O Farol marca o início da imprensa periódica no Brasil. Circulava duas vezes por semana, a partir de 1929 três vezes e era composto por quatro páginas, vez por outra seis ou oito. Seu fim se deu em meados de 1931. O Jornalismo Especializado encontra-se dividido em 3 grupos principais: Os meios de comunicação (TV, Rádio, etc), O tema (Jornalismo esportivo, Econômico, etc) e a Junção de ambos, com o advento de novas mídias (Jornalismo Esportivo na Web, etc).

A reportagem compõe dessa forma um dos principais pontos do Jornalismo especializado. Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari definem reportagem como (1986. Pág. 09):

Um gênero jornalístico privilegiado. Seja no jornal nosso de cada dia, na imprensa não cotidiana ou na televisão, ela se afirma como o lugar por excelência da narração jornalística. É o mesmo, a justo título, uma narrativa – com personagem, ação dramática e descrições de ambiente - separado entretanto da literatura por seu compromisso com a objetiva informativa.

Diferentemente da notícia, que tem um caráter mais superficial, a Reportagem tem um foco investigativo, discursivo, argumentativo levanta questionamento e indagações. Analisando o Jornalismo Esportivo em três mídias:

Jornalismo Esportivo Impresso

A revista Placar, da Editora Abril, ocupa um lugar de destaque no Jornalismo esportivo no segmento impresso. Sua primeira edição data de 20 de março de 1970, e sua primeira capa foi estampada por Pelé. Lançada pouco antes da Copa do México tinha por finalidade preencher o espaço vazio nesse segmento. Hoje a revista tem uma tiragem média de 95 mil exemplares, e se encontra consolidada no segmento esportivo, em especial ao futebol.

Jornalismo Esportivo Televisivo

Destaque para um dois telejornais esportivos, ambos da Rede Globo, o Globo Esporte. Sua primeira exibição foi em 14 de agosto de 1978. Atualmente é transmitido de segunda a sexta e apresentado por Cristiane Dias. E o Esporte Espetacular, que teve sua primeira transmissão em 8 de dezembro de 1973. que é transmitido aos domingos e conta com a apresentação de Ivan Moré e Glenda Kozlowski.

Outra emissora com uma programação voltada para o esporte é a Rede Bandeirantes. O carro chefe da emissora é o programa Jogo Aberto, que é exibido de segunda a sexta pela jornalista Renata Fan. Além dos programas dominicais Band Esporte Clube apresentado por Paloma Tocci e com comentários de Ronaldo Giovaneli, e o 3º tempo, que é exibido sempre ao termino das partidas de futebol e apresentado por Milton Neves.

Jornalismo Esportivo Radiofônico

Destacam-se o Transamerica Esportes, na Radio Trasamerica com apresentação de Eder Luiz, Oswaldo Maciel e Antonio Edson, o programa Giro Esportivo, na Super Radio Tupi do Rio de Janeiro, apresentado por Wagner Menezes e Panorama Esportivo, na Radio Globo, com apresentação de Zeca Marques e o CBN Esportes, na Radio CBN, apresentado por Carlos Eduardo Eboli

Jornalismo Esportivo Online

Destaque também para o Globo Esporte, sendo esse em versão digital. O Portal funciona como uma revista online. Nela contem Estatísticas, gráficos, resultados de jogos nos mais variados esportes. O Site foi colocado no ar em 2005, e lidera a preferência do publico com 11 milhões de visitantes por mês, superando o segundo colocado UOL Esporte com 7,4 milhões de visualizações. Outro sites que merecem destaque é o Lance Net e a versão on-line da revista Placar.

3.2.2 JORNALISMO ESPORTIVO

Nesse capitulo será enfocado desde os primeiros vestígios de jornalismo esportivo, passando pelo Fanfulla, Jornal dos Sports, pelo dinamismo do radio, pelas

cores da televisão, pelo novo modelo de fazer jornalismo esportivo implantado pela revista Placar até chegar no mais moderno e ágil difusor de informações, a Internet.

Jornalismo Esportivo no Mundo

O mais antigo vestígio de jornalismo esportivo data de 1838. O jornal Inglês Bell's Life, que posteriormente passou a se chamar Sporting Life, é o mais antigo de que se tem notícia. Trazia em sua maioria notícias relacionadas ao Turfe, na qual ocupavam um terço das publicações.

Jornalismo Esportivo no Brasil

Na década de 1910 o jornal Fanfulla, deu o pontapé inicial para que o jornalismo esportivo ganhasse a simpatia dos leitores. Desse jornal originou-se o Palestra Itália, Hoje Sociedade Esportiva Palmeiras, fundado em 26 de agosto de 1914. A fundação da equipe se deu em convocações feitas pelo jornal, que chamou a comunidade italiana residente em São Paulo, e que fugiam da Primeira Guerra Mundial a fundar uma nova agremiação esportiva.

O jornal teve papel importante não só no futebol, mas também em outros esportes como o basquete e o vôlei. O Fanfulla teve papel fundamental e seus relatos, mesmo não sendo o que conhecemos hoje como jornalismo esportivo, ajudaram a construir a memória esportiva brasileira.

A época a seção esporte não recebia muito espaço nos jornais. O Correio Paulistano trazia uma coluna de seu jornal dedicada ao futebol e duas dedicadas ao turfe, esporte muito popular até então. Até mesmo o remo, esporte mais popular da época e que teve papel fundamental para a fundação de três grandes clubes do futebol carioca Clube de Regatas Flamengo, Clube de Regatas Vasco da Gama e o Botafogo Futebol e Regatas, não tinha muito espaço nos jornais.

Mario Filho, jornalista esportivo na essência

De forma tímida, em 1922, isso começou a mudar, em especial, o futebol. O jornal já contava com 4 ou 5 colunas. No estado do Rio de Janeiro foi onde o esporte ganhou cada vez mais espaço.

Mario Filho e seu irmão de Nelson Rodrigues foram os primeiros jornalistas esportivos brasileiro. Em 1926 Mario começa a escrever para o jornal A Manhã, onde esportes como futebol e regatas tiveram mais espaço.

Jornal dos Sports

Em 1930 Mario funda o jornal Mundo Esportivo, primeiro diário dedicado exclusivamente ao esporte, mas teve duração curta, apenas 8 meses. A busca por uma evolução no jornalismo esportivo não cessava e em 1931 surge no Rio de Janeiro o *Jornal dos Sports* que abordava futebol, remo, basquete, vôlei e muitas outras modalidades. De início um assunto polemico, a profissionalização do futebol brasileiro. Em São Paulo, nos anos de 1935/36, houve dois campeonatos simultâneos. No Rio, de divisão durou em pouco mais de 1933/37.

Futebol e Radio um casamento que deu certo

Com o surgimento do radio no Brasil na década de 20, surge um novo divulgador do esporte no país. A 1ª transmissão de uma partida de futebol se deu em 19 de julho de 1931. A partida narrada foi São Paulo 6 x 4 Paraná, em partida valida pelo campeonato brasileiro. Com transmissão da Radio Sociedade Educadora de São Paulo, narrada por Nicolau Tuma.

A 1ª transmissão de uma partida de Copa do Mundo foi no mundial de 1938, na França, onde Brasil e Polônia se enfrentaram, o Brasil venceu por 6 x 5, na prorrogação. O jogo foi narrado por Gagliano Neto, com transmissão da Radio Clube do Brasil. A copa do mundo de 1950, realizada em terras tupiniquins teve papel de destaque para o jornalismo esportivo da época. Mas o grito de campeão ficou atravessado, o Uruguaio Ghiggia calou o maior publico já registrado no Maracanã 173.850 torcedores.

Mas oito anos depois veio o grito que faltou em 1950, a seleção Brasileira conquistava a Copa do Mundo de 1958, sediada na Suécia. O Mundial teve a transmissão da Radio Guaíba do Rio Grande do Sul. Craques como Didi, Nilton Santos, Mazzola, Vavá, Zagallo e um jovem de 17 anos, Edson Arantes, ou para os amantes do futebol, simplesmente Pelé, viraram heróis nacionais.

Na década de 70, o futebol já tinha seu lugar de destaque na programação radiofônica dominical, a radio Excelsior, transmitia nas tardes de domingo uma partida de futebol. Ganha destaque nessa época Osmar Santos, eu trocou a Jovem Pan pela radio Globo, ele alavanca a radiodifusão no estado de São Paulo e de quebra torna-se o locutor esportivo mais bem pago do país.

Futebol na telinha

Na televisão o 1º jogo transmitido foi em 15 de outubro de 1950, pela TV Tupi. A partida valida pelo campeonato paulista, aconteceu no Pacaembu e foi disputado entre Palmeiras 2 x 0 São Paulo. Em 1954, a Record lança o 1º programa esportivo da televisão brasileira, o Mesa Redonda, apresentado por Geraldo José de Almeida e Paulo Tabajara. Na década de 50, a Record desponta no segmento esportivo.

O Brasil lançou sua primeira revista dedicada ao esporte, e em especial ao futebol em 1970. O país do futebol demorou um pouco ate ter uma revista dedicada ao esporte, países como Espanha e Argentina já o tinham desde 1927, o que seria a maior revista voltada ao futebol a revista Placar. Com a revista ganha-se mais veracidade nos textos e periodismo, já que a mesma circulava semanalmente. A 1ª edição da revista foi estampada por Pelé. Em meados da década de 90 surge uma nova forma de comunicação: a Intenet. O 1º portal esportivo foi o Lance.

Jornalismo

Outro fator que contribuiu para a aceitação e popularização do futebol deve-se a mudança na linguagem utilizada pelos jornalistas da época. Para quem não sabe, Nelson Rodrigues, era míope. É daí? Nada que uma boa dose de talento, criatividade e o jeito Nelson de escrever não resolvesse. Rodrigues era um especialista em da uma ênfase, um tom de mistério e heroísmo, as partidas e aos atletas. Em seu texto Deslizando como Cisnes (1993, p. 209), ele afirma:

Tostão apanha a bola, dribla um inglês, outro inglês. E ao terceiro inglês, passou-lhe a bola por entre as pernas. Em seguida, o formidável craque, vendo que os adversários, em hordas, vinham caçá-lo, deu uma maravilhosa virada para Pelé. O sublime crioulo está com a bola nos pés. Três ingleses rugem para ele. E, então, Pelé os engana lindamente. Em vez de chutar, passa para Jairzinho. Jairzinho recebe a bola e engana mais um inglês. E manda

uma bomba no canto. Esse gol, de uma trama genial, foi um momento de eternidade do futebol mundial.

Linguagem Jornalismo Esportivo

A linguagem esportiva não segue uma linguagem padrão, ou seja, não se prende as normas gramaticais, ela é movida pela paixão, pelo calor do momento. As transmissões esportivas, independente do meio em que sejam realizadas, exigem um alto grau de improviso e jogo de cintura por parte dos narradores. O dicionário Caldas Aulete (2004, p. 437) define improviso: “Ação ou resultado de improvisar; improvisação: O novo programa de TV quer reunir humor e improviso. ~ Sem ter preparado ou ensaiado antes (fala, discurso, execução de musica, etc).”

Diferentemente do que acontece hoje, a linguagem usada pelos jornalistas esportivos na década de 60, principalmente dos programas de televisão, funcionava apenas de forma documental, com o único compromisso com a verdade dos fatos, sem comentário ou arroteios. José Maurício Capinussú (1988. Pag. 15) afirma: “O linguajar diferente do comunicador esportivo tem motivos vários, que vão desde a necessidade de fugir do comum, imprimindo à expressão verbal um significado conotativa, até à incessante luta pela conquista da audiência”.

As mudanças começaram a acontecer na década de 70, os textos começaram a ser mais dinâmicos, mais bem humorados. A revista Placar é uma das precursoras dessa nova forma de ser escrever sobre jornalismo esportivo. Vale a pena salientar que essa nova linguagem fez surgir uma proximidade com o público, gerando assim novos leitores.

O futebol caminha lado a lado com o brasileiro, e por ser um esporte de massa, entra em cena uma linguagem coloquial, linguagem essa debatida nas praças, escolas, faculdades, no trabalho, enfim, nos mais diversos lugares. Segundo o Portal 2014(<http://www.portal2014.org.br/o-futebol-brasileiro/>), o Brasil hoje tem 2,1 milhões de atletas filiados nas 27 federações de futebol no Brasil. Contabiliza-se ainda 5 mil jogos por ano. Em pesquisa realizada pelo site Deloitte (<http://www.deloitte.com>), aponta que o futebol lidera a preferência dos telespectadores, seja ela em canais fechados (SportTV, BandSport, etc) ou canais abertos (Band, Globo, etc) o futebol ocupa 65,8% da grade de programação.

O futebol é o esporte preferido dos entrevistados com 78%, em segundo vem o vôlei com 46% e o mais praticado com 32%, seguido pela corrida com 17%. Na Rede Globo as sucessivas perdas na audiência de seu principal jornal esportivo, o Globo Esporte, fez a emissora reformular sua linguagem, tendo como idealizado o jornalista Tiago Leifert.

Leifert ocupa lugar de destaque nessa nova forma de se fazer jornalismo esportivo. Foi apresentador na TV Vanguarda, uma das afiliadas da Rede Globo no estado de São Paulo. No Globo Esporte paulista, atua como editor-chefe e apresentador. Tiago dinamizou o jornal e dispensou o teleprompter. Sai a tradicional bancada, entra um cenário mais interativo, uma linguagem mais dinâmica, mais bem humorada, e contando com a presença a presença de convidados.

De início Tiago recebeu muitas críticas por tratar do futebol apenas como diversão, ignorando outros fatores que o rodeavam, como exemplo, a falta de estrutura e planejamento do futebol brasileiro. Em entrevista a Revista Época(Ed 638, 07/08/2010) Leifert falou sobre a mudança no Globo Esporte: “Houve resistência, claro, como era de esperar. A mudança de estilo foi brusca. Mas era um desejo da emissora tentar implantar um novo jeito de fazer o Globo Esporte. As apostas que a gente fez assustaram um pouco no começo, mas vencemos no final.” Com Leifert, o Globo Esporte Paulista registrou aumento em sua audiência, principalmente entre os jovens. Modelo seguido pela Globo, no Rio de Janeiro, com Alex Escobar.

Central da Copa

Com a ótima aceitação do Globo Esporte, Leifert foi convidado a ser o apresentador do programa Central da Copa, em parceria com Lacombe, e o ex-jogador e hoje comentarista Caio Ribeiro, durante o mundial de 2010, realizado na África do Sul.

Jornalismo Esportivo

Durante os jogos da seleção brasileira a atração rendia 46 pontos de audiência. Por vezes o programa ainda contava com uma arquibancada, onde anônimos, atores e cantores se faziam presentes, para debaterem sobre os jogos do mundial.

O programa contava com três horários fixos. A primeira edição pela manhã, com apresentação de Luiz Ernesto Lacombe, a terceira no período da tarde e a terceira

no turno da noite, ambas apresentadas por Tiago. Diante do sucesso de audiência, a Globo decidiu manter a atração, mesmo com o fim da copa. Atualmente o Central da Copa, vai ao ar sempre que acontece um jogo da seleção brasileira. O programa voltou a ser exibido com regularidade durante a Copa das Confederações 2013, no Brasil.

Jornalismo Esportivo na Internet

Início da rede

Com o desenvolvimento do World Wide Web, que numa tradução para o português é algo parecido como rede de alcance mundial, no início da década de 90 pessoas do mundo inteiro podiam se comunicar com apenas um clique, ate meados de 90, a Internet já conectava 49 países. A Internet foi o meio de comunicação que teve propagação de forma mais instantânea. Entre sua descoberta e sua propagação, foram apenas 07 anos (1990/97). Outros meios de grande expressão como Televisão (1925/1950) e Radio (1895/1935) demoraram 25 e 40 anos respectivamente.

Com o surgimento dessa nova ferramenta muitos jornais viram a necessidade de atender a essa nova demanda de mercado. Jornais como O Estado de São Paulo, O Globo e Zero Hora foram os primeiros a migrar para a Internet, mas não com a mesma bagagem e tecnologia de hoje. Em pesquisa realizada pelo Instituto Internet World Stats, ate junho de 2010 constatou que 1,96 bilhão de pessoas tinham acesso a Internet. Para Luciana Moherdau (2007)

Internet é um conjunto de recursos tecnológicos que coloca a disposição de qualquer cidadão que possui computador, um modem e uma linha telefônica uma enorme quantidade de informação e possibilidade de acesso a serviços diversificados.

Nesse contexto o jornalismo na web se divide em quatro fases:

- 1ª fase: Os textos eram os mesmos da versão impressa, era apenas um Ctrl + C e Ctrl + V. Eram retirados da versão impressa para a on-line.
- 2ª fase: Já eram incorporados imagens e vídeos, os textos não são mais copias, já eram desenvolvidos especialmente para os sites.

- 3ª fase: WebTvs e Chats se fazem presentes nessa fase
- 4ª fase: O conteúdo passa a ser direcionado totalmente a Internet. O texto passa a ser pensado para a Web.

Webjornalismo no Brasil

O Web Jornalismo ganha força a partir do ano 2000, o 1º site esportivo a ter um amplo destaque foi o PSN (Pan American Sports Network). Antes do PSN, em 1997, foi criado o portal Lance!, mas sem o mesmo destaque. Em princípio, a Internet foi considerada um complemento dos meios de comunicação, hoje se constata sua consolidação como um meio de comunicação dinâmico e inovador. O web jornalismo é porta de entrada para os jovens focas, principalmente na editoria de esporte.

Em 2005 a Rede Globo lançou o Esporte na Globo, que em 2006 passou a se chamar Globoesporte.com. Hoje o portal Globo Esporte (das Organizações Globo), lidera a preferência do mercado com uma media mensal de 11 milhões de visualizações, seguidas por UOL Esporte 7,4 milhões de visualizações e o Terra Esportes com 3,2 milhões de visualizações.

Portal Globo Esporte

O site dispõem de notícias, esportes e entretenimento. Abrange também conteúdos de outros programas esportivos da emissora como Globo Esporte, Auto Esporte e Esporte Espetacular. Aborda o Futebol em sua maioria, atualmente 80% das temáticas noticiosas e das reportagens especializadas giram em torno de uma única modalidade desportiva que é o futebol. Mas também trás notícias de Basquete, Formula 1, Vôlei, Ginástica, Atletismo, MMA, Rúgbi, Handebol, Natação, Tênis, Surfe, Stock Car, Showboll, Futsal, entre outros.

Traz ainda conteúdos da SporTV, canal por assinatura das Organizações Globo. Outras seções se fazem presentes no site como, por exemplo, Eu Atleta, especializado em corridas de rua. Onde são abordados Treinos, Nutrição, Saúde e Equipamentos.

Cartola FC

Devido ao sucesso portal do GE e o canal SporTV, e visando uma maior aproximação com seus internautas, o portal criou o Cartola FC. Um Fantasy Game onde o internauta faz seu cadastro, escolhe nome, escudo, cores e modelos de uniforme de sua equipe. Cada jogador começa com C\$ 100 cartoletas (a moeda do jogo), e seu valor aumenta ou diminui de acordo com o desempenho dos atletas escalados.

Bolão SporTV

Outro sucesso da parceria Globoesporte.com/SporTV é o Bolão SprTV. A cada semana é disponibilizada uma tabela de 15 jogos de diferentes competições, onde os competidores apontam o possível placar da partidas. Ao fim de cada semana o jogador que mais pontuar recebe como premiação uma TV de Led 32” e kits promocionais.

Opinião

Espaço onde colunistas opinam sobre os mais variados esportes. Podemos citar o Bola nas Costas, classificado como o lado mais engraçado do futebol, o Blog do Surfe, onde Isabela Sousa, Tricampeã Mundial de Bodyborad, Rico de Souza, seis títulos nacionais e Andrea Lopes, empresária e atleta, discutem o esporte. Manto Fc, Especializado em vazar camisas no blog "Todo Sobre Camisetas", o uruguaio Eleté publica em primeira mão e analisa os uniformes de times e seleções de todo o mundo. E o Voando baixo onde encontra-se tudo sobre o mundo do esporte a motor análises, avaliações, entrevistas, vídeos e textos sempre com muito bom humor.

3.3 O PRODUTO: BLOG “DANDO DE BICO”

Tipologia e elementos gráficos

A escolha da tipologia é de fundamental importância para a construção do produto. O dicionário Caldas Aulete (2004, p. 772) define Tipologia como: “Estudo ou classificação dos tipos humanos ou de outra natureza. conjunto dos tipos de impressão que constituem um projeto gráfico”. Escolher corretamente a tipologia constitui sem dúvidas em um dos mais importantes processos para a construção gráfica de qualquer produto gráfico/editorial, através dela é que a mensagem é passada com clareza e legibilidade. O tipo da fonte passa a Transparência do texto. Como afirma Newton César, em seu livro Os primeiros segredos da direção de arte:

Fonte é o conjunto de caracteres de um mesmo estilo (família) em todos os corpos e variações de caixa alta e baixa, acentos, pontuações, etc. Fonte vem do latim fundere (fundir). Antes da era digital fundir era a técnica usada para fazer tipos de metal. (2009, p. 84)

O título do Blog (figura 1) encontra-se localizado ao centro da página com a fonte Mountains of Christmas (Uma fonte bem descontraída, ideal para o título do blog, já que na expressão do futebol dar de bico é uma jogada sem jeito, sem coordenação, bagunçada). Encontra-se em negrito, Itálico, com tamanho 180, na cor preta. Cor definida para contrastar com o fundo da página e dar ênfase e destaque ao título do Blog. Por trás do título apresenta-se a imagem de torcedores de pé com os braços levantados, comemorando com euforia a emoção de um gol.



Figura 1 – home do blog Dando de Bico

O nome dos textos de guia ou seções (figura 02) encontra-se no canto superior central da página, abaixo do nome do blog. Nela foi utilizada a fonte Geórgia, tamanho 14, com boa legibilidade, com design simples, na cor branca sobreposta a um tom mais escuro presente na guia.



Figura 2 – menu com seções do blog Dando de Bico

Subtítulos

Os “subtítulos” estão em Geórgia, tamanho 16, a mesma fonte e tamanho utilizada nas postagens, não há uma diferenciação, o tamanho da fonte não muda, isso por que a fonte Geórgia é um tipo com serifa, que facilita o desenvolvimento da leitura,. Postagens As postagens mantem a fonte Geórgia, que continua com o mesmo tamanho 16. (figura 3)

SEXTA-FEIRA, 4 DE JULHO DE 2014

Brasil vence Colômbia e avança

Num jogo pegado e muito faltoso, o jogo com mais faltas ate aqui, foram 54, foram cometidas 31 faltas pelo Brasil e 23 pela Colômbia. com 4 cartões amarelos, Tiago Sila e Julio Cesar pela seleção Brasileira e James e Yepes pela seleção Colombiana.

Apesar de ser um jogo com muitas faltas, foi um jogo bem jogado e bem disputado.

Tiago Silva abriu o placar aos 6 minutos do 1º tempo. David Luiz ampliou aos 22 do 2º tempo.

No final do jogo Julio Cesar comete pênalti, convertido por James, que marca seu 6º gol na Copa e se distancia ainda mais na artilharia. Com o cartão amarelo recebido o capitão Tiago Silva está fora do próximo jogo. O destaque negativo da partida foi a agressão praticada pelo jogador colombiano Zuniga em cima do brasileiro Neymar. O mesmo fraturou a 3ª vértebra e está fora da Copa, já que a recuperação para esse tipo de lesão vai de 4 a 6 meses, período da qual a seleção brasileira não dispõe, já que a final do Mundial é dia 13, caso a seleção Brasileira chegue a final, não haverá tempo hábil para a recuperação do atleta Brasileiro.

Postado por Jonas Araujo às 18:16

Nenhum comentário:

  **Recomende isto no Google**

Marcadores: Dando de Bico

Figura 3 – títulos no blog

Para as demais guias foi usada também a fonte Geórgia, já que a mesma favorece uma boa leitura. Foram utilizadas ainda nas guias Pesquisar esse blog, visualizações, Links uteis, vídeo e meus posts (Figura 4). Todas com fonte tamanho 16.

PESQUISAR ESTE BLOG

Pesquisar

VISUALIZAÇÕES

4,672

LINKS ÚTEIS

CBF

Escudos de Clubes

Federação Paraibana de Futebol

GE Paraíba

Globo Esporte



tecnologia 

MEUS POSTS

 **2014 (53)**

 **2013 (103)**

Figura 4 – acessos ao blog

Decidi adotar apesar dois tipos de fonte para que a identidade visual não fosse comprometida, dessa forma evita-se assim uma poluição visual. Tese defendida por Newton Cesar (2009, p. 81):

Para minha surpresa, entretanto, por volta do ano de 1994, comecei a ver gente misturando fontes num único trabalho. Foi uma moda passageira e, felizmente, passou rápido. Digo felizmente por que, afinal, quando não se obedece a alguns critérios nessas misturas, o trabalho fica comprometido mesmo, eis tudo. Então, passei a adotar o critério menos conflitante: usar, no máximo, três fontes num só trabalho, e ainda com restrições. Geralmente, o critério que ninguém questiona é usar uma ou duas fontes. Se forem duas, escolha uma para o título, outra para o texto.

Cores no blog

A cor se faz presente em todos os ambientes por onde circulamos, quer seja em nossa casa, rua, faculdade ou trabalho. No design a cor serve de direção, para guiar o leitor/internauta ate uma informação importante e de relevância. Como afirma Lilian Ried Miller Barros:

A cor representa uma ferramenta poderosa para a transmissão de ideias, atmosferas e emoções e poder captar a atenção do publico de forma forte e direta, sutil e progressiva, seja no processo arquitetônico, industrial (Design), gráfico, virtual (Digital), cenográfico, fotográfico, cinematográfico, seja nas artes plásticas. (2006, p. 15).

No titulo do blog “Dando de Bico”, decidi adotar a cor preta por tornar a leitura mais dinâmica. Por trás do titulo do blog aparece à imagem de uma arquibancada com torcedores de pé, esperando o ápice do futebol, o gol. O momento mais esperando para todos aqueles que se encontram, quer seja no estádio, quer seja no sofá de casa.

Nas postagens (figura 03) estão inseridos o branco e o preto, presentes em todos os textos. Nas matérias foi utilizamos a cor preta para os títulos e matérias, para contrastar com o fundo branco, nesse caso tem-se uma ótima visualização por parte do leitor/internauta. Resolvi deixar propositalmente os textos centralizados a esquerda deixando espaços em branco, dessa forma há um balanceamento e uma harmonização da pagina. Com essa composição de cor a leitura se torna mais objetiva, primeiro pelos

tons que compõem o projeto midiático, segundo pela mídia abordada, pois o blog tem textos curtos, e de leitura rápida.

CONCLUSÃO

O presente relatório teve por finalidade abordar todos os procedimentos utilizados para produção e confecção do projeto experimental do blog “Dando de Bico” como apresentação para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). A partir de reflexões teóricas e práticas cheguei ao produto final, um blog especializado em jornalismo esportivo que aborda o universo do futebol brasileiro. O projeto experimental “Dando de Bico” tem por objetivo proporcionar o debate e a reflexão em torno dessa temática.

O futebol é um dos esportes mais assistidos e debatidos pelos seus apaixonados quer sejam leitor, internauta ou telespectadores. O futebol desponta na preferência nacional, segundo o Portal Deloitte 78%, dos que acompanham esporte na televisão preferem o futebol, o vôlei vem em segundo com 46%, mas entre a audiência desses dois esportes ainda há uma grande distancia. Temos no Brasil hoje 27 federações de futebol, com cerca de 5 mil jogos por ano. Dentre esses 5 mil jogos, apenas 1.148, isso levando em conta os jogos em âmbito nacional. Nesse contexto uma medida de 3.800 jogos, não são abordados pela grande mídia, é nesse publico que o blog trabalha.

Dessa forma o blog “Dando de Bico” foi criado como projeto experimental para criar leitores críticos pensando em debater o futebol em todos os âmbitos, sejam eles nas grandes ou pequenas competições, afinal o Brasil hoje tem cerca de 2,1 milhões de praticantes de futebol filiados a uma das 27 federações, dados analisados pelo Portal Deloitte.

Durante o período de produção até sua finalização foram enumeras etapas concluídas. Pensei em produzir um blog em que o futebol fosse o enfoque principal, em especial o de menor expressão fosse o ponto central da discursão. O nome “Dando de Bico” foi pensando nesse sentido com o nosso foco, no caso o futebol dos grandes centros, sem tanta qualidade tática e técnica, em relação aos grandes clubes. Foram meses de dedicação para que o blog ficasse pronto e vale também ressaltar meu entusiasmo ao ver que meu desejo enfim se tornou realidade. O aprendizado ao longo de todo esse processo foi extremamente valido, e vai contribuir de forma significativa para o meu futuro no mercado de trabalho.

REFERENCIAS

AFFONSO, Lucas Torres de Oliveira. Linguagem e Mídia: o Caso do Globo Esporte / Lucas Torres de Oliveira Affonso, Eduardo Refkalefsky. Rio de Janeiro. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2012.

AULETE, Caldas. 1823?-1878. Minidicionário contemporâneo da língua portuguesa/ Caldas Aulete (atualização Banco de Palavras, conselho dos Dicionários Caldas Aulete, editor responsável Paulo Geiger, apresentação Evanildo Bechara. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira , 2004.

BARROS , Lilian Ried Miller A cor no processo criativo: Um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe / Lilian Ried Miller Barros. – São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2006.

BELTRÃO, Luiz. A Imprensa Informativa - Técnica da Notícia e da Reportagem no Jornal Diário : Comentários a um Clássico do Jornalismo Brasileiro. Centro de Estudos Estratégicos da ESG. 1969.

BOLA, as donas da– inserção e atuação das mulheres no Jornalismo esportivo televisivo: Unifra. Santa Maria-RS, <http://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/anelise-righi.pdf> 2006.

BRIGGS, Mark. Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar; (tradução Carlos Castilho), 2007. Knight Foundation, https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf.

CAPINUSSÚ, José Maurício. A linguagem popular do futebol. - Rio de Janeiro, Ibrasa.1988.

CARDOSO, Rafael. O design gráfico e sua história / Rafael Cardoso. Instituto Federal do Rio Grande do Norte. <http://docente.ifrn.edu.br/carlosdias/informatica/programacao-visual/o-design-grafico-e-sua-historia>.

CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda / Newton César. 9a Ed. – Brasília:

Editora Senac – DF.2006.

CESAR, Newton. Os primeiros segredos da direção de arte / Newton Cesar. – Brasília: Senac – DF. 2009.

COSTA, Ana Maria Nicolaci-da-. Cabeças digitais: o cotidiano na era da informação / organização: Ana Maria Nicolaci-da-Costa. – Rio de Janeiro: Ed. PUC. Rio de Janeiro; São Paulo, Loyola, 2006.

DE CARVALHO MESSA, Fabio. Jornalismo esportivo não é só entretenimento. 8o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. 2004.

DESIGN, O valor do: guia ADG Brasil de pratica profissional do design gráfico. – São Paulo: Editora Senac São Paulo. ADG Brasil Associação dos Designers Graficos, 2002.

FOSCHINI, Ana Carmen. Coleção Conquiste a Rede: Blog / Ana Carmen Foschini, Roberto Romano Taddei. http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Redde_Blog.pdf.

FRANCO, Guilherme. Como escrever para a web: elementos para a discursão e construção de manuais de redação online / Guilherme franco; (tradução Marcelo Soares). 2007.

GONÇALVES , Michelli Cristina de Andrade. Camargo, Vera Regina Toledo A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história (re) contada através da literatura. Unicamp. - Intercom, 2005.

GRUSZYNSKY, Ana Claudia. Design gráfico, tecnologia e mediação / Ana Claudia Gruszynsky.<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/32d2c0eb6436a83bcc7a135390ad4b6c.PDF>, 1999.

HELAL, Ronaldo. A invenção do pais do futebol: Midia, Raça e Idolatria / Ronaldo Helal, Antonio Jorge Soares, Hugo Lovisololo. - Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HURLBURT, Allen. Layout: O design da pagina impressa / Allen Hurlburt; (tradução

Edmilson O. Conceição, Flavio M. Martins). – São Paulo: Nobel, 2002.

LEANDRO, Paulo Roberto. Jornalismo esportivo como especialização capaz de ampliar a autonomia em relação a fontes interessadas em desenvolver carreira política. Ufba. Intercom, 2005.

LOPES, Ricardo Soares. A informação no site www.futebolnarede.com: um exemplo de Webjornalismo esportivo. Santa Maria, RS, 2008.

MEMÓRIA, Felipe. Design Para a Internet: projetando a experiência perfeita / Felipe Moreira. – Rio de Janeiro : Elsevier, 2005.

MOHERDAUI, Luciana. Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias online. São Paulo. Ed. Senac São Paulo. 2007.

NATHALIA, Ely da Silveira. Jornalismo esportivo: conceito e prática. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009

OLIVEIRA, Carlos Eduardo França de. "O Farol Paulistano" (1827-1831): as luzes da política nos primórdios da imprensa em São Paulo. 2009.

ONLINE, Inside. Redação: Sites de esportes passam de 18 milhões de visitantes únicos em abril. - 11/06/2014.

OSELAME, Mariana Corsetti. PADRÃO GLOBO DE JORNALISMO ESPORTIVO. Porto Alegre no Cinema Cibercultura Tecnologias da Imagem.

PADEIRO, Carlos Henrique. O Entretenimento na construção do Jornalismo Esportivo no Brasil. VI Coneco. Uerj, 2013.

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

POVOA, Marcelo. Anatomia da Internet: Investigações estratégicas sobre o universo

digital. – Rio de Janeiro. Ed. Casa da Palavra. 2000.

PRATA, Marcio. Aspectos históricos do design gráfico e sua abordagem organizacional: uma pesquisa de campo com alunos do curso de tecnologia em informática com ênfase em gestão de negócios da Fatec-ZL / Marcio Prata. – São Paulo, Faculdade de Tecnologia da Zona Leste, 2009.

QUERIDO, Paulo. Blogs / Paulo Querido, Luis Ene, Coleção: Sociedade da Informação. - Centro Atlântico, 2003.

RECUERO, Raquel. Blogs.com: Estudos sobre blog e comunicação / Raquel Recuero, Adriana Amaral, Sandra Montardo - São Paulo: Momento Editorial, 2009.

RODRIGUES, Nelson. A sombra das chuteiras imortais. Crônicas de futebol, pág.210. Seleção e notas Rui Costa. - São Paulo. Companhia das Letras, 1993.

SILVA, Ygor Martins da. Webjornalismo como alternativa para democratização do esporte no Brasil / Ygor Martins da Silva, Carlos Fábio Morais Guimarães. Palmas – To. Faculdade Martha Falcão, Manaus, AM, 2012.

SPYER, Juliano. Para entender a internet. Noções praticas e desafios da comunicação em rede. Ed. Não zero, 2009.

TAROUCO, Fabricio. O Design Gráfico e as Novas Tecnologias / Fabricio Tarouco. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6016.pdf, 2007.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil, 2009.

WILLIAM, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual / Robin Williams; (tradução Laura Karin Gillon). – 2. Ed. Ver. e apli.—São Paulo: Callis, 2005.

REFERENCIAS ELETRÔNICAS

Esporte, Agora; Futebol paraibano já colocou cerca de 100 jogadores em cubes brasileiros e ate do exterior. 30/09/2010

<http://www.agoraesportes.com.br/html/noticia.asp?not=40226&sec=leia+tamb%E9m>

Esporte, Terra; Números da CBF mostram futebol brasileiro com 783 clubes 23 de outubro de 2009 • 12h26 • atualizado às 14h58

<http://esportes.terra.com.br/futebol/numeros-da-cbf-mostram-futebol-brasileiro-com-783-clubes,61085d2bda49a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>

Leifert, Tiago. Minha maldição é inovar sempre. Redação Época. 05/08/2010

<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI161057-15228,00-TIAGO+LEIFERT+MINHA+AMBICAO+E+INOVAR+SEMPRE.html>

Leitão. Cassius. Maracanã: recordista de público na final da Copa de 50 e nono da história em 2014. 27/12/12

<http://globoesporte.globo.com/numerologos/platb/2012/12/27/maracana-de-recordista-de-publico-na-final-da-copa-de-50-a-nono-da-historia-em-2014/>

Schmitt, Isadora. Jornalismo especializado: Uma nova alternativa.

<http://www.canaldaimprensa.com.br/>