



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO – TCC (2º S 2018)
ANEXOS



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO

JOÃO PEDRO IZZO

**A GESTÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO: ASPECTOS EXTRACAMPO DO
ESPORTE**

SÃO PAULO

2º SEMESTRE / 2018

CCL – Centro de Comunicação e Letras

Rua Piauí, 143 – 2 andar – CEP: 01241-001 – Higienópolis – São Paulo – SP

ccl@mackenzie.br – www.mackenzie.br – Fones: 2114-8320 / 8111 / 8736

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

JOÃO PEDRO IZZO

**A GESTÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO: ASPECTOS EXTRACAMPO DO
ESPORTE**

Relatório Final do TCC II (Trabalho de Conclusão de Curso) apresentado ao Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Sr^a Prof^a. Dr^a Denise Cristine Paiero.

SÃO PAULO

2º SEMESTRE / 2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à professora Denise Paiero, que abraçou o projeto desde o início e empenhou-se em me ajudar a executá-lo da melhor forma possível. Seu direcionamento durante as orientações semanais foi fundamental para o desenvolvimento do projeto, extraindo o potencial máximo com sua ajuda. Obrigado pela paciência, confiança depositada, dicas, ideias e, claro, preocupação com o andamento do trabalho.

Gostaria de agradecer aos dez entrevistados do projeto. Obrigado pela ajuda, disposição, tempo gasto e troca de informações. Tudo isto foi essencial para construir o produto da melhor maneira. Cada conversa teve sua grande parcela de contribuição não só na execução, mas também no aprendizado ao longo da construção do trabalho.

Também deixo meus agradecimentos aos colegas de curso que puderam contribuir com o projeto, seja de qualquer maneira e em qualquer ocasião. São eles: Arthur Gabor, Brian Alan, Caio de Castro, Everton Pires, Felipe Bambace, Gustavo Amado, Lucas Antônio, Lucas Capeloci, Philipe Alves, Rodrigo Louzada e Vinicius Enrique. Agradeço também às pessoas que me encaminharam a alguns entrevistados. Cada um teve a sua importância.

Por último, quero agradecer às pessoas que me apoiaram moralmente ao longo dos últimos meses, especialmente aos meus pais, que me deram ajuda financeira e emocional. Aos meus amigos mais próximos, que contribuíram com *feedback* em relação à construção do projeto e que me distraíram quando necessário. E também à minha namorada, que esteve presente nos momentos de crise, estresse, falta de paciência e, com isso, me tranquilizou e acalmou nos períodos mais complicados. Muito obrigado pela força de todos.

*“O futebol
é a única religião
que não tem ateus”*

*- As veias abertas da América Latina:
Eduardo Hughes Galeano*

RESUMO

Este relatório tem como objetivo apresentar o embasamento teórico necessário para o desenvolvimento e construção de uma grande reportagem on-line, organizada em forma de portal. O produto em questão leva ao leitor dez entrevistas, com cinco especialistas e cinco personagens sobre a temática da gestão do futebol brasileiro, isto é, os aspectos extracampos deste esporte. Além disso, há uma estruturação de décadas (1970 a 2010) com os avanços do futebol brasileiro fora das quatro linhas. Desta forma, para a execução da peça, a busca por referências de autores que já tinham trabalhado sobre tais assuntos foi essencial, assim como a evolução da gestão neste esporte no país, a economia do futebol brasileiro e até mesmo a realização de uma grande reportagem on-line. O relato também mostra todo o planejamento feito para a produção do portal, bem como sua execução prática e os resultados finais. No trabalho, o processo de captação de fontes, redação e edição tem seus detalhes. Todas as alterações necessárias para a realização do projeto ao longo do período de criação também são representadas.

Palavras-chave: Jornalismo, Grande reportagem on-line, Gestão do futebol brasileiro, Aspectos extracampo do futebol.

ABSTRACT

This report has the objective to present the teoric basis needed to develop and construct an online great report, organized in the form of an internet portal. The product in question leads the reader to ten interviews, with five experts and five characters about the subject of the management of Brazilian football, that is, the aspects outside of the soccer field of this sport. In addition, there is a structuring of decades (1970 to 2010) with the advances of Brazilian football outside the four lines. Thus, for the execution of the part, the search for references of authors who had already worked on such subjects was essential, such as the evolution of the management in this sport in Brazil, the Brazilian football economy and even the accomplishment of a great report on-line. The ascription also shows all the planning done for the production of the portal, as well as its practical implementation and the final results. In the work, the process of source collection, writing and editing is detailed. All changes necessary for the realization of the project over the creation period are also represented.

Keywords: Journalism, Great report online, Management of Brazilian football, Aspects outside of the soccer field.

Produto: Grande reportagem on-line

Link para acesso: <http://www.gestaodofutebol.com/>

Última modificação: 21/11/2018

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. REFERENCIAL TEÓRICO	12
1.1. Gestão no futebol brasileiro	12
1.2. A relação econômica do futebol com o Brasil	13
1.3. Grande reportagem on-line e jornalismo digital	15
2. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA	17
2.1. Pré-Produção	17
2.2. Seções da grande reportagem on-line	19
2.3. Produção	20
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24

INTRODUÇÃO

O futebol virou muito mais do que é praticado em campo. É necessário entender a evolução da complexidade acerca de um clube no Brasil e a transformação como negócio em uma indústria rentável para entender a dimensão do que o futebol compreende.

Em meio à maior recessão da história do país, com queda de 3,6% do PIB, o futebol brasileiro cresceu muito. Segundo a matéria no site *Época* de maio de 2017, os 20 times que jogaram a primeira divisão do campeonato brasileiro em 2016 mais os quatro que subiram da segunda arrecadaram cinco bilhões na temporada. Com 41% de aumento em relação à 2015, são vários os fatores que contribuíram para este número.

Ainda segundo a matéria citada anteriormente, a televisão é o maior propulsor do valor arrecado pelo futebol brasileiro. Entretanto, patrocínios, bilheterias, sócio torcedores, fontes que são esperança de renda para os clubes, mostraram estagnação ou tiveram pouca evolução.

Para se ter uma ideia, segundo Rodrigo Capelo, autor desta matéria da *Época*, a concorrência entre TV Globo e Esporte Interativo pelos direitos da TV fechada ajudou a elevar os valores. Foram pagos R\$ 890 milhões em luvas. Além disso, os direitos de transmissão receberam R\$ 1,8 bilhão das emissoras em 2016. Tais valores televisivos mostram-se relevantes, pois ajudam a explicar o crescimento do futebol em contraponto com a economia brasileira, a qual está enfraquecida.

A proposta do meu trabalho de conclusão de curso é compreender o sistema e evolução da gestão do futebol brasileiro, isto é, os avanços nos aspectos extracampo deste esporte. Para isso, realizei uma grande reportagem on-line. O destaque do TCC é o desenvolvimento a respeito dos clubes, seja através de torcida, dinheiro, política, ibope, tradição, marketing, mídia, entre outros pontos. Os problemas envolvendo os mesmos temas acima também foram esmiuçados.

O desafio se mostra atual pela mudança no quadro a partir dos últimos anos. Essa transformação existe e é irrefreável, sendo imprescindível a criação de mecanismos para gerir melhor essa profissionalização. Gurgel (2006, p.43) destaca a importância da modernização do futebol ao longo do último século: “Ao longo do século XX, no

processo de espetacularização do esporte, a paixão despertada pelo esporte britânico em todo o mundo começou a aglutinar valor de negócio”.

Por meio de pontos de vista que serão abordados adiante, o âmbito econômico do futebol é tido como complexo e um assunto pouco difundido atualmente. Existe uma modificação no contexto de gestão há algumas décadas, isto é, um panorama que envolve contratos milionários, jogadores sendo agenciados por empresários e marcas que compreendem times.

A pergunta problema que eu pretendi resolver foi: como uma grande reportagem on-line pode mostrar a transformação da gestão no futebol brasileiro de forma aprofundada.

O objetivo principal deste trabalho é a realização uma grande reportagem on-line que produza um estudo aprofundado ao investigar como e de que maneira a gestão no futebol brasileiro tem relevância neste esporte.

Para isso, analisei a profissionalização do futebol como instrumento facilitador a um entendimento de um contexto maior – o crescimento deste esporte em uma esfera universal. Ao entrevistar personalidades condizentes à abordagem, busquei opiniões sólidas para embasar o meu estudo.

A justificativa do tema se deu pela minha paixão pessoal por esporte, sobretudo por futebol. Cada vez mais envolvido em questões futebolísticas, busco, através do projeto, entender a complexidade envolvida na gestão no futebol brasileiro, marcada por tantas dificuldades, obscuridades, assuntos com pouca relevância e pouco tratados.

O formato escolhido foi o de grande reportagem on-line, realizando um site com uma série de reportagens.

Para isso, busquei fontes por meio de livros, documentos, artigos e sites para ter base suficiente a compreender o tema. Entrevistei um empresário esportivo, um assessor de imprensa, uma futura técnica, um jornalista especializado em negócios do esporte, dois profissionais do marketing esportivo brasileiro, um professor, um comentarista esportivo, um jornalista esportivo e um especialista em gestão do esporte. Foram ideias para acompanhar um momento dos seus cotidianos para entender a complexidade e importância da temática abordada por mim.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Gestão no futebol brasileiro

O livro “Futebol S/A – Economia em campo”, (GURGEL, 2006) aborda a questão do entendimento do futebol como negócio, além da contextualização histórica do assunto. O autor tenta mostrar que a mídia é uma jogadora fundamental na disputa para o desenvolvimento do esporte.

Luiz Marcelo Vídero Vieira Santos, em sua dissertação de mestrado sobre a gestão profissional e evolução do futebol brasileiro (2002), busca apresentar como as finanças, administrações, federações, ligas e transmissões do futebol se desdobram através dos anos no cenário brasileiro.

Gurgel afirma (2006, p. 7) que a questão da relação do futebol com o povo brasileiro é uma tarefa árdua de ser compreendida, pois esse percurso busca ser feito por meio de uma relação sinérgica desse esporte, que também é paixão e negócio, com as mídias, onde a identificação acontece. Esse entendimento é válido a partir de uma contextualização histórica citado por Santos:

A partir daí os esportes foram ocupando um espaço importante na cultura do século XX, levando os governos, principalmente os totalitários, a se utilizarem deles para propaganda política. Posteriormente, a guerra fria gerou uma disputa que ajudou a desenvolver metodologias de treinamento, tecnologias voltadas exclusivamente para o esporte e a gestão das equipes. A percepção desse crescimento e desenvolvimento incessante por parte do marketing, terminou por inseri-lo no mercado de bens e serviços ligados ao ramo do entretenimento. (SANTOS, 2002, p. 25)

Santos parte da ideia que o futebol demorou a mudar se compararmos a outros esportes, como o vôlei e o basquete. Isso se aplicava muito pouco nas questões estruturais do futebol em si, mas no âmbito da profissionalização, o futebol havia sido pioneiro, pois tal mudança ocorreu no início do século XX.

Ele cita também como o grande fator transformador de postura em mudanças no futebol o crescimento da FIFA, a maior entidade do futebol mundial, e a transformação da Copa do Mundo como o evento mais assistido do mundo.

Sob o comando do brasileiro João Havelange, eleito em 1974, a instituição transformou o futebol em um gigantesco negócio do mundo do entretenimento. Isso fez com que passasse a ser encarado, mais do que como um esporte, como uma oportunidade de lucro. Assim, muitas das mudanças ocorreram a reboque do crescimento da FIFA e

da inserção do futebol bussiness na indústria do entretenimento.
(SANTOS, 2002, p. 30)

A partir da noção desta competição como a maior do futebol mundial, a Copa do Mundo promoveu inúmeras mudanças na estruturação deste esporte. Desde a sua criação, em 1930, até os presentes dias, a Copa acrescentou números significativos na audiência, média de público, no futebol jogado, patrocínios e invenções tecnológicas que contribuíram e muito no crescimento do esporte.

Gurgel, (2006, p.87) alega que “em muitos momentos falamos de futebol como espetáculo e, naturalmente, já imaginamos que, por isso, o futebol é negócio e movimenta muito dinheiro. Quando se fala da prática profissional, isso fica ainda mais evidente”.

1.2. A relação econômica do futebol com o Brasil

Em “O Futebol como Negócio”, GASPARETTO (2013) aborda os efeitos da relação econômica do futebol no país e compara este esporte com outras frentes através de dados e estatísticas de um modo geral, abordando diversos aspectos e cenários.

Segundo o autor, o futebol tem movimentado relevantes valores anualmente, mas ainda assim está muito abaixo das maiores empresas do Brasil e no mundo na relação econômica. Ele explica esta ideia de uma maneira mais clara:

Apesar deste esporte apresentar-se como um grande negócio devido aos valores de faturamento anual, ao utilizar como referência Brand Value (valor de marca), Market Value (valor de mercado) e receitas operacionais, essa investigação exhibe como resultado a grande diferença econômica entre os clubes de futebol e as maiores empresas do Brasil e do mundo expondo, desta forma, a pequena parcela econômica que este esporte representa em relação às principais organizações mundiais. (GASPARETTO, 2013, p.1)

Gasparetto também comenta que com a atuação de grandes empresas atuantes no mercado esportivo, desde patrocínios em camisas, fornecedoras de material esportivo e até *Naming Rights*, o futebol consolida-se como um fenômeno social e cultural, atraindo a participação de empresas comerciais e públicas, fazendo com que o futebol se torne um objeto de consumo.

Fernandes (2000 *apud* Gasparetto 2013) afirma que “no início dos anos 2000, a indústria do futebol movimentava U\$ 2 bilhões anuais no Brasil, representando 0,01% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional”. Gasparetto cita que em estudo feito pela

empresa de consultoria BDO (2011), apresentando dados sobre o mercado do futebol brasileiro, foi constatado que os clubes do Brasil movimentaram cerca de 2,18 bilhões de reais em receitas no ano de 2010.

A ideia do crescimento econômico deste esporte no Brasil e o dinheiro movimentado pelo futebol brasileiro foi tratado por meio da matéria no site da *Época*, para a editoria *Época Esporte Clube*, realizado por Rodrigo Capelo (2017). Neste estudo mais recente e embasado do futebol brasileiro como negócio, são levantados tópicos das áreas que movimentam dinheiro neste esporte.

De acordo com ele, os direitos de transmissão, os quais os clubes haviam obtido 1 bilhão em 2015 tiveram reajuste generoso, passando para 1,8 bilhão de reais em 2016; a área comercial e de marketing, cujas vendas vão desde patrocínio na camisa até produtos licenciados comercializados em lojas mantiveram números próximos entre 2015 e 2016: 660 milhões de reais em 2015 e dez milhões a menos no ano seguinte.

As torcidas, que financiam seus clubes quando compram ingressos ou pagam mensalidades como sócios-torcedores, passaram a contribuir menos. Os R\$ 770 milhões arrecadados com bilheterias e programas de associação em 2016 são menores do que os R\$ 830 milhões registrados em 2015.

A razão se deu pela crise que o país enfrenta: se o cidadão possui menos renda no geral, conseqüentemente irá contribuir menos comercialmente com o seu time e assim se explica a diminuição destes números. As transferências de atletas somaram R\$ 550 milhões em 2016, enquanto em 2015 tinham rendido R\$ 430 milhões – os clubes brasileiros sempre foram exportadores de bons e jovens talentos, mas a concentração das vendas se dá pelos principais times da Série A do Campeonato Brasileiro, ou seja, times de menos escalão representam valores quase inexpressíveis nesta conta.

Ainda segundo Capelo (2016), o cenário é que o faturamento explodiu por causa dos novos contratos de televisão, porém, as receitas com patrocínios, bilheterias e sócios-torcedores estagnaram. Além disso, não dá para contar mais com as luvas e tampouco pode se contar com as transferências de atletas, que podem estourar em uma temporada e sumir na outra. No fim das contas, o recorde histórico, se não for detalhado, passa uma impressão parcialmente equivocada ao torcedor de que as coisas vão muito bem no futebol brasileiro pelo âmbito econômico.

2.3 Reportagem on-line e jornalismo digital

Em “Usabilidade e exercício de jornalismo dentro do formato portal no Brasil” (2002), Polyanna Ferrari embasa a minha ideia de usar um site como a melhor estrutura para a construção de uma reportagem.

Na página 16, ela diz: “Diante da rapidez com que os sites se desenvolveram, transformando-se em grandes Portais de informação focados em interatividade e prestação de serviços, e da não-comprovação da tese da corrosão da mídia tradicional...”.

Esta fala representa o crescimento de portais como fontes de consulta a informações a partir dos leitores como prioridade em suas bases de conhecimento, visto que, a modernidade trazida pelo on-line traz a facilidade de acesso a qualquer momento e em qualquer lugar, além de conter (muitas vezes) mais qualidade e quantidade no que diz respeito a conteúdo.

O projeto buscou realizar um estudo: analisar profundamente um tema com impacto dentro de uma esfera específica e tratar de uma ideia presente e como ela se influencia perante o esporte. Não houve um ponto exato e central a ser buscado, mas sim uma junção de conceitos e estudos a partir do que foi construído.

Voltando à autora Pollyana Ferrari, ainda na página 18: “Os Portais podem ser comparados com as redes de televisão abertas pois também conseguem reunir milhões de usuários conectados no mesmo endereço e com o diferencial de interatividade, ou seja, nenhuma outra mídia consegue tamanha proeza”.

Neste trecho é justificada a escolha por uma grande reportagem on-line: a interatividade proporcionada transcende os níveis de qualquer outra mídia, o que pode fazer com o que meu projeto seja muito mais do que um trabalho de conclusão de curso, ampliando a capacidade no futuro no seu crescimento, podendo ser um portal de comunicação esportiva.

A autora também fala das modernidades trazidas pela informação no livro “Comunicação digital na era da participação”, de 2016, retratando a necessidade atual da busca pela comunicação:

A informação não é um privilégio ou um luxo, mas uma necessidade. O processo de comunicação está relacionado de modo íntimo com o macromercado de seres humanos que precisam de informação e comunicação todos os dias, da mesma maneira que precisam do ar que respiram. A sociedade atual se move em torno das pessoas, das suas histórias, de seus costumes, das suas experiências de vida, enfim, da informação individualizada. E, também, mais recentemente em torno de dados. (FERRARI, 2016, p.16)

O jornalista precisa ser uma unidade completa, ou seja, possuir determinadas e várias funções para “sobreviver” no mercado. Dito isto, Ferrari compreende (também na pág. 16) que a informação deve ser transmitida da melhor e mais clara maneira possível. Um profissional completo precisa saber planejar, editar, distribuir, apurar, entre outros pontos. Tal tendência pode ser vista ao longa da execução do TCC.

De acordo com definição do Portal Educação, o esporte nas mídias precisa ter uma linguagem simples. Ainda segundo a fonte citada, a linguagem esportiva, de um modo geral, se apresenta como uma nova e interessante forma de interação social.

Por tratar-se de um tema abordado por muitos como “entretenimento”, o jornalismo esportivo tem uma linguagem própria e coloquial. Pode-se observar nos programas televisivos diários e semanais que tratam de esporte que a linguagem é muito simples e até “divertida”. O momento dedicado ao esporte, principalmente na televisão, é apresentado de forma que o “leitor” relaxe. É uma quebra de notícias pesadas e negativas. É como trazer o “leitor” de volta da nostalgia das más notícias ou das informações “sérias” para um momento agradável. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2013, On-line)

Marcelo Bechara publicou artigo chamado “A Produção do Jornalismo Esportivo Digital na Atualidade”, em 2016, visando tratar sobre a produção do jornalismo esportivo na internet. Uma grande reportagem on-line traduz o pensamento do mestre de comunicação da Faculdade Cásper Líbero quando ele aborda o novo ritmo das redações esportivas, tratando da exigência de instantaneidade e imediatismo.

A necessidade da instantaneidade, a atualização constante, a busca a todo momento por novas informações, a exigência do tempo real, são evidências também de uma liquidez das notícias. Elas perdem seu valor rapidamente, em poucas horas. Disto surge a quantidade enorme de demanda e a incessante procura por informação. (BECHARA, 2016, p.2)

Em tempos líquidos e superficiais, é cada vez mais difícil aliar conteúdo com informação necessária para o leitor. O meu desafio é, portanto, manter o meu portal atual e atualizá-lo com qualidade e quantidade quando for necessário.

2. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA

2.1 Pré-Produção

A reportagem on-line desenvolvida como trabalho de conclusão de curso foi apresentada à banca avaliadora no final do ano de 2018. Com o tema sendo a gestão do futebol brasileiro, adotei uma linguagem com estilo da narrativa esportiva. Para isso, usei as declarações exclusivas das entrevistas, somando a vídeos, fotos, dado, números e informações precisas para acrescentar à leitura.

A utilização deste produto visa dar maior abordagem, esclarecimento e interesse à gestão do futebol brasileiro. A minha reportagem on-line tratou da história da gestão do futebol brasileiro, focalizando no mundo dos negócios deste esporte, cuja esfera ganhou importância em tempos mais recentes, abarcando conexões entre o esporte e a economia.

Em artigo sobre “A nova linguagem do jornalismo esportivo em todas as mídias”, publicado no site Universidade do Futebol, Guilherme Costa explica um pouco sobre a narrativa esportiva em tempos atuais:

A convergência de mídia é a nova grande tendência do jornalismo em geral – não apenas voltado aos esportes. Atualmente, o público tem um interesse cada vez maior em informações completas, conteúdo denso e caminhos diferentes de atuação. É fundamental que os meios ofereçam possibilidades de interação e uma experiência completa ao público. (COSTA, 2007, On-Line)

Entrevistados

Para entender o contexto histórico, foi necessária a atualização do tema, com entrevistas para construir uma identidade para a gestão do futebol brasileiro, algo pouco difundido no Brasil. Desta forma, entrevistei dez pessoas, divididas entre especialistas e personagens. Explico abaixo como foi o processo para conseguir os contatos e como realizei as conversas.

1- Anderson Gurgel (especialista) – professor de jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, consegui o contato falando sobre o meu tema nos corredores da faculdade. Realizei a entrevista pessoalmente e por meio de gravador do celular.

2- Ary Rocco (especialista) – presidente da Associação Brasileira de Gestão do Esporte, consegui o contato por meio de indicação do professor Anderson Gurgel. Realizei a entrevista pessoalmente e por meio de filmagem pelo celular.

3- Guilherme Guimarães (especialista) – diretor geral da consultoria em marketing esportivo *Ativa Esporte*, consegui o contato mandando e-mail após pesquisa sobre o entrevistado. Realizei a entrevista por meio de ligação telefônica.

4- Marcel Moreira (especialista) – fundador da assessoria de imprensa esportiva *FutPress*, consegui o contato por meio de próprio site do portal. Realizei a entrevista pessoalmente e por meio de filmagem pelo celular.

5- Rodrigo Capelo (especialista) – repórter de economia e negócios do esporte, consegui o contato por meio de mensagem privada no seu *Twitter* pessoal. Realizei a entrevista por áudios no *WhatsApp*.

6- Camila Aveiro (personagem) – colunista tática do portal *MW Futebol*, consegui o contato por meio de mensagem privada no seu *Twitter* pessoal. Realizei a entrevista por meio de mensagens no *WhatsApp*.

7- Decio Berman (personagem) – empresário esportivo e dono da *DB Sports*, consegui o contato por ele ser amigo de infância do meu pai. Realizei a entrevista pessoalmente e por meio de filmagem pelo celular.

8- Leonardo Bertozzi (personagem) – jornalista esportivo e comentarista da *ESPN Brasil*, consegui o contato por meio de mensagem privada no seu *Twitter* pessoal. Realizei a entrevista pessoalmente e por meio de gravador do celular.

9- Thiago Petrocchi (personagem) – criador do portal de marketing esportivo *Ataque Marketing*, consegui o contato por meio de mensagem privada no *Instagram* do site. Realizei a entrevista mandando e-mail após pesquisa sobre o entrevistado.

10- Zé Elias (personagem) – ex-jogador de futebol e comentarista da *ESPN Brasil*, consegui o contato por meio ajuda de um amigo que trabalha na empresa. Realizei a entrevista pessoalmente e por meio de gravador do celular.

Formação de equipe (execução e finalização)

A equipe que construiu essa ideia de TCC constituiu-se a partir de mim, João Pedro Izzo, que ficou responsável pela elaboração, estruturação, desenvolvimento e

fechamento do produto como um todo. Na parte de construção e montagem do site, do layout, execução da estrutura e também na utilização de imagens e vídeos do portal, contei com o auxílio de um profissional da área, o programador e designer Fábio Casaburi. Com a contratação de uma pessoa capacitada, minha intenção foi de ilustrar melhor o tema e transcender a barreira de palavras, ou seja, ampliar o interesse do leitor pelo que estará sendo falado.

Não foram realizadas viagens para a execução das entrevistas. Todas foram feitas pessoalmente ou por E-mail/*WhatsApp*. Em oito dos casos, transcrevi os áudios/vídeos da entrevista, utilizando o necessário para construir os textos. Em dois dos casos, recebi as respostas das perguntas na íntegra e, a partir disto, usei os trechos que gostaria para realizar os textos.

2.2 Seções da reportagem on-line

Para uma montagem convencional, seguindo a estrutura de determinados portais da área esportiva, foi feita uma construção a partir de seis seções apresentadas no topo do site. Dividi também os textos criados em oito categorias: análise, assessoria, economia, gestão, jornalismo, marketing, negócio e profissionalismo. Criei uma linha do tempo, entre 1970 e 2010, abordando os avanços de cada década. Além disso, há um campo sobre as expectativas da gestão do futebol brasileiro nos próximos anos.

Home – página principal do portal, com o logo no topo, seguido de um “sobre”, falando do que se trata o meu site - além de um vídeo ao lado para complementar a explicação. Destaquei três entrevistas em seguida e, por último, o rodapé do site, contendo o slogan, redes sociais, e-mail, telefone para contato e *newsletter*.

Autor – uma breve explicação sobre a minha trajetória em relação ao esporte, contando com as experiências profissionais. Além disso, há uma foto minha para que o leitor saiba quem sou.

Entrevistas – subdivididas em especialistas e personagens, cada entrevistado tem seu perfil rapidamente descrito, com as experiências profissionais e uma foto sua. Abaixo disto, o leitor pode conferir os textos produzidos a partir de cada uma das entrevistas feitas.

História – com os avanços na modernização da gestão do futebol brasileiro sendo compreendidos a partir de 1970, todas as cinco décadas abordadas (até 2010) buscam retratar observações minhas, além de comentários do especialista Anderson Gurgel. Eventualmente, há falas de outros especialistas – não entrevistados no projeto – sobre as décadas.

Expectativas – espaço destinado a um diagnóstico realizado por mim. Baseado nas entrevistas realizadas e tópicos levantados no referencial teórico, fiz uma seção para as expectativas que nos aguardam no âmbito da gestão do futebol brasileiro.

Contato – espaço para o leitor mandar uma mensagem sobre o que desejar e quiser, seja por e-mail ou telefone celular.

2.3 Produção

A partir da plataforma *WordPress*, usei o *DiviTheme* para executar todas as seções do site. O profissional contratado usou *layouts* prontos (disponíveis na base de dados do *WordPress*) e os modificou conforme o meu pedido. Para o campo das entrevistas com especialistas e personagens, o modelo de grande reportagem do *UOL Tab Esporte* foi utilizado como inspiração de *layout*.

As fotos usadas foram de arquivo pessoal dos entrevistados, de banco de imagens ou de terceiros, mas sempre com créditos para os autores. Todas as imagens foram utilizadas a partir do programa da *Adobe*, o *Photoshop*. Nele, Fábio Casaburi, o profissional contratado, editou e tratou as fotos conforme necessário. Contrastes, brilhos e montagens, quando precisas, foram utilizadas também pelo programa da *Adobe*.

A edição dos vídeos foi realizada pelo programa *Adobe After Effects*. As *thumbnails* – imagens fixas que aparecem nos vídeos antes deste ser iniciado – foram montadas a partir do *Photoshop*. As entrevistas gravadas por mim foram cortadas pela ferramenta básica de corte do *WhatsApp* quando enviei os arquivos para o designer.

Em relação à construção dos textos, na narrativa linear e corrida, apenas identifiquei assuntos com correlação dentro da entrevista e juntei de forma a combinar com o estilo de escrita pedido para cada entrevistado. Nas entrevistas em ping-pong, também busquei juntar os assuntos com correlação.

Em ambos os casos, utilizei muitas imagens para descansar a mente do leitor, justamente para que ele não fique entediado com uma sequência muito grande de textos. Há três entrevistas – Ary Rocco, Marcel Moreira e Decio Berman – que possuem vídeos, justamente para transcender o campo da multimídia e trazer interatividade para o leitor. Todos os vídeos foram hospedados no YouTube.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração as dificuldades enfrentadas ao longo do trabalho, além dos imprevistos de última hora, somado à entrega com antecedência, considero o resultado deste trabalho satisfatório, o qual pôde ser concretizado de maneira surpreendente e mais interessante do que o imaginado.

A construção de uma grande reportagem on-line respondeu à pergunta problema do trabalho. Foi feita uma narrativa sem uma linha definida, justamente para dar liberdade de escolha para o leitor, que pode navegar pelo site e definir o que pretende consumir. A mesclagem de imagens e vídeos, a fim de dar voz e vida aos personagens e especialistas, além do ambiente e histórias que passaram, contando e dando a devida importância para as temáticas, puderam retratar a gestão do futebol brasileiro com maior intensidade e fidelidade.

Inicialmente, a ideia era de construir um livro-reportagem. Entretanto, com a observação de que algo mais interativo, condizendo à modernidade que o tema buscou retratar, tudo acabou ficando mais encaixado com a realização de uma grande reportagem on-line. Acabou sendo muito mais interessante em relação à linguagem utilizada a partir de narrativas “corridas”, também contando com textos em ping-pong, mesclada com imagens e vídeos para “quebrar” os períodos do texto.

A forma de unificar os temas, dividindo por décadas (1970 a 2010), também coincidiu com o desenvolvimento dos textos e assuntos tratados nas entrevistas. As expectativas mostradas foram responsáveis pela “amarração” e conclusão do projeto, além de mostrar uma projeção do que pode ser esperado nos anos seguintes dentro da gestão do futebol brasileiro.

O tema foca em uma contextualização histórica de algo iniciado no século XX e que perdura nos dias atuais, mas precisa ser readaptado. Além disso, as ideias antigas da gestão se atualizaram muito nas visões mais recentes, conectando então leitores mais

antigos a mais novos. Ao conectar a visão do esporte com uma visão econômica, a gestão do futebol brasileiro pretende juntar as duas esferas. O meu trabalho abrange um público com poucas referências no assunto a públicos que são totalmente ambientados ao tema.

O viés jornalístico do produto compreende a apuração de informações, entrevistas com fontes, uso de recursos ilustrativos e, o principal: o papel do jornalista com mediador da opinião pública, pois há um objetivo claro de conscientizar e demonstrar a importância de um tema pouco difundido na esfera deste esporte.

Desta forma, a grande reportagem on-line pôde mostrar, de maneira aprofundada, que a gestão do futebol brasileiro não possui grande apelo entre os amantes e apreciadores deste esporte e, também por isso, não há grande desenvolvimento prático em relação ao tema. Considero, portanto, um trabalho que buscou, a todo momento, atualizar-se a uma esfera pouquíssima retratada e, desta maneira, possui alta contribuição jornalística.

Cabe ressaltar que não há nenhum portal na internet que reúna aspectos extracampo no esporte. Existem colunas em sites, textos sobre o assuntos, dissertações, mestrados, enfim, uma certa produção específica, porém, não é encontrado algo do tipo em um contexto maior, isto é, um site.

Além disso, não há uma plataforma digital como o *YouTube* para retratar algo do tipo. A ideia é também expandir, futuramente, após a entrega do TCC, para este campo de vídeos, a fim de explorar as temáticas. Vale destacar que o trabalho deste portal será contínuo. Buscarei parcerias, divulgações, uso de propagandas, etc, para alavancar a produção deste site. Para isso, abordarei mais aspectos extracampo e que foquem, especialmente, no âmbito do futebol brasileiro.

A grande dificuldade que encontrei na execução deste trabalho foi no direcionamento de entrevistados e perguntas para eles. Existem inúmeros profissionais “disponíveis” para tratar sobre o assunto, mas grande parte desconhece (ou não possui o conhecimento necessário) para explorar a complexidade da gestão do futebol brasileiro. Desta forma, fui escolhendo minuciosamente a construção de pautas e entrevistados, apesar da escassez de assuntos dentro do tema.

Estes problemas serviram para clarear a minha mente e espero que tenham solucionado algumas dúvidas dos leitores. Conforme fui buscando entrevistados, pensando em

perguntas, acabei conhecendo muito sobre o tema, me inteirando sobre assuntos dentro de tal esfera, os quais nunca havia percebido ou demonstrado interesse. O leitor do portal irá aprender muito, sem dúvidas, porque há pouca difusão de informações a respeito do futebol fora das quatro linhas, ao menos no âmbito do futebol brasileiro.

O questionamento ao longo do trabalho foi quanto à reunião de entrevistados, suas perguntas e respostas, e como inserir cada texto dentro do site. A montagem, tal como a execução dentro do site, somado à divisão das seções, foi uma tarefa árdua e que demandou tempo e muita paciência. Com muito o que falar e buscando não tornar a tarefa chata para quem lê, busquei sintetizar, por muitas vezes, alguns assuntos de forma mais leve, usando aspas interessantes, polêmicas e até engraçadas por parte dos entrevistados.

Pensei diversas vezes em como iria montar a estruturação das décadas, mas fiquei contente com o resultado, pois não se tornou algo maçante e cansativo. Nelas, o leitor pode ver diversos temas serem esmiuçados a cada período, com total liberdade de escolha de assunto e/ou entrevistado.

Por fim, mesmo com as dificuldades ressaltadas e ciente da necessidade da dedicação e paciência de muitas horas para aprofundar e desenvolver as temáticas representadas no site, acredito que pude contribuir com o cenário da gestão do futebol brasileiro, trazendo opiniões de quem entende sobre o assunto, além de demonstrar um produto jornalístico interessante, reportando informações que não são comuns nesta área.

Uma grande alegria foi o sorriso no rosto de quem eu pude conhecer pessoalmente ou as mensagens de agradecimento de quem eu falei virtualmente. Todos os entrevistados, sem exceções, gostaram muito de fazer parte do produto e se sentiram honrados. Tenho certeza que cada um pôde, da sua maneira, contribuir com a vivência e experiência adquirida, para a construção de um projeto ingênuo, mas que é ambicioso.

Saio satisfeito com a realização e em poder contribuir de alguma forma com um assunto pouco explorado no país e neste esporte. Espero que, algum dia, eu possa ser reconhecido pelo pioneirismo do assunto em forma de um portal na internet.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECHARA, Marcelo. **A Produção do Jornalismo Esportivo Digital na Atualidade**. 2016. 16 f. Artigo - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1106-1.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

CAPELO, Rodrigo. R\$ 5 Bilhões em Faturamento: Por que o futebol brasileiro arrecadou tanto em 2016. **Época Esporte Clube**, São Paulo, 10 maio 2017. Semanal.

GASPARETTO, Thadeu Miranda. **O Futebol como Negócio**: Uma comparação financeira com outros segmentos. 2013. 22 p. TCC (Graduação) – Curso de Educação Física, Universidade Federal de Juiz de Fora.

COSTA, Guilherme. **A nova linguagem do jornalismo esportivo em todas as mídias**. 2007. Disponível em: <<https://universidadedofutebol.com.br/a-nova-linguagem-do-jornalismo-esportivo-em-todas-as-midias/>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

COSTA, Guilherme. **Jornalismo literário de esportes esbarra na falta de cultura**. 2007. Disponível em: <<https://universidadedofutebol.com.br/jornalismo-literario-de-esportes-esbarra-na-falta-de-cultura/>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

FERRARI, Pollyana. **Usabilidade e exercício de jornalismo dentro do formato portal no Brasil**. 2002. 239 p. Dissertação (Mestrado) - Curso de Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

FERRARI, Pollyana. **Comunicação digital na era da participação**. São Paulo: Editora Fi, 2016. 210 p.

GURGEL, Anderson. **Futebol S/A - Economia em Campo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006. 248 p.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: O Livro-Reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura**. 4. ed. Barueri, Sp: Manole, 2009. 468 p.

PORTAL EDUCAÇÃO. **O Esporte nas Mídias: o estilo e a linguagem do texto**. 2013. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/psicologia/o-esporte-nas-midias-o-estilo-e-linguagem-do-texto/51663>>. Acesso em: 23 nov. 2017.

RAFIH, Youssef Salim El. **O patrocínio usado nas camisas de futebol no Brasil**. 2015. 38 p. TCC (Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda, IMESA, São Paulo, 2015.

SANTOS, Luiz Marcelo Videro Vieira. **A Evolução da Gestão no Futebol Brasileiro**. 2002. 126 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, EAESP/FGV, São Paulo, 2002.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.