CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA
CURSO DE JORNALISMO

ISABELLA BRITO RIBEIRO

A BOLA OVAL NA TERRA DO PEQUI**:** O *PODCAST* COMO VEÍCULO DE COBERTURA ESPORTIVA DO FUTEBOL AMERICANO EM GOIÂNIA

GOIÂNIA
JUNHO DE 2022

CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA
CURSO DE JORNALISMO

ISABELLA BRITO RIBEIRO

A BOLA OVAL NA TERRA DO PEQUI**:** O *PODCAST* COMO VEÍCULO DE COBERTURA ESPORTIVA DO FUTEBOL AMERICANO EM GOIÂNIA

Projeto experimental em formato de *Podcast* apresentado para conclusão do Curso de Jornalismo do Centro Universitário Alves Faria, sob orientação do Prof. Esp. Amanda Costa e Silva.

GOIÂNIA
JUNHO DE 2022

CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA
CURSO DE JORNALISMO

ISABELLA BRITO RIBEIRO

A BOLA OVAL NA TERRA DO PEQUI**:** O *PODCAST* COMO VEÍCULO DE COBERTURA ESPORTIVA DO FUTEBOL AMERICANO EM GOIÂNIA

AVALIADORES

_____

Prof. Esp. Amanda Costa e Silva - UNIALFA (orientadora)

_____

Prof. Ms. Francisco Barros - UNIALFA

_____

Prof. Ms. João Daniell Ferreira de Oliveira - UNIALFA

GOIÂNIA
JUNHO DE 2022

Dedico este trabalho aos meus pais Lindionésio Ribeiro de Sousa e Edinéia Brito Lima Ribeiro, que sempre estiveram presentes ao longo do meu desenvolvimento pessoal e profissional. Dedico também aos atletas e diretores do Goiânia Saints e Goiânia Rednecks que me acolheram no início do curso, que sem eles, não teria chegado até aqui. Dedico também ao meu orixá Zé Pilintra, que me ajudou a me manter forte e me protegeu durante esta etapa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orixá Zé Pilintra, que esteve presente, me amparou e protegeu nesta jornada e em momentos que menos esperei e que mais precisei. Saravá!

Aos atletas e equipes de futebol americano de Goiânia que me apoiaram e auxiliaram no meu desenvolvimento profissional, bem como a compreensão de um esporte que ainda tem muito potencial a ser aperfeiçoado em um país cuja pluralidade esportiva é imensa.

Agradeço aos professores Arthur Costa, Amanda Costa e Silva, Shaleny Costa, Vinícius Tondolo, que me ensinaram a ser forte e a não desistir, porque confiaram em minha capacidade de aprender e fazer as coisas sempre mais e melhor.

Às minhas psiquiatras Isabela Ribeiro Paes e Andriele Reis, que sem elas, eu não estaria aqui mais um dia a contar e escrever histórias mesmo diante de tantos motivos para desistir.

Aos jornalistas William Rommel e Vitor Alves Monteiro, que me incentivaram e ensinaram todos os dias a ampliar meus conhecimentos no Jornalismo Esportivo.

Agradeço a Pedro Campos Dunck e Marcelo Miguel Taveira pelas oportunidades de conhecer e agregar sempre mais aos times Goiânia Rednecks e Goiânia Saints, além de ex-atletas do Goiânia Madkings e Goiânia Guarás.

Agradeço principalmente aos meus pais, Lindionésio Ribeiro de Sousa e Edinéia Brito Lima Ribeiro por terem me incentivado a seguir nesta profissão tão importante que é o Jornalismo.

“O talento não é tudo. Você pode tê-lo desde o berço, mas você precisa de aprender o ofício para ser o melhor”.

(Cristiano Ronaldo)

RESUMO

RIBEIRO, Isabella Brito. A bola oval na terra do pequi: o ***podcast*** **como veículo de cobertura esportiva do futebol americano em Goiânia**. Podcast, 2022. 65 f. Curso de Jornalismo, Centro Universitário Alves Faria, Goiânia, 2022.

A escassez de informações sobre o futebol americano e as dificuldades que o esporte encontra em manter-se relevante na imprensa especializada em Goiânia é a problematização da pesquisa. Este trabalho analisa a eficiência da cobertura jornalística bem como os principais aspectos que influenciam na qualidade final do que é repassado ao público. Sob formato de *Podcast*, o Além da *Sideline* está disponível no *Spotify* e no *SoundCloud*, e conta com cinco episódios de 10 minutos cada. Com episódios distintos, a produção guia-se por meio do *Agenda-Setting* e como este estudo realizado por Maxwell McCombs e Donald L. Shaw em 1972 direciona e compreende os olhares da mídia e define aquilo que é relevante ou não para a sociedade. O *podcast* Além da *Sideline* direciona-se aos acadêmicos de Jornalismo, bem como profissionais recém-formados e já atuantes na profissão. Pois são vistos como principais atuantes facilitadores do acesso à informação sobre o futebol americano no Brasil e em Goiânia. O podcast, como produto de finalização de curso, foi escolhido pela capacidade de trazer profundidade ao tema e descomplicar a sua compreensão diante de um nicho considerado muitas vezes como restrito.

Palavras-chave: *Podcast;* Futebol Americano; Agenda-Setting; Jornalismo Especializado.

ABSTRACT

RIBEIRO, Isabella Brito. A bola oval na terra do pequi: **o podcast como veículo de cobertura esportiva do futebol americano em Goiânia**. Podcast, 2022. 65 f. Curso de Curso de Jornalismo, Centro Universitário Alves Faria, Goiânia, 2022.

The scarcity of information about American soccer and the difficulties that the sport faces to remain relevant in the specialized press in Goiânia is the problematization of the research. This work analyzes the efficiency of news coverage as well as the main aspects that influence the final quality of what is reported to the public. Under Podcast format, Além da Sideline is available on Spotify and SoundCloud, and has five episodes of 10 minutes each. With distinct episodes, the production is guided by Agenda-Setting and how this study conducted by Maxwell McCombs and Donald L. Shaw in 1972 directs and understands the eyes of the media and defines what is relevant or not to society. The podcast Além da Sideline is aimed at Journalism students, as well as recent graduates and professionals already working in the profession. They are seen as the main facilitators of access to information about American soccer in Brazil and in Goiânia. The podcast, as an end-of-course product, was chosen for its ability to bring depth to the theme and make it easier to understand in a niche often considered as restricted.

Keywords: Podcast; American Football; Agenda-Setting; Specialised press

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO ….....10

1. FUTEBOL AMERICANO EM GOIÁS.....12

1.1. Impactos do podcast para o futebol americano**.....15**

1.2. Jornalismo especializado**.....17**

2. *PODCAST*: VÁRIAS POSSIBILIDADES.....19

2.1. O podcast no esporte nada óbvio**.....20**

2.2. O Podcast Além da Sideline**.....21**

2.3. Além da Sideline: complementos **.....22**

3. TEORIA DO AGENDAMENTO.....25

3.1. Estudos da mídia**.....26**

4. JORNALISMO E SOCIEDADE.....28

5. LINHA EDITORIAL.....29

6. PÚBLICO-ALVO.....30

CONCLUSÃO.....31

REFERÊNCIAS 32

APÊNDICE - ROTEIROS

APÊNDICE A – EPISÓDIO 1: QUANTAS JARDAS ATÉ AQUI?

APÊNDICE B – EPISÓDIO 2: PRIMEIRA DESCIDA PARA DEZ

APÊNDICE C – EPISÓDIO 3: ALÉM DA SIDELINE

APÊNDICE D – EPISÓDIO 4: DESCIDA PARA 20 JARDAS

APÊNDICE E – EPISÓDIO 5: TOUCHDOWN/PUNT DE RETORNO

INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi desenvolvido a partir da observação da presença da imprensa goiana na *sideline* dos campos de futebol americano. Com pressuposto que essa cobertura é insuficiente e que esta ausência afeta diretamente as equipes e seu posicionamento na sociedade. Assim, a pesquisa experimental analisa a cobertura dos veículos de imprensa com a ferramenta *podcast* para com o esporte.

O *podcast* é abordado como projeto de estudo, visto que possui alto poder informativo, classificatório e amplia as observações do público. Além disso, favorece o campo em que é aplicado por favorecer maior profundidade em dados, imersão do ouvinte e novas narrativas sobre o mesmo assunto.

A discussão pode ser ampliada para o jornalismo especializado por sua capacidade de explorar os efeitos da Hipótese do Agenda Setting na imprensa além do jornalismo web e o ciberespaço em que está incluso. Assim, permite ser aplicado e reconhecido como importante pelo público, que o acompanha de maneira indireta.

O *podcast* Além da Sideline explora as perspectivas do futebol americano no âmbito comunicacional no jornalismo especializado. A escolha do tema deu-se a partir das observações realizadas em período acadêmico. Assim, foi notada a presença pontual do esporte em pautas específicas dentro dos veículos de imprensa, especialmente, os veículos de rádio, web e televisão.

Junto a isto, o levantamento bibliográfico auxilia na compreensão das dificuldades enfrentadas pelo esporte em se pautar na imprensa goiana. Que, embora não tenha um trabalho de assessoria de imprensa totalmente direcionado à ele, nota-se a ausência de profissionais especializados para abordá-lo e dar-lhe melhor direcionamento.

Neste trabalho experimental, foram entrevistados jornalistas do Sistema Sagres, TV Serra Dourada, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT); TV Anhanguera de Goiânia, afiliada da Globo; além de gestores da Confederação Brasileira de Futebol Americano (CBFA), Goiânia Saints e atleta do Goiânia Rednecks.

Ao longo de cinquenta minutos de conteúdo, são abordadas temáticas cruciais para o desenvolvimento do futebol americano e como elas impactam diretamente a modalidade em

um cenário esportivo definido como plural. Com linguagem simples e interativa, o propósito é trazer proximidade com a modalidade diante de suas premissas e abordagens diversas que o futebol americano pode receber.

Além disso, o *podcast* Além da Sideline atua como precursor de informações cruciais que facilitam a integração da modalidade como um todo.

1 FUTEBOL AMERICANO EM GOIÁS

O futebol americano que conhecemos hoje surgiu no século XIX, em Mckenzie, após três jogos disputados entre as universidades de Harvard e Yale, nos Estados Unidos. O esporte não tinha regras delimitadas, o que fazia com que misturasse as regras do *rugby* com as do futebol tradicional. Ao todo, dois times com 25 atletas disputavam o controle da bola redonda, que podia ser batida com a mão, com o pé ou a cabeça. (ALMEIDA. 2018.)

No ano de 1875, as universidades de Columbia e Princeton decidiram por implementar regras específicas, que foram fundamentais para o desenvolvimento do esporte.

> Há a substituição do scrum (rúgbi) pelo snap (termo específico do futebol americano). É empregado um sistema de pontuação ainda mais distinto daquele utilizado no rúgbi: quatro pontos para quando um time chegava com a posse de bola na área do adversário (try/touchdown), dois para um safety (ser derrubado na própria área), dois para um "gol" depois do touchdown e cinco para um gol chutado de dentro de campo (field goal). A regra que faltava para que o esporte fosse ainda mais americano e menos inglês foi a permissão do bloqueio ao longo do campo- um ato que até hoje é ilegal no rúgbi (CURTI, 2017 *apud* ALMEIDA. 2018. p. 15.).

Foi somente em 1905 que houve mudança significativa nas regras após 18 mortes em campo. Pois o esporte anteriormente não permitia o passe da bola para frente, apenas para os lados, o que resultava em um número grande de colisões, ferimentos graves e fatalidades. Assim, o então presidente Theodore Roosevelt ameaçou proibir a prática do futebol americano caso as regras não pudessem garantir mais segurança aos atletas.

> O técnico de Harvard, Bill Reid, convocou um comitê, que teria como objetivo a criação de novas regras,a fim de tornar o futebol americano algo mais fluido e sobretudo menos perigoso. O comitê revolucionou o jogo e seria o embrião do que depois se tornaria a National Collegiate Athletic Association (NCAA - Associação Atlética Universitária Nacional) (CURTI. 2017*apud* ALMEIDA. 2018. p. 16).

O futebol americano começou a obter alcance com o surgimento da National Football League (NFL), em 1920. Porém quase 70 anos depois o esporte começa a ganhar popularidade mundial.

> O FA, desde então, tem se apresentado em ascensão no que diz respeito a visibilidade e a organização. Por meio da NFL e da midiatização o esporte ganhou reconhecimento mundial. Os jogos são transmitidos para aproximadamente 160 países, com fãs espalhados por continentes como Europa, Ásia e América do Sul (SOARES, 2004 *apud* BUENO; JÚNIOR. 2020 p. 127.)

O esporte precisou enfrentar uma série de adaptações para que pudesse ser agregado ao Brasil, que incluía os aspectos culturais, políticos e econômicos, além da introdução ao estilo de vida americano. Tal intercâmbio se assemelha à troca de mercadorias ou prestação de serviços, no qual, a oferta é redistribuída para vários locais

> No Brasil, o esporte começou a ganhar popularidade no final dos anos 1990, graças à influência da mídia que apostou na transmissão de jogos do Campeonato de Futebol Americano dos EUA, entre 1994 e 1998. Os canais esportivos ESPN e TV Bandeirantes foram os pioneiros. (FIRMINO, 2018. *apud* BUENO; JÚNIOR. 2020 p. 127-128.)

No Brasil a necessidade de organização devido ao aumento do número de equipes ocasionou a fundação da Associação Brasileira de Futebol Americano (AFAB) e da Confederação Brasileira de Futebol Americano (CBFA) que contribuem para o crescimento da modalidade no país. Atualmente, mais de 130 equipes jogam com equipamento completo em ligas regionais e nacionais.

> O aumento da exposição da modalidade no país resultou também no aumento do interesse para a prática do futebol americano. Consequentemente, o nível técnico dos jogadores tem sido aperfeiçoado ao ponto de equipes nacionais investirem na preparação esportiva dos atletas trazendo treinadores e atletas estrangeiros, montando uma comissão técnica especializada e multidisciplinar e, também, oferecendo estruturas satisfatórias para a prática da modalidade. (SOUZA *et al*. p. 3 2015.)

Para Rodrigues et al (2014), o processo ampliado do número de modalidades esportivas é elemento característico do processo de esportivização. Assim, a disposição de regras e instituições compõem o cenário esportivo e designam novos comportamentos e atitudes que podem ser adaptados e regulados com o passar do tempo.

> Com o tempo, os telespectadores se organizam e formam times e tornam-se praticantes/jogadores. Finalmente as equipes, já com certa estrutura e organização, começam a competir entre si. Conforme os times se consolidam, progressivamente fundam clubes, instituem federações, criam ligas, organizam campeonatos estaduais e federais. (BUENO; JÚNIOR. 2020. p. 138.)

O futebol americano foi pouco noticiado pelos veículos de comunicação, o que impactou o desenvolvimento da modalidade como um todo. Pois muitas vezes inclui-se a dificuldade em se obter dados concretos sobre o esporte.

> Não existe familiaridade com a maioria do público, e o futebol americano é um esporte extremamente segmentado para um público extremamente

> segmentado aqui no Brasil. Não são regras que são de domínio público. [...] A qualidade e a quantidade de profissionais que sabem falar com propriedade sobre esse tema, em conhecer a história, fazer todo esse trabalho e não fugir de achismos. [...] (TONDOLO. 2022)

No estado de Goiás, o Goiânia Rednecks e o Goiânia Cascavéis foram os primeiros times de futebol americano a disputarem espaço nos campos da capital, por meio de entusiastas do esporte. Devido à falta de informações e acesso aos equipamentos primordiais para a prática, ainda não existia o conceito de equipes e campeonatos em meados de 2010. Ação esta que teve impacto direto no desenvolvimento da modalidade como um todo.

O Goiânia Rednecks surgiu oficialmente em 2012 após Pedro Henrique Mota, Marcelo Macieira, Guilherme Toscano e Arthur Moraes iniciarem as práticas do Flag Football em um condomínio de Goiânia. No entanto, o número de praticantes cresceu consideravelmente e, assim, formaram uma equipe competitiva.

O Rednecks ainda contou com influências de jogadores e diretores do Brasília Alligators, do Cuiabá Arsenal e do Sinop Coyotes. Porém, a falta de apoio e estrutura financeira ainda prejudica o desenvolvimento da equipe, já que ainda é necessário que os atletas arquem com boa parte das despesas.

O que fez com que em 2015, o Goiânia Rednecks buscasse apoio com a equipe de futebol tradicional colorada, resultando no Vila Nova Tigres. E em 2017, reforça o plantel com o Goiânia Madkings, que buscava maneiras de se fortalecer para a temporada seguinte.

> Esta é a segunda vez em sua história que o Rednecks se funde à outra agremiação. Em julho de 2015, a equipe se uniu ao Tigres. [...] Com a descontinuação do Madkings, o estado fica com três equipes de futebol americano. Além do Caveiras, Goiás tem o Guarás e o recém-fundado Goiânia Saints. (TOMAZETI. 2018.)

Nascido no final de 2017, o Goiânia Saints Futebol Americano surgiu em meio a três outros times que dividiam espaço entre si no cenário goiano. Embora esteja caracterizado como fundação sem fins lucrativos, o clube aurinegro reúne experiências de ex-gestores do Goiânia Madkings para fazer o time progredir em meio às dificuldades do amadorismo do futebol americano na capital. Com isso, Lázaro Júnior, Pedro Henrique de Oliveira e Marcelo Taveira Miguel agregaram aspecto amistoso e colaborativo ao time devido ao amor ao esporte. (TAVEIRA. 2022.)

O Saints Futebol Americano ainda contou com a possibilidade de aproveitar a migração do Flag Football para reutilizar equipamentos como capacetes e ombreiras advindos do Madkings e Guarás. No entanto, estes eram compartilhados entre os atletas devido ao alto custo de aquisição, por serem a maioria importados e de difícil acesso.

> O futebol americano ele encontra diversas barreiras, mais de qualquer esporte amador, talvez algumas um pouco maiores por se tratar de um esporte estrangeiro, um esporte tradicionalmente americano. Mas [...] a principal dificuldade ao meu ver é justamente o alto custo dos equipamentos, porque a gente não consegue fornecer, as equipes, não conseguem fornecer isso para as atletas, porque as equipes são associações sem fins lucrativos. Então, não tem como ter essa disposição [financeira], assim, de ajudar o atleta. (TAVEIRA, 2022.)

No entanto, os times e o esporte ainda enfrentam dificuldades como a obtenção de patrocínios, campo próprio para treinamento e maior visibilidade na mídia e no cenário esportivo no geral. Fatores esses que dificultam o processo de profissionalização do futebol americano na capital.

1.1 Impactos do podcast para o futebol americano

Segundo Luiz *et al* (2014. p. 9) a forma do *podcast* que conhecemos hoje surgiu em 2004, por meio da difusão de arquivos de áudio na internet. Essa mídia seguia a mesma forma dos programas de rádio, porém atribui-se a característica de ser direto e atemporal.

> Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os formatos de MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de audioblogs e demais programas de áudio. (LUIZ et al. 2014. p. 9.)

O podcast tem como principal premissa o custo de produção, significativamente menor que os demais meios, e a capacidade de aprofundar no tema escolhido sem preocupação com o tempo de áudio por programa. Assim, proporciona maior aprofundamento por meio da narrativa escolhida e demais métodos que permitam a imersão do ouvinte no assunto abordado. (VIANA. 2018. p. 2.)

A prática do podcast enquanto mídia voltada para o futebol americano engloba o ciberespaço e a cibercultura. Pois destaca o uso das culturas orais e métodos aplicados para o registro de informações que possibilitam a interconexão entre espaços e direciona tendências

que mudam a forma de estabelecer a comunicação entre determinados grupos. (LÉVY. 1999. p. 1.)

> A mídia aceitou o novo desafio de se juntar à rede para verificar que a demanda por informação por este novo meio vem aumentando, e a tecnologia chegou a um ponto em que parece se acalmar - depois de captar os avanços admissíveis de incorporações virtuais entre diferentes formas de comunicação. Essa virtualidade permitiu o nascimento de um meio polivalente que pôs a serviço do internauta variáveis comunicativas impensáveis há alguns anos e que são explorados por todo tipo de empresas. (ALCOBA. 2005 *apud* ALMEIDA. 2018. p. 56.)

O podcast atua como ferramenta que alimenta um esporte de nicho, que pode também ser considerado de elite, devido ao pouco alcance que tem com o público geral. Além da dificuldade de compreensão das regras e lances visuais, por se tratarem de um esporte estrangeiro. Para Jung (2019. p. 14.), "vivemos em uma sociedade fascinada pela imagem [...], em um país no qual o poder da televisão é extremamente forte".

> Desconsiderando o futebol, os esportes individuais são a maioria entre os esportes praticados. Entretanto, os esportes coletivos são maioria na preferência dos respondentes. O Futebol continua sendo o esporte mais praticado e favorito entre os respondentes. Chama atenção também o fato de alguns dos esportes favoritos pelos brasileiros serem bem pouco praticados (ex: vôlei, natação e basquete). (TOHMATSU. p. 12. 2011)

Assim, tem-se a construção da demanda por conteúdos direcionados ao cenário esportivo, que facilitem o acesso posterior para os interessados pela bola oval. Consequentemente, amplia as discussões sobre o que de fato é o futebol americano e como isto pode ser aplicado dentro de um aspecto cultural e social devido ao processo de globalização e a cultura esportiva. (RODRIGUES; BUENO, 2018)

O ouvinte busca o acesso imediato e facilitado à informação da mesma forma que acontece na internet.

> O ouvinte pretende "acessar" a informação no rádio com a mesma facilidade encontrada em um portal de notícias. Nesse contexto, estar atento às demandas da audiência se torna fundamental sem perder de vista a ideia de que fatos interessantes ao público nem sempre são de interesse público. (JUNG 2019. p. 63)

Luiz *et al* (2014. p. 31) destaca que a publicação de um podcast por meio da tecnologia feedRSS facilita o acesso por meio de outras plataformas pelas facilidades inclusas de metadados, *tags* e demais informações que podem ser lidas e interpretadas por agregadores. Pois o feed permite com que os produtos de áudio sejam baixados e ouvidos em qualquer lugar e ouvidos a qualquer momento (LUIZ *et al.* 2014. p. 36).

1.2 Jornalismo especializado

O jornalismo percorre caminhos da comunicação que o torna um interlocutor da sociedade e tem influência em seu espaço e tecido social. No entanto, a prática demanda especialidade e profissionalismo de modo que abrace tópicos e transmita a informação de maneira prática e direta.

> A ideia de jornalismo aparece ligada a construções que abordam a produção noticiosa, a história do jornalismo, a relação do jornalismo com os meios de comunicação e suas práticas, com a literatura, e outras ênfases como, por exemplo, perspectivas sobre o jornalismo como forma de conhecimento, como representação ou como narrativa. (TAVARES. 2010. p. 3.)

A noticiabilidade do futebol americano envolve processos que lidam com áreas específicas da comunicação, dentre elas, o Jornalismo Especializado. Pois, antes do conteúdo ser veiculado, toda a sua produção e obtenção de dados passa pela hierarquia de dados de um ou vários veículos de comunicação. Com isso, o jornalista redimensiona o fato e constrói sentido dentro de um campo profissional. (SOUSA *apud* TAVARES. 2010. p. 3.)

Porém há necessidade de o jornalista se aproximar do conteúdo de modo que seja possível efetuar observações e esclarecer conteúdos acerca do que é abordado. (CARDOSO. 2016. p. 6.).

> O jornalista precisa ir a campo, ao local dos acontecimentos porque assim terá a chance de utilizar todos os seus sentidos para perceber, registrar e observar o esporte onde ele se desenvolve e suas nuances. Conhecerá de perto atletas, técnicos, dirigentes e torcedores que serão fontes e aumentarão a credibilidade das informações jornalísticas. Somente assim se poderá reduzir certas narrativas e críticas presentes no jornalismo que beiram a injustiça quando um atleta não vence sua competição atendendo as expectativas de torcida e da imprensa. (CARDOSO. 2016. p. 6.)

Não obstante, ainda é necessário compreender que existem limitações nos meios de transmissão que serão utilizados. Pois a linguagem, se muito técnica, prejudica o aproveitamento do material e gera ruídos entre o emissor e o receptor e sem apoio visual ou descritivo sobre a situação, desinteressa-se por não ter perspectivas claras sobre o que acontece (JUNG. 2019. p. 18.).

> A ideia de jornalismo aparece ligada a construções que abordam a produção noticiosa, a história do jornalismo, a relação do jornalismo com os meios de comunicação e suas práticas, com a literatura, e outras ênfases como, por exemplo, perspectivas sobre o

> jornalismo como forma de conhecimento, como representação ou como narrativa. (TAVARES. 2010. p. 3.)

Nesse contexto, a imprensa assume papel facilitador para o acesso à comunicação e ao esporte em um determinado espaço demográfico. Pois o do futebol americano não ocorreu de forma igual e padronizada, o que dificultou a sua adaptação devido aos aspectos culturais que cercam a modalidade (BUENO; JÚNIOR. 2020 p. 141).

2 *PODCAST*: VÁRIAS POSSIBILIDADES

No rádio, uma das premissas é o dinamismo e a velocidade da produção, bem como a sua veracidade e credibilidade. Antes da introdução dos computadores nas redações, o jornalista enumerava linhas e laudas, o que lhe tomava tempo de repasse da notícia, além de cronometrar o tempo de fala. No entanto, tal limitação não existe no *podcast*.

O nome “podcast” surgiu por meio do prefixo “pod", oriundo de iPod com o sufixo “casting", de broadcasting, que em inglês significa transmissão em larga escala (ORLANDO, 2020, p. 4). Segundo Luiz (2014. p. 12.), quando os primeiros podcasts brasileiros surgiram, eles se assemelhavam bastante aos norte-americanos, com programas com pouca ou nenhuma edição, lembrando programas ao vivo de rádio.

> Atualmente há podcasts em diversos formatos, estilos e temas, lidando ou não com humor (em maior ou menor grau) e até com uma “preocupação” não tão grande com a edição de áudio (priorizando, entre outras coisas, o conteúdo ou a agilidade da publicação. (LUIZ. 2014. p. 13.)

O podcast começou a ser introduzido no Brasil por meio do programa Digital Minds, em 2004. Poucos anos depois notou-se a presença da modalidade em blogs e sites, devido à sua presença regular e a representação auditiva do conteúdo. Embora um podcast pareça ser fácil de ser produzido, é preciso compreender seus processos práticos: pesquisa, construção de roteiros, seleção das fontes, coleta de entrevistas, curadoria de efeitos e trilhas sonoras. Além de estudos aprofundados sobre o tema, público-alvo, linha editorial e meios em que este produto será disponibilizado.

> Em teoria, para se produzir um podcast é necessário somente um computador equipado com um microfone, fones de ouvido e uma placa de áudio com capacidade de gravação e reprodução de sons. Para isso, basta que o usuário capture o áudio e crie um arquivo de som para ser disponibilizado na internet. (ASSIS. 2010. p. 6)

Embora o Brasil ainda tenha grandes emissoras de TV, rádio e portais de notícia localizados no Sudeste, o surgimento de podcasts regionais auxiliam na construção do conhecimento sobre o próprio país. (LUIZ. 2014. p. 25.)

> O podcast aguça a curiosidade dos ouvintes sobre o regionalismo, sobre o que tem de diferente naquela região. Talvez seja pela relação de amizade e identificação que se cria com o podcaster, o que torna mais aceitável que a pessoa fale diferente. O “t” forte de grande parte do Nordeste convive bem com o jeito “puxado” do carioca falar

> e com expressões peculiares de cada região. Nenhuma outra mídia consegue assumir regionalismos com tanto sucesso. (LUIZ. 2014. p. 26.)

No entanto, a conquista da credibilidade de um podcast é lenta e gradual (LUIZ. 2014. p. 26.), pois a popularização dos meios de radiodifusão amenizou barreiras culturais que limitavam o conhecimento da imprensa. (COUTO *et al.* 2018. p. 107)

Lévy (1999. p. 1-2) reitera que o eixo cibercultura e ciberespaço estende-se às maneiras de ver, ser, valor e representações ligadas à interconexão das pessoas e instituições envolvidas neste processo. Portanto, a compreensão de uma mensagem só é possível quando há ligação com seu contexto.

Talvez por isso, o *podcast* tem sido amplamente utilizado no jornalismo esportivo, com uma linguagem dinâmica para a sua proposta. Nisto, compreende-se a abordagem utilizada pelos meios como forma de se fazer com que o conteúdo seja facilmente alcançado pelo público-alvo.

2.1 O podcast no esporte nada óbvio

Kischinhesvky (2018) *apud* Viana (2020. p. 1) afirma que no futebol americano, o podcast como ferramenta é capaz de trazer profundidade de apuração, uma vez que não há restrições na trilha sonora ou construção de um cenário, diferente do que acontece no radiojornalismo tradicional.

> Com o aprimoramento das tecnologias e dos dispositivos digitais, conteúdos imersivos têm se aperfeiçoado e se popularizado. Alguns formatos surgem amparados pelas plataformas digitais, como é o caso da Realidade Virtual ou da Realidade Aumentada, no entanto, em outros casos, há uma potencialização de recursos que já eram experimentados pelos meios tradicionais já que a narrativa imersiva não é uma estrutura recente. (VIANA. 2020. p. 2)

Para Eco (1994) e Murray (2003) *apud* Viana (2020) e, parte do sujeito a disposição de fazer parte de uma experiência narrada, de modo que seja possível imergir-se e ser atingido pelas sensações do conteúdo que é consumido.

No entanto, o futebol americano requer que o profissional esteja antenado às informações principais e secundárias, que favoreçam a dinamicidade que o esporte exige. Pois,

o estabelecimento de uma equipe permite o seu avanço dentro de um ramo até então pouco explorado.

> Em suma, o podcasting pode ser classificado como micromídia quando este passa a ser produzido por indivíduos e grupos sem vinculação com corporações de mídia e que atinjam pequenas audiências. Entretanto, empresas que atuam na mídia de massa e de nicho igualmente produzem seus próprios podcasts, o que dificulta sua definição. (ALMEIDA. 2018. p. 59)

Almeida (2018. p. 59) reitera que as informações produzidas para um público específico fazem com que o jornalista obtenha mais conhecimento sobre as informações disponibilizadas nesse programa. Assim, a relação com a tecnologia utilizada também leva em conta as condições e o cenário em que esse conteúdo foi produzido.

2.2 O podcast Além da Sideline

Popular como o rádio, e presente na era digital, o podcast é um dos meios de comunicação que possui maior ligação com a cibercultura. Lévy (1999, p. 1.) afirma que não há sentido único quando a universalidade é construída, pois a construção de um ciberespaço se interconecta com elementos culturais heterogêneos. Ou seja, ocorre o desenvolvimento de redes interativas, cujas práticas de comunicação moldam práticas, atitudes e maneiras de pensar.

Enquanto novo modelo radiofônico, o podcast, favorece as maneiras de produção quanto à sua dinamicidade. Para Cruz (2020. p. 21-22), o formato da construção, tanto do roteiro quanto das locuções, reforça que os ouvintes podem aprender muito sobre tais assuntos em um curto espaço de tempo, sem perder o interesse nos temas.

O podcast Além da Sideline aborda em cinco episódios a chegada e evolução do futebol americano em Goiânia. Assim, colaboram com a produção pessoas ligadas diretamente a essa modalidade esportiva na capital, cada qual com funções distintas que abordam a importância de cada um para o esporte. Ao todo, foram ouvidos seis profissionais, um da TV Anhanguera, um da TV Serra Dourada, um do Sistema Sagres de Comunicação, um atleta do Goiânia Rednecks, o presidente do Goiânia Saints e a presidente da Confederação Brasileira de Futebol Americano.

Assim, o podcast Além da Sideline aborda em 50 minutos de produção a participação da imprensa no desenvolvimento do esporte. Traz como característica principal, dados e informações sobre cada etapa do futebol americano na capital.

- **Episódio 1 - Quantas jardas até aqui.** Apresentação sobre o que é o futebol americano, como o esporte chegou ao Brasil e suas versões em solo nacional. Com entrevistas iniciais da presidente da CBFA, Cristina Kajiwara; presidente do Goiânia Saints Marcelo Taveira; e o jogador da linha ofensiva do Goiânia Rednecks, Rogério Guimarães. Além de apontamentos por meio de testemunho sobre a chegada do esporte em Goiás e as primeiras equipes.
- **Episódio 2 - Primeira descida para dez.** Como a ausência concreta de dados sobre o esporte interfere na visibilidade do mesmo. Adendo para o fato de o futebol americano ser estrangeiro e suas regras conterem diversas palavras em inglês, que dificultam a compreensão e o interesse do público em geral.
- **Episódio 3 - Além da sideline.** Importância do Jornalismo Especializado e do Agenda Setting para o Futebol Americano. O quanto os serviços de cobertura da imprensa, podem prestar para o esporte a fim de auxiliarem no posicionamento da modalidade em veículos como: rádio, televisão e web.
- **Episódio 4 - Descida para 20 jardas.** Importância dos veículos de comunicação para o futebol americano brasileiro. Como o rádio cobre a modalidade e quais desafios esse veículo enfrenta. Funções do *podcast* dentro do espaço da cibercultura e suas funções enquanto mídia especializada sobre o assunto.
- **Episódio 5 - Touchdown/Punt de retorno.** Aplicações do *podcast,* enquanto ferramenta viável para o alcance do futebol americano em Goiás, maneiras e direcionamentos que essa mídia pode tomar a fim de difundir a modalidade e explicar para os possíveis interessados, atletas e diretoria.

2.3 Além da Sideline: complementos

Durante o desenvolvimento e produção do *podcast* Além da Sideline, foram observadas as principais deficiências que o futebol americano enfrenta enquanto esporte estrangeiro em terras tupiniquins. Para Oliveira (2022), a baixa frequência de competições afeta diretamente a

visibilidade e o desenvolvimento do futebol americano, uma vez que é necessário garimpar histórias e conhecer pessoas além das bordas do gramado.

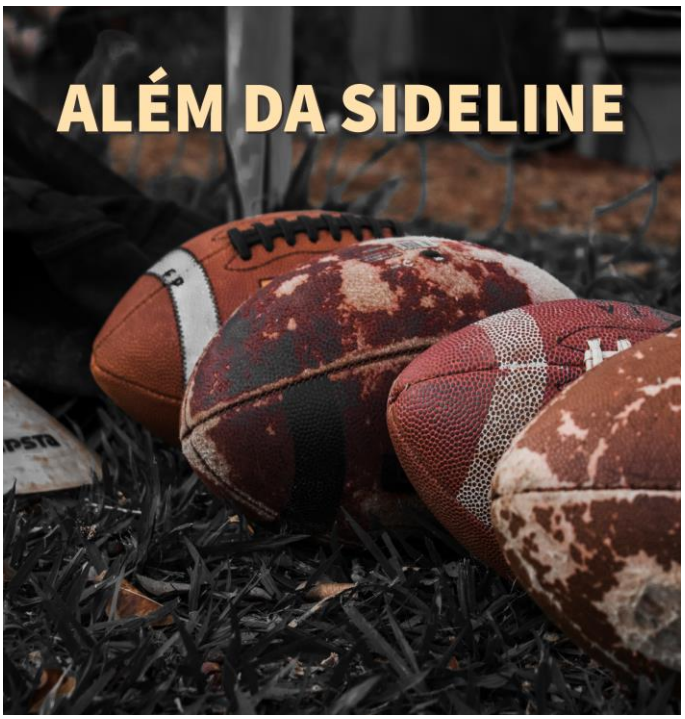
A identidade sonora deste produto foi baseada na predominância de estilos musicais predominantes em partidas e aquecimentos, como por exemplo rap, rock, hip hop, trap e eletrônica. Assim, na vinheta de abertura e trilhas sonoras denotam ação, concentração, precisão e velocidade; atributos estes requeridos com frequência dos atletas.

> A vinheta de abertura dita a vibe do seu podcast. São aproximadamente 30 segundos que você tem para dizer sobre o que é o seu programa e convencer o ouvinte a ficar. Além da vinheta de introdução, você também poderá precisar de vinhetas e trilhas durante o programa, como para a troca de quadros e mudanças de assuntos. (MAFFEO; POLITI. 2020 *apud* CRUZ, 2020, p. 19).

Deste modo, o *podcast* Além da Sideline busca preencher as principais lacunas que cerceiam o futebol americano em Goiânia. Por meio de episódios descritivos que visam levantar dados importantes sobre o esporte no Brasil e como isso reflete em sua abrangência atual.

A identidade visual foi desenvolvida com base em registros fotográficos autorais obtidos durante seletivas, treinos, jogos e demais competições. Com isso, traz como principal elemento a bola oval, de cor marrom avermelhado, disposta sobre o gramado, com destaque aos tons quentes e terrosos. Além da fonte de espessura média, em caixa alta e sem serifa, com a cor próxima ao bege amarelado, que agregam força, estratégia e imponência exigidos a todo momento em campo.

Figura 1 - Fotografia da capa do *Podcast* Além da Sideline



Fonte: Além da Sideline. (Isabella Brito Ribeiro, 2022)

3 TEORIA DO AGENDAMENTO

A Teoria do Agendamento ou Agenda-Setting relaciona-se diretamente com a capacidade de influenciar a agenda pública, pautando as conversas entre os cidadãos (CASTRO. 2004. p. 198.). Os professores Maxwell McCombs e Donald L. Shaw foram os primeiros a comprovar em 1972, o estudo com base em observações sobre os efeitos da mídia de massa na construção da imagem e opinião pública.

Neste sentido, veículos como rádio, televisão e jornais impressos são capazes de delimitar cinco principais temas a serem discutidos com base nos mais importantes de acordo com a sociedade. Castro (2004. p. 201.) define que indivíduos incluem as pautas com base em sua lista de prioridades, dentre elas política, economia e esportes.

> Agenda-setting supõe uma correlação positiva e alta entre a agenda midiática e a agenda do público. A agenda pública, no entanto, possui uma capacidade limitada. As pessoas prestam atenção a um número restrito de assuntos por vez, limites impostos tanto pelo tempo, quanto pela capacidade psicológica. Por isso, a todo instante, dezenas de assuntos se digladiam na esfera pública a fim de captar a atenção do público. (CASTRO. 2004. p. 202.)

McCombs e Shaw (1972) *apud* Castro (2004. p. 204) define que o indivíduo direciona a sua atenção para aquele objeto relatado em sua agenda. Assim, liga-se com a frequência com que este é descrito ou veiculado. E tanto em situações em que é relevante, tem seus valores atribuídos e que podem representar mudanças significativas em uma sociedade.

O Agenda-Setting inclui o fator de enquadramento a um determinado assunto de acordo com a maneira em que este é percebido de acordo com a reatividade do alvo a que este foi direcionado.

> A maioria dos cidadãos funcionam em um mundo que está fora do âmbito rarefeito do discurso político. É um mundo pessoal, com um conjunto de circunstâncias igualmente críticas de um tipo pessoal e familiar. Por breves momentos, no dia apressado de qualquer cidadão se produz uma intersecção entre estes dois mundos. [...] Estas duas funções diferentes - indicar e traduzir - consistem na essência das duas dimensões do agenda setting: os medos da difusão não só situam e iluminam certas partes do entorno, senão também dão significado. Em sua forma mais simples a ideia do agenda setting diz que se subtraiam os medos - tratando-se dos temas ou de seus aspectos - se converterá em algo importante para o público. (NEUMAN, JUST, CRIGLER. 1992. *apud* McCOMBS, EVATT. 1995. p. 2.)

Assim, tem-se a dimensão dos efeitos previsíveis da informação sobre a audiência devido ao uso sistemático da informação para o surgimento da opinião pública e transmissão de novas ideias que aplicam e impulsionam a teoria de acordo com a reação da mesma. (COLLING. 2002. p. 88.)

3.1 Estudos da mídia

Diante da premissa do *podcast*, o presente trabalho estuda o impacto do rádio enquanto precursor de notícias até os dias atuais. Pois, atua como principal mídia de massa por meio da construção simbólica de uma imagem por meio de sua representação.

> A representação é uma construção simbólica e intersubjetiva que auxilia os sujeitos a compreenderem o contexto em que vivem. Ao negociarem os entendimentos que têm dos mundos objetivo, social e subjetivo, eles constroem suas identidades e reafirmam seus pertencimentos. Além da linguagem e das práticas discursivas, outros recursos são levados em conta nesse processo, tais como a história e a cultura. (ROCHA, 2008 *apud* CRUZ, 2020, p. 29).

Viana (2018. p. 3) define que é preciso estar aberto para as experiências narrativas retratadas pelos meios, pois o processo imersivo ocorre tanto pelas sensações ocasionadas pelo consumo do conteúdo quanto pela disposição psicológica do público.

> Assim, concordamos que o processo de imersão independe de tecnologias amparadas pelas plataformas digitais – podendo ocorrer por meio dos livros, por exemplo – mas que essas atuam como potencializadoras da experiência. Há, por isso, uma falsa ideia de que o conteúdo imersivo só acontece quando um cenário é virtualmente criado. (VIANA. 2018. p. 4.)

Assim Ferrareto *apud* Almeida (2018. p. 46) explica que a predominância do rádio se aplica por meio da entrevista ao vivo, cujo foco maior se dá em torno da personalidade, além do uso de efeitos sonoros e músicas amarrados à redação. Contudo, ainda há o desafio informativo de manter os receptores por meio da radiodifusão e transmissão de elementos que permitam captar as informações dentro de uma técnica rudimentar (ALCOBA *apud* ALMEIDA 2005. p. 47-48).

O *podcast* consegue alcançar audiências específicas em seus programas, que, por meio das redes sociais, permite observar tendências pelo interesse em questão (ORLANDO. 2020. p. 2-3). Além disso, o engajamento gerado traz enfoques até então despercebidos pelo público. Nisto, a produção para o jornalismo local diversifica, bem como suas aplicações sob a perspectiva dos praticantes, bem como entrevistas que aproveitem o potencial do *podcast* para

o crescimento da modalidade. Enquanto favorece o baixo custo de produção e diversidade de assuntos abordados, sem restrições, que supram as demandas de um programa independente.

Entretanto, a sua presença na mídia brasileira ainda ocorre boa parte por meio das transmissões digitais por meio da convergência entre TV e internet. Almeida *apud* Pozzi & Ribeiro (2018. p. 52) reiteram que a divisão dos custos dos direitos de transmissão possibilitou que conteúdos esportivos fossem redirecionados para a grande massa de interessados. E que neste momento, novas formas de comunicação apareceram de acordo com o desenvolvimento da mídia de nicho.

Tohmatsu (2011. p. 7-13) complementa que o público neste setor é majoritariamente masculino, e tem preferência ampla por esportes praticados de maneira coletiva. Assim, o futebol americano encaixa-se como um dos esportes de elite mencionados na pesquisa cuja taxa de favoritismo é de apenas 7%, do qual, apenas 3% o praticam. E, apesar de não ser completamente televisionado ou coberto propriamente pelos veículos de imprensa, está em crescimento no Brasil com 15,2 milhões de fãs acompanhantes da National Football League por meio de TV por assinatura (ALMEIDA. 2018. p. 10).

4 JORNALISMO E SOCIEDADE

O jornalismo cumpre papel social enquanto ferramenta indispensável para a construção da comunidade, cidadania e democracia (KOVACH E ROSENSTIEL *apud* CRUZ. 2020. p. 31). Pois a comunicação, veiculação de dados factuais e demais informações de interesse público obtidas por meio da coleta de dados permite que a história seja contada em todas as suas dimensões (ALMEIDA. 2018. p. 42).

É notável a sua expansão para as demais áreas da comunicação, incluída também no cenário esportivo, pois esse torna-se amplo para ser explorado e que seja construído narrativas, sem perder o apoio ético da profissão (ALMEIDA. 2018. p. 42).

> Para Barbeiro & Rangel (2015), a emoção do repórter, ao narrar os fatos, não pode se confundir com a paixão de um torcedor. Caso isso ocorra, haverá prejuízo no relato final. A emoção é um atributo de todo ser humano, e ajuda a aquecer as transmissões esportivas. Ainda assim, não se pode confundir com a paixão, que cega quem tem o dever de enxergar ou atrela o jornalismo a uma causa ou a um ídolo. A paixão emperra a apuração, incentiva a notícia sem acurácia, atrapalha a busca contínua da isenção e da ética (BARBEIRO & RANGEL *apud* ALMEIDA. 2018. p. 43).

Assim, o gênero informativo une-se ao gênero interpretativo para que haja síntese de informações noticiosas obtidas e que sejam repassadas ao público de modo qualitativo para que ele se situe (ALMEIDA. 2018. p. 43). Dessa forma, o leitor utiliza as informações relativas ao acontecimento para que haja trânsito entre objeto noticiado e seus valores intrínsecos dentro das esferas sociais, econômicas, históricas e culturais (ALMEIDA. 2018. p. 45).

5 LINHA EDITORIAL

A linha editorial do *podcast* Além da Sideline aborda a relação da imprensa goiana com o futebol americano. Seu principal aspecto consiste em relatar histórias dentro do esporte e sua percepção diante da mídia por se tratar de uma modalidade estrangeira e com dificuldades em se estabelecer além da situação de amadorismo.

> Sobre um radiojornalismo narrativo em podcast, Kischinhevsky (2018) aponta algumas características específicas, como uma apuração em profundidade, na qual o jornalista ouve amplamente as fontes e recorre à ilustração desses personagens várias vezes ao longo da produção; e ao fato de não haver uma restrição de tempo das sonoras utilizadas como ocorre no radiojornalismo convencional. Para ele, a maioria retoma crimes ou envolvem investigações marcadas por controvérsias, sendo sempre histórias verídicas que tiveram alguma cobertura da imprensa, mas não com a devida profundidade. (VIANA. 2018. p. 1-2.)

A oralidade proveniente do rádio proporciona aproximação com o assunto tratado. Viana (2018. p. 2) explica que estratégias sonoras favorecem a imersão do *podcast* cuja âncora se encontra no radiojornalismo narrativo.

Tanto o jornalismo esportivo como o jornalismo especializado atuam para ampliar os valores primordiais na formação do caráter do indivíduo (CARDOSO. 2016. p. 3). Pois muitas vezes, uma reportagem ou material publicado sobre o assunto podem servir como pontapé inicial para jornadas em todos os segmentos por meio do desenvolvimento de atividades lúdicas que vinculam esporte, saúde, educação e lazer (CARDOSO. 2016. p. 4).

Cardoso (2016. p. 5) complementa a necessidade de o jornalista dispor de tempo para a prática esportiva, que favoreçam a compreensão de regras, particularidades, regras e demais dinâmicas, que enriquecem as narrativas e trazem novas sugestões de abordagem.

6 PÚBLICO-ALVO

O *podcast* Além da Sideline direciona-se aos acadêmicos de Jornalismo, bem como profissionais recém-formados e já atuantes na profissão. Pois são vistos como principais atuantes facilitadores do acesso à informação sobre o futebol americano no Brasil e em Goiânia.

> O processo deve começar tendo-se em mente um público-alvo bem definido: possíveis compradores dos produtos da empresa, usuários atuais, pessoas que decidem ou influenciam; indivíduos, grupos, públicos específicos ou o público em geral. O público-alvo exerce uma influência fundamental nas decisões do comunicador sobre o que, como, quando, onde e para quem dizer. (KOTLER, 2000 p. 572 *apud* ESTEVES, 2017, p. 02).

Em Goiânia, a baixa notoriedade do esporte nota-se por meio da ausência de conteúdo que agregue valor à sua prática e extensão além do público geral. Este tópico afeta diretamente a percepção do futebol americano pela imprensa, que ainda encontra dificuldades em obter embasamento e espaço, e que permita o seu encaixe na rotina do acompanhante do esporte no geral por meio das notícias veiculadas.

Deste modo, o podcast Além da Sideline visa o melhor entendimento sobre o futebol americano por meio de linguagem simples e desmitificada sobre a modalidade.

CONCLUSÃO

Diante da escassez da cobertura jornalística do futebol americano em Goiânia, percebe-se que o esporte ainda é pouco representado de modo geral. A dificuldade de obter notícias sobre a prática esportiva afeta diretamente o desenvolvimento e visibilidade do mesmo quando se projeta alcançar a profissionalização.

Assim, o podcast agrega a função principal de aprofundar dados e elementos que demandam atenção do público e do jornalista. A partir do levantamento de conteúdo jornalístico sobre o esporte na capital ajuda a entender sua relação com o jornalismo esportivo goiano nos dias atuais. Neste sentido, considera-se o uso do *podcast* como ferramenta auxiliar para que se amplie a cobertura da modalidade em Goiás, tendo em vista o fato de ser um esporte visual.

Nota-se a importância da cobertura midiática adequada e descritiva para que os times de futebol americano brasileiros desfrutem de maior autonomia (RODRIGUES et al. 2014). Com isso, a representação do futebol americano pelo jornalismo esportivo implica em sua relação de distanciamento ou proximidade com o público.

> No Brasil, a influência do futebol é importante. Tanto em termos econômicos quanto sociais, este é um país que por vezes, é representado como o "País do Futebol", principalmente nos meses que antecedem a realização de uma Copa do Mundo. Porém, existem outros esportes que têm aparecido no cenário esportivo com uma quantidade expressiva de praticantes, e estes passam a contar com a cobertura da mídia para sua divulgação, expansão e massificação entre a população brasileira. (FRONTELMO. 2006. p. 1)

Nesse sentido, parte-se da hipótese de que a mídia desempenha papel fundamental para o agendamento e desenvolvimento da modalidade esportiva do futebol americano no Brasil e em Goiás, considerando-se os efeitos da mídia de massa na agenda pública (KOSICKI, 1993. p. 105). Nisto, compreende-se que, pelo fato de o Brasil ser considerado o "país do futebol", ainda há esportes considerados de elite, como o futebol americano, que não possuem os holofotes da mídia (TOHMATSU, 2011). Ou seja, um esporte cuja prática ainda é desconhecida, depende da demanda da imprensa para que esteja em relevância perante a sociedade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rodrigo Fronza de. **O futebol americano no Rio Grande do Sul e a divulgação da rádio gaúcha em Podcast**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018. 79 p.

BUENO, Igor Alexandre Silva; JÚNIOR, Wanderley Marchi. **A Influência da Globalização na Inserção do Futebol Americano no Brasil**. 2020. 24 f. Universidade Federal de Rio Branco, Rio Branco, 2020.

CARDOSO, Marcelo. **Jornalismo especializado em esportes: uma discussão para ampliar conceitos e autores**. 2016. 10 f. Universidade Anhembi-Morumbi, São Paulo, 2016.

CASTRO, Davi de. **Agenda-setting: hipótese ou teoria? Análise da trajetória do modelo de Agendamento ancorada nos conceitos de Imre Lakatos**. 2004. 18 f. Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

COUTO, Edvaldo Souza; *et al*. **Da cultura de massa às interfaces na era digital**. 2008. 13 f. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.

CRUZ, Marcos Gabriel Rodrigues. **PodDiverficar: Telejornalismo Goiano uma análise sobre a diversidade na perspectiva da mulher referente à TV Anhanguera e TV UFG de Goiânia-GO**. Podcast, 2020. 65 f. Curso de Jornalismo do Centro Universitário Alves Faria. Goiânia. 2020.

ESTEVES, P. S. et al. **Kahoff Boutique: novo foco em segmentação de mercado.** XX SEMEAD - Seminários em Administração, nov. 2017. Disponível em: http://login.semead.com.br/20semead/arquivos/1927.pd Acesso em 8 jun. 2022

FRONTELMO, Paulo Antônio Coelho; RIBEIRO, Carlos Henrique de Vasconcelos Ribeiro. **Futebol Americano no Brasil. Estratégias e Limitações no país do Futebol.** Revista Digital efdeportes.com, 2006. Disponível em: http://efdeportes.com/efd102/futebol.htm. Acesso em 5 fev. 2020.

JUNG, Milton. **Jornalismo de Rádio**. 4. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2019. 160 p.

KOSICKI, Gerald M. **Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research**. 1993. 28 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, The Ohio State Univerity, Ohio, 1993.

LÉVY, Pierre. Cyberespace et cyberculture. **Digithum**, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 1-8, 1 mar. 1998. Fundacio per la Universitat Oberta de Catalunya. http://dx.doi.org/10.7238/d.v0i1.616. Acesso em 4 abr. 2021

LUIZ, Lucio et al. **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2014. 120 p.

MCCOMBS, Maxwell; EVATT, Dixie. **Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting**. 1995. 20 f. Universidad de Navarra, Navarra, 2015. Disponível em: https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35616. Acesso em: 08 jun. 2022.

OLIVEIRA, Renato Scavazzini. Entrevista concedida a Isabella Brito Ribeiro. Goiânia, 2022. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice G.

ORLANDO, Matheus Ramalho. **Jornalismo esportivo em podcast: discussões sobre um formato em ascensão.** 2020. 16 f. Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2020. Disponível

em: http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2020/paper/viewFile/2516/1291. Acesso em 2 mai. 2020.

COLLING, Leandro. **Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados**. *Revista Famecos*, 2002, 9.17: 88-101.

https:/www.scimagojr.com/index.php/revistafamecos/article/download/3154/2425. Acesso em 08 jun. 2022.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire *et al*. **Futebol americano no país do futebol: O caso do Cuiabá Arsenal**. 2014. 20 f. Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2014.

_____; BUENO, Igor Alexandre Silva. **A construção de uma demanda esportiva: o surgimento do futebol americano em Cuiabá/MT**. 2018. 21 f. Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2019.

SOUZA, Victor Cavallari *et al*. **Motivação dos Atletas Brasileiros de Futebol Americano**. **Efdesporttes**, Buenos Aires, v. 211, n. 20, p. 1-9, dez. 2015.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado**. 2010. 16 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2010.

TAVEIRA, Marcelo Miguel. Entrevista concedida a Isabella Brito Ribeiro. Goiânia, 2022. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice I.

TAVEIRA, Marcelo Miguel. Entrevista concedida a Isabella Brito Ribeiro. Goiânia, 2022. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice H.

TOHMATSU, Deloitte Touche. **Muito Além do Futebol: estudo sobre esportes no brasil**. 2011. 37 f. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1519124/mod_folder/content/0/Pesquisa_Esportes_Deloitte_2011.pdf?forcedownload=1. Acesso em: 14 maio 2021.

TOMAZETI**,** Rafael. **Madkings e Universo Rednecks anunciam fusão.** Goiânia, 8 fev. 2018. Disponível em: https://esportegoiano.com.br/madkings-se-une-rednecks/. Acesso em: 03 jun. 2022.

TONDOLO, Vinícius Luis. Entrevista concedida a Isabella Brito Ribeiro. Goiânia, 2022. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice F.

VIANA, Luana. **O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos**. 2018. 1 f. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2020.

APÊNDICE A - EPISÓDIO 1

EPISÓDIO 1 - QUANTAS JARDAS ATÉ AQUI?

FICHA TÉCNICA:

ENTREVISTADOS: CRISTINA KAJIWARA, MARCELO TAVEIRA, ROGÉRIO GUIMARÃES

DESCRIÇÃO DO EPISÓDIO: APRESENTAÇÃO SOBRE O QUE É O FUTEBOL AMERICANO, COMO O ESPORTE CHEGOU AO BRASIL E SUAS VERSÕES EM SOLO NACIONAL. COM ENTREVISTAS INICIAIS DA PRESIDENTE DA CBFA, CRISTINA KAJIWARA; PRESIDENTE DO GOIÂNIA SAINTS E DIRETOR EXECUTIVO DA CBFA, MARCELO TAVEIRA; E JOGADOR DA LINHA OFENSIVA DO GOIÂNIA REDNECKS, ROGÉRIO GUIMARÃES. ALÉM DE APONTAMENTOS POR MEIO DE TESTEMUNHO SOBRE A CHEGADA DO ESPORTE EM GOIÁS E PRIMEIRAS EQUIPES.

ROTEIRO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO: ISABELLA BRITO

ORIENTAÇÃO: PROFª ESP. AMANDA COSTA E SILVA

TRABALHOS TÉCNICOS: DANIEL MAX

FUTEBOL AMERICANO.../ BOLA OVAL.../ CAPACETES E OMBREIRAS..../ ISSO TUDO NÃO PARECE FAMILIAR PARA VOCÊ?/ TEM CERTEZA QUE JÁ NÃO VIU EM ALGUM FILME OU OUVIU ALGUÉM COMENTAR SOBRE?/ POIS ENTÃO, É SOBRE ISSO QUE VAMOS FALAR AQUI NO PODCAST **ALÉM DA SIDELINE**.//

O FUTEBOL AMERICANO SURGIU NOS ESTADOS UNIDOS NO SÉCULO 19./ O ESPORTE AINDA NÃO TINHA REGRAS ESPECÍFICAS./ E MISTURAVA AS REGRAS DO SOCCER - OU FUTEBOL DA BOLA REDONDA -/ COM AS DO RUGBY - JOGADO DE MANEIRA E COM BOLA PARECIDAS, PORÉM BEM DIFERENTE.//

DE ACORDO COM ARTIGO PUBLICADO NO PORTAL SÃO FRANCISCO.*/ O FUTEBOL AMERICANO./ ANTES DE SE TORNAR O QUE ELE É, PASSOU POR ALTERNÂNCIA DE REGRAS DOS DOIS ESPORTES./ PARA QUE TANTO OS

JOGADORES DE HARVARD COMO OS DE YALE TIVESSEM UMA HIPÓTESE JUSTA DE VENCER./ AMBAS UNIVERSIDADES GOSTARAM DA IDEIA DE CORRER COM A BOLA./ ATÉ QUE EM 1875 NEGOCIARAM COM YALE PARA QUE AS REGRAS DO RUGBY FOSSEM ADOTADAS E OCORRESSE UM JOGO ANUAL ENTRE ELAS.//

NO ANO SEGUINTE./ AS UNIVERSIDADES DE PRINCETON E COLUMBIA SE JUNTARAM À "BRINCADEIRA" E FORMARAM ASSOCIAÇÃO DE FUTEBOL INTER UNIVERSITÁRIA./ QUE PASSOU A AGREGAR A ATRIBUIÇÃO DE PONTOS DO RUGBY AOS JOGOS.//

JÁ EM 1983./ O NÚMERO DE JOGADORES EM CAMPO FOI REDUZIDA PARA 11./ SENDO BEM SIMILAR AO QUE VEMOS ATUALMENTE NO SOCCER./ E APRESENTOU AS FORMAS DE LINHA OFENSIVA PADRÃO./ QUE CONTINHA: SETE HOMENS./ ALÉM DO QUARTERBACK - OU LANÇADOR-./ DOIS HALFBACKS E UM FULLBACK./ JOGADORES QUE ATUAM NA PROTEÇÃO DO LANÇADOR.//

PORÉM, OS JOGOS E AS JOGADAS AINDA ERAM MUITO VIOLENTAS./ O QUE RESULTOU EM VÁRIAS MORTES; ATÉ QUE O PRESIDENTE THEODORE ROOSEVELT BANISSE AS FORMAÇÕES ENTRECRUZADAS./ E IMPLEMENTASSE UMA SÉRIE DE OUTRAS MEDIDAS DE SEGURANÇA PARA QUE DUELOS FOSSEM MAIS SEGUROS../ COMO A INCLUSÃO DE CAPACETES, OMBREIRAS E DEMAIS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO ÀS REGRAS DE FUTEBOL AMERICANO.//

SEGUNDO A PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL AMERICANO, CRISTINA KAJIWARA./ O ESPORTE CHEGOU AO BRASIL AINDA EM 1986.//

CRISTINA KAJIWARA: “AS PRIMEIRAS EQUIPES SURGIRAM EM MEIO DE BRINCADEIRAS ENTRE AMIGOS BASICAMENTE, COMO EU HAVIA MENCIONADO ANTERIORMENTE./ NO FINALZINHO DA DÉCADA DE 80-90./ O PESSOAL COMEÇOU A BRINCAR DE FUTEBOL AMERICANO NAS PRAIAS CARIOCAS, DEPOIS COMEÇARAM A INVADIR OS PARQUES AQUI EM SÃO PAULO./ EM CURITIBA TAMBÉM FOI UM LOCAL, UM DOS PIONEIROS AQUI DO BRASIL TAMBÉM./ E SEMPRE FOI ATRAVÉS DE BRINCADEIRAS./ NÃO EXISTIA MUITA COISA PARA PROCURAR NA INTERNET, NAQUELA ÉPOCA, ENTÃO O PESSOAL NÃO TINHA CONHECIMENTO DE COMO PRATICAR.”

PORÉM, SOMENTE EM 2008 QUE O FUTEBOL AMERICANO COMEÇOU A TOMAR FORMA NO PAÍS./ E NO ANO SEGUINTE, EM 2009, QUE FORAM REGISTRADOS OS PRIMEIROS JOGOS EM FULL PAD DA HISTÓRIA DO PAÍS./ QUE ATÉ ENTÃO OS ATLETAS NÃO USAVAM NENHUM EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO./ ESTES, POR SUA VEZ, ERAM - E AINDA SÃO - BANCADOS PELOS PRÓPRIOS ATLETAS./ CONFORME CONTA O PRESIDENTE DO GOIÂNIA SAINTS, MARCELO TAVEIRA.//

MARCELO TAVEIRA: "O FUTEBOL AMERICANO ELE ENCONTRA DIVERSAS BARREIRAS, MAIS QUE QUALQUER ESPORTE AMADOR./ TALVEZ ALGUMAS UM POUCO MAIORES POR SE TRATAR DE UM ESPORTE ESTRANGEIRO, UM ESPORTE TRADICIONALMENTE AMERICANO./ MAS ASSIM, A PRINCIPAL DIFICULDADE AO MEU VER É JUSTAMENTE O ALTO CUSTO DOS EQUIPAMENTOS, PORQUE A GENTE NÃO CONSEGUE FORNECER./ AS EQUIPES, NÃO CONSEGUEM FORNECER ISSO PARA AS ATLETAS, PORQUE AS EQUIPES SÃO ASSOCIAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS./ PRA QUALQUER PESSOA QUE QUER COMEÇAR NO FUTEBOL AMERICANO, SE ELA É UMA ENTUSIASTA DO ESPORTE, O PRIMEIRO CHOQUE DELA É ESSE./ PORQUE PRECISA COMPRAR UM CAPACETE QUE VAI ALI DE SEISCENTOS REAIS [R$ 600] NO USADO ATÉ TRÊS MIL REAIS [R$ 3.000], QUATRO MIL REAIS [R$ 4.000] UM MODELO NOVO./ DO MODELO MELHOR./ E UMA PROTEÇÃO DE OMBRO VAI ACHAR DE DUZENTOS REAIS [R$ 200] UM USADO ATÉ MIL E DUZENTOS [R$ 1.200], MIL E QUATROCENTOS [R$ 1.400] REAIS UM NOVO./ HOJE É MAIS FÁCIL VOCÊ COMPRAR OS EQUIPAMENTOS, MAS AINDA É MUITO CARO./ VOCÊ VAI GASTAR AI DE MIL E QUINHENTOS… VAMOS POR MIL REAIS NUMA CALÇA DE PROTEÇÃO, QUE NÃO É OBRIGATÓRIA, MAS MUITA GENTE GOSTA DE USAR PORQUE ELA É DE PROTEÇÃO, COMO DIZ O NOME LUVA PRA QUEM RECEBE BOLA OU PRA QUEM PRECISA MANUSEAR MUITO O SHOULDERPAD DO ADVERSÁRIO./ TEM A CHUTEIRA, MEIÃO, ENFIM, TODOS OS ACESSÓRIOS CAROS"./

TÁ, ISABELLA, VOCÊ FALOU MUITO MAS NÃO EXPLICOU NADA./ QUAIS SÃO AS REGRAS DESSE ESPORTE E COMO ELE FUNCIONA?/ BEM, VAMOS LÁ...//

POR MEIO DE ARTIGO PUBLICADO NO PORTAL FUTEBOL AMERICANO BRASIL./ O PAÍS, JUNTAMENTE COM A CBFA./ UTILIZAM O LIVRO DE REGRAS E INTERPRETAÇÕES DA INTERNATIONAL FEDERATION OF AMERICAN FOOTBALL - A IFAF-./ QUE UNIFICA AS REGRAS ENTRE BRASIL E PORTUGAL E ATUALIZA ANUALMENTE.//

TANTO NA NATIONAL FOOTBALL LEAGUE - NFL - COMO NAS REGRAS NA IFAF./ É OBRIGATÓRIO O USO DE CAPACETES DE PROTEÇÃO, CUJO NÃO DEVE SAIR DURANTE AS JOGADAS./ SHOULDERPADS AJUSTADAS AO TIPO FÍSICO DO JOGADOR./ FACE MASK OU GRADE FACIAL./ PROTETOR BUCAL./ CHUTEIRA DE CANO MÉDIO COM TRAVAS, PRÓPRIAS PARA O GRAMADO E PARA O FUTEBOL AMERICANO./ CALÇA COM PADS, OU SEJA, COM PROTEÇÕES PARA COXAS, JOELHOS, LOMBAR, QUADRIL E CÓCCIX./ BACK PLATE, EXCLUSIVAMENTE PARA A LOMBAR, HÁ TAMBÉM VARIAÇÕES COM COLARES CERVICAIS PRÓPRIOS PARA O ESPORTE./ LUVAS, CAMISA E A PRÓPRIA BOLA OVAL.//

NO ENTANTO; NINGUÉM SABE AO CERTO COMO O FUTEBOL AMERICANO CHEGOU EM GOIÁS!/ APESAR DO PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO TER TIDO UMA MÃO OU DUAS NISSO./ AS INFORMAÇÕES SOBRE A PRÁTICA ESPORTIVA NO ESTADO AINDA ERAM BEM ESCASSAS./ CONFORME CONTA O JOGADOR DA LINHA OFENSIVA DO GOIÂNIA REDNECKS, ROGÉRIO GUIMARÃES, VULGO MIMI.//

ROGÉRIO GUIMARÃES: “AQUI EM GOIÁS QUE EU POSSO ESTAR FALANDO COM MAIS EXATIDÃO PORQUE COMO A GENTE ESTAVA LÁ NO COMEÇO A GENTE LEMBRA BEM NÉ./ LEMBRO QUE QUANDO EU COMECEI A INTERESSAR PRO FUTEBOL AMERICANO EU SEMPRE BUSQUEI INFORMAÇÃO ACERCA DA PRÁTICA DO ESPORTE AQUI EM GOIÂNIA./ ALGUMAS DAS MINHAS BUSCAS APARECIAM UM TIME CHAMADO GOIÂNIA MÍSSEIS./ AÍ ELES DIZIAM QUE TREINAVAM NO [SETOR] PEDRO LUDOVICO, AÍ EU TENTEI IR ALGUMAS VEZES E NUNCA CONSEGUI ENCONTRAR ELES TREINANDO./ TAVA ATÉ DESISTINDO JÁ./ UM COMPANHEIRO MEU FOI ANTES E UM DIA QUE ELES SE REUNIRAM./ ME AVISOU, EU FUI LÁ. A GENTE COMEÇOU A PRATICAR, MAS ATÉ ENTÃO ERA MAIS AQUELA COISA RACHÃO MESMO, SÓ IA PRA SE DIVERTIA, NÃO TINHA UM CONCEITO DE:/ ‘AH SOMOS UM TIME E VAMOS DISPUTAR CAMPEONATO’./ O

PESSOAL JUNTAVA, JOGA UM POUCO, ME EMPOLGAVA, DEPOIS PARAVA, CONSEGUIA DE NOVO. AÍ POR FIM DESSA ÚLTIMA VEZ QUE A GENTE SE JUNTOU ACHAMOS A IDEIA DE MONTAR UM TIME DEFINITIVO”.//

DESDE O APARECIMENTO DA MODALIDADE EM GOIÁS E EM GOIÂNIA./ O PORTAL ESPORTE GOIANO AINDA É O PRINCIPAL RESPONSÁVEL PELA VEICULAÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE A BOLA OVAL NA TERRA DO PEQUI./ QUE NUM CONTEXTO HISTÓRICO, NÃO HÁ NENHUM RELATO ESCRITO SOBRE A PRESENÇA DO GOIÂNIA CASCAVÉIS./ ELE QUE FOI A PEDRA FUNDAMENTAL PARA A INSERÇÃO DO FUTEBOL AMERICANO NA CAPITAL./ QUE AO FAZER A CONVERGÊNCIA DE RELATOS DE MARCELO TAVEIRA, ROGÉRIO GUIMARÃES, RODRIGO BASTOS, FERNANDO EMÍDIO E DEMAIS ATLETAS DA VELHA GUARDA./ A EQUIPE SURGIU POR VOLTA DE 2010, E DIVIDIA CAMPO COM O GOIÂNIA REDNECKS.//

AMBAS EQUIPES PASSARAM POR PROCESSOS DE FUSÕES E APADRINHAMENTOS./ DOS QUAIS ALGUMAS ASSOCIAÇÕES NÃO SEGUIRAM ADIANTE POR DIVERSOS MOTIVOS./ COMO ACONTECEU COM O VILA NOVA TIGRES./ SEJA POR CONFLITOS INTERNOS, ATLETAS QUE TIVERAM OUTROS PLANOS ALÉM DO FUTEBOL AMERICANO E POR AÍ VAI.//

OS CAIPIRAS AINDA SEGUEM FIRMES, E JÁ CONSOLIDADOS NO ESPORTE./ JÁ O GOIÂNIA MADKINGS, E GOIÂNIA GUARÁS./ TIVERAM CURTA PASSAGEM PELOS CAMPOS DA CAPITAL./ O QUE NÃO DUROU MAIS DE UM ANO E MEIO!// O MOTIVO DO NÃO SEGUIMENTO DO PROJETO FOI POR DIFICULDADES FINANCEIRAS .//

A ÚLTIMA FUSÃO QUE SE TEM NOTÍCIAS, RESULTOU NO NASCIMENTO DO GOIÂNIA SAINTS, EM 2017./ QUE EM CINCO ANOS, CONSEGUIU RELUTAR E PERMANECER RESILIENTE./ DEDICAÇÃO ESSA QUE TROUXE RESULTADOS EM 2019, QUANDO A EQUIPE AURINEGRA TROUXE PARA CASA O TÍTULO DE VICE-CAMPEÃO DA TAÇA CAIRO SANTOS./ DISPUTADA ENTRE EQUIPES DE GOIÂNIA E BRASÍLIA./ APÓS QUASE DOIS ANOS E MEIO DE PANDEMIA, O SAINTS SEGUE NA DISPUTA, PORÉM NO FLAG FOOTBALL./ MODALIDADE QUE TAMBÉM MOSTROU GARRA NO CIRCUITO GOIANO E NA COPA BRASIL DE FLAG, DISPUTADOS EM 2021 E 2022./ TORNEIOS QUE REUNIRAM EQUIPES DA CAPITAL

E DO INTERIOR GOIANO, ALÉM DO CLÁSSICO DISPUTADO CONTRA O GOIÂNIA REDNECKS.//

MUITO BOOOOM./ VOCÊ TÁ PEGANDO O JEITO PRA COISA./ VOLTA PRAQUELE CAMPO E MOSTRA COMO É QUE FAZ./ A LINHA DE 20 JARDAS É NOSSA HEIN!!//

APÊNDICE B - EPISÓDIO 2

EPISÓDIO 2 - PRIMEIRA DESCIDA PARA DEZ

FICHA TÉCNICA

ENTREVISTADOS: MARCELO TAVEIRA, VINÍCIUS TONDOLO,

DESCRIÇÃO DO EPISÓDIO: DE QUE COMO A AUSÊNCIA CONCRETA DE DADOS SOBRE O ESPORTE INTERFERE NA VISIBILIDADE DO MESMO. ADENDO PARA O FATO DE O FUTEBOL AMERICANO SER ESTRANGEIRO E SUAS REGRAS CONTEREM DIVERSAS PALAVRAS EM INGLÊS, QUE DIFICULTAM A COMPREENSÃO E O INTERESSE DO PÚBLICO EM GERAL.

ROTEIRO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO: ISABELLA BRITO

ORIENTAÇÃO: PROFª ESP. AMANDA COSTA E SILVA

TRABALHOS TÉCNICOS: DANIEL MAX

OLÁ! QUE BOM QUE VOCÊ VOLTOU!/ AGORA VAMOS PARA A PRIMEIRA DESCIDA PARA DEZ JARDAS./ MAS ANTES, VOU TE EXPLICAR COMO E O QUE ISSO SIGNIFICA.//

COMO FALEI ANTERIORMENTE./ NO FUTEBOL AMERICANO./ AS MEDIDAS E A CONTAGEM DAS COISAS SÃO TODAS FEITAS NO SISTEMA IMPERIAL./ OU SEJA, POLEGADAS, PÉS, JARDAS, MILHAS, ONÇAS E LIBRAS.//

NOS CAMPOS EM QUE SERÃO DISPUTADOS OS JOGOS./ AS MEDIDAS VARIAM DE 100 A 80 JARDAS./ OU SEJA, UM RET NGULO COM 109 METROS DE COMPRIMENTO E 48 DE LARGURA./ CADA QUAL COM 50 OU 40 JARDAS PARA CADA LADO./ E AS ENDZONES, ONDE SÃO MARCADOS OS TOUCHDOWNS./ DE 10 JARDAS A 8 JARDAS. / SENDO A MAIOR MEDIDA DE 120 JARDAS E A MENOR DE 96.//

E EM CADA JOGADA, OS TIMES PODEM AVANÇAR ATÉ DEZ JARDAS EM ATÉ QUATRO DOWNS./ OU SEJA, TEM QUATRO TENTATIVAS PARA AVANÇAR AS JARDAS NECESSÁRIAS E MARCAR TOUCHDOWN.//

EU SOU ISABELLA BRITO E VAMOS EM BUSCA DAS NOSSAS PRIMEIRAS DEZ JARDAS.//

CHAMADA PARA JOGADA** QB MATHEUS DUTRA

DOWN, SET, HUT//

A CHEGADA DO FUTEBOL AMERICANO AO ESTADO DE GOIÁS AINDA SE MOSTRA INCERTA./ EMBORA O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO TENHA AUXILIADO ESSA INTRODUÇÃO./ A AUSÊNCIA DE DADOS E INFORMAÇÕES CONCRETOS SOBRE O ASSUNTO DIFICULTAM O SEU ACESSO À MÍDIA MAINSTREAM.//

MARCELO TAVEIRA DESCREVE O FUTEBOL AMERICANO COMO UM ESPORTE DESAFIANTE A SER NOTICIADO./ ENQUANTO O OPOSTO ACONTECE COM O SOCCER.//

MARCELO TAVEIRA: “PORQUE É UM ESPORTE QUE AINDA É INCOMUM, É MUITO INCOMUM AO AOS OLHOS DO BRASILEIRO./ ENTÃO VOCÊ TRANSMITIR ALGO QUE A PESSOA ESTÁ VENDO./ ELA ESTÁ TENTANDO ENTENDER ALI COMO É QUE FUNCIONA./ JÁ É DIFÍCIL./ E ISSO SENDO APENAS NO RÁDIO./ POR EXEMPLO./ SE A GENTE CONSEGUISSE FAZER A TRANSMISSÃO DE UM JOGO VIA RÁDIO./ PARA QUEM NÃO ENTENDE DO ESPORTE E NÃO ESTÁ VENDO O QUE ESTÁ ACONTECENDO NÃO VAI ENTENDER O ESPORTE./ ELA NÃO VAI CONSEGUIR APRENDER O ESPORTE E PASSAR A GOSTAR”.//

O MESMO DESCREVE O DIRETOR EXECUTIVO DO SISTEMA SAGRES, VINÍCIUS TONDOLO.//

CHAMADAS CHECK-CHECK COACH LEITE

VINÍCIUS TONDOLO: “EU ACREDITO PRIMEIRO REGRAS./ NÃO EXISTE FAMILIARIDADE COM A MAIORIA DO PÚBLICO./ E O FUTEBOL AMERICANO É UM ESPORTE EXTREMAMENTE SEGMENTADO PRUM PÚBLICO

EXTREMAMENTE SEGMENTADO AQUI NO BRASIL./ NÃO SÃO REGRAS QUE SÃO DOMÍNIO PÚBLICO”.//

DE ACORDO COM PESQUISA PUBLICADA POR DELOITTE EM 2011, MUITO ALÉM DO FUTEBOL, ESTUDO SOBRE ESPORTES NO BRASIL./ O SOCCER SE ENCONTRA NO TOPO DA LISTA COMO UM DOS ESPORTES COLETIVOS FAVORITOS E MAIS PRATICADOS DO PAÍS./ COM 78% DOS FAVORITOS E 32% DOS PRATICANTES./ ENQUANTO FUTEBOL AMERICANO OCUPA A 10ª POSIÇÃO, COM 3% DOS PRATICANTES E APENAS 7% DOS FAVORITOS.//

ALÉM DISSO, O FUTEBOL AMERICANO SE ENCAIXA NA CATEGORIA DE ESPORTES DE ELITE./ ONDE POUCAS PESSOAS TÊM O PRIVILÉGIO DE PODER PARTICIPAR DEVIDO AOS CUSTOS DOS EQUIPAMENTOS./ BARREIRAS GERAIS - DENTRE ELAS AS DE IDIOMAS -./ COMPREENSÃO DE REGRAS E FAIXA ETÁRIA DO PÚBLICO QUE O ACOMPANHA E PRATICA O ESPORTE./

DESPERTAR INTERESSE NO PÚBLICO E NA IMPRENSA NÃO É EFICAZ QUANDO NÃO HÁ INFORMAÇÕES SUFICIENTES SOBRE O ASSUNTO./ UMA VEZ QUE O JORNALISTA É UM DOS PRINCIPAIS A AGREGAR O VALOR-NOTÍCIA AO QUE VAI SER REPORTADO.//

O PESQUISADOR, FREDERICO DE MELLO, DESCREVE QUE O JORNALISMO PERCORRE CAMINHOS DA COMUNICAÇÃO./ ELE SE TORNA O INTERLOCUTOR DA SOCIEDADE E TEM PESO E INFLUÊNCIA NO TECIDO SOCIAL./ OU SEJA, A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS E A OBTENÇÃO DA MESMA REQUER COLETA, SELEÇÃO, PROCESSAMENTO E HIERARQUIZAÇÃO DOS DADOS./ ASSIM, TODO O CONTEÚDO É REDIMENSIONADO E APLICADO DENTRO DE UM CAMPO PROFISSIONAL E SOCIAL.//

POR OUTRO LADO, TANTO O FUTEBOL AMERICANO COMO O RADIOJORNALISMO NÃO POSSUEM PROXIMIDADE./ O MESMO FATOR RECORRE AO TÓPICO DAS DIFICULDADES DE SE OBTER NOTÍCIAS SOBRE ISSO, DE CONSEGUIR TRADUZIR ESSAS INFORMAÇÕES, DE DESPERTAR INTERESSE DO PÚBLICO./ CONFORME EXPLICA MARCELO TAVEIRA.//

MARCELO TAVEIRA: “É DIFERENTE DO FUTEBOL QUE É ALGO QUE É UM CONHECIMENTO QUASE QUE NATURAL DO BRASILEIRO QUANDO O NARRADOR FALA QUE O JOGADOR BATEU TIRO DE META./ QUE PEGOU A BOLA NO MEIO DE CAMPO./ CRUZOU E FEZ O GOL./ ISSO NA CABEÇA DE TODO MUNDO VISUALMENTE FALANDO É MUITO AUTOMÁTICO./ A GENTE CONSEGUE ENTENDER MESMO QUE NÃO ACOMPANHE MUITO O ESPORTE./ MAS SE ACONTECE ISSO COM O FUTEBOL AMERICANO POR EXEMPLO QUE A GENTE FALA ASSIM.// “AH... SAIU O SNAP!/ O QUARTERBACK OLHOU PRO LADO DIREITO FEZ O PASSE./ O [WIDE RECEIVER] RECEBEU A BOLA, FEZ UM JUCK/ SAIU DO TACKLE E ENTROU NA ENDZONE E MARCOU [UM TOUCHDOWN]”.//

OK./ UMA PAUSA AGORA PARA EXPLICAR OS TERMOS.//

NO FUTEBOL AMERICANO, A SAÍDA DA BOLA É MARCADA PELO SNAP./ NESTE MOMENTO, TEM-SE 11 JOGADORES OU JOGADORAS EM CAMPO./ DOS QUAIS, SÃO UM SNAPPER OU CENTER, UM QUARTERBACK, UM RUNNING BACK, E DOIS WIDE RECEIVERS.//

O CENTER, É O RESPONSÁVEL POR ENTREGAR A BOLA PARA O QUARTERBACK, OU SEJA, O LANÇADOR./ EM SEGUIDA, O RUNNING BACK - CORREDOR-, E O WIDE RECEIVER - RECEBEDOR AMPLO, NA TRADUÇÃO LITERAL-/ FICAM A POSTOS PARA FAZER UMA JOGADA, QUE É CHAMADA LOGO APÓS O [DOWN-SET-HUT] E OUTRAS SINALIZAÇÕES./ COM ISSO, ELES TENTAM ALCANÇAR O MAIOR NÚMERO DE JARDAS POSSÍVEIS ATÉ A ENDZONE, OU LINHA DE FUNDO./ PARA MARCAR O TOUCHDOWN, CUJA PONTUAÇÃO MÁXIMA SÃO SEIS PONTOS.//

EXPLICAÇÃO SR. FORTUNA NA ARQUIBANCADA

AINDA TÁ DIFÍCIL DE ENTENDER, NÃO É?/ ISSO SE DÁ PELO FATO QUE O FUTEBOL AMERICANO É MUITO VISUAL, E SEM OS ELEMENTOS TÉCNICOS NECESSÁRIOS./ E ATÉ MESMO CONHECIMENTO, EMBORA SUPERFICIAL, FICA DIFÍCIL COMPREENDER O QUE SE PASSA.//

MARCELO TAVEIRA: “ENFIM, TODO O DIALETO QUE É USADO./ QUE SÃO NA MAIORIA DAS VEZES TERMOS EM INGLÊS/. ADVINDOS DO ESPORTE

AMERICANO./ ENTÃO, TUDO ISSO PASSA PRA GENTE CONSEGUIR EDUCAR UM PÚBLICO PRA SÓ DEPOIS O PÚBLICO QUE A RÁDIO VAI CONSEGUIR ATINGIR ESSAS PESSOAS”.//

DE ACORDO COM BUENO E JUNIOR./ NO ARTIGO SOBRE A INFLUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO NA INSERÇÃO DO FUTEBOL AMERICANO NO BRASIL./ COM O TEMPO, OS TELESPECTADORES SE ORGANIZAM E FORMAM TIMES COM PRATICANTES E JOGADORES./ E ESSAS, JÁ COM CERTA ESTRUTURA, PASSAM A COMPETIR ENTRE SI E SE CONSOLIDAM./ FUNDANDO PROGRESSIVAMENTE INSTITUIÇÕES, FEDERAÇÕES E ORGANIZAM CAMPEONATOS ESTADUAIS E FEDERAIS.//

PORÉM NÃO É FÁCIL MODELAR TUDO ISSO COM A AUSÊNCIA DE VISIBILIDADE E RECURSOS FINANCEIROS./ CONFORME CONTA VINÍCIUS **TONDOLO.//**

VINÍCIUS TONDOLO: “A TRANSMISSÃO DOS JOGOS ELA É IMPRESCINDÍVEL PRA POPULARIZAÇÃO DE QUALQUER ESPORTE./ NÃO É À TOA QUE O FUTEBOL GANHOU ESSA FORÇA HOJE PORQUE COMEÇA COM AS RÁDIOS E DEPOIS NA DÉCADA DE SETENTA, OITENTA VAI PRA TELEVISÃO./ E ASSIM VAI SER COM QUALQUER OUTRO ESPORTE./ O PESO DA TRANSMISSÃO AO VIVO ELE É MUITO FORTE”.//

POR OUTRO LADO, A TRANSMISSÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS SÓ É POSSÍVEL APÓS A COMPRA DE SEUS DIREITOS DE IMAGEM./ OU SEJA, QUANDO UMA EMPRESA SE INTERESSA PELOS DIREITOS DE MÍDIA DE UMA ORGANIZAÇÃO ESPORTIVA./ ELES FAZEM UM CONTRATO PARA QUE SE TENHA ACESSO À TRANSMISSÃO LIMITADA OU EXCLUSIVA DE UM EVENTO, TIME OU ESPORTE ESPECÍFICO./ PORÉM, ISSO NÃO É TÃO SIMPLES QUANTO PARECE.//

SEGUNDO ESTUDOS, AS TRANSMISSÕES COMEÇARAM A SER INVESTIDAS PELAS TELEVISÕES APÓS MEIOS COMO O RÁDIO GANHAREM POPULARIDADE EM TODO O MUNDO./ POIS, APESAR DE OS CONTRATOS DE TRANSMISSÃO SEREM PARECIDOS, ALGUMAS EMPRESAS TÊM APENAS DIREITOS COMPARTILHADOS./ OU SEJA, O DISTRIBUIDOR ORIGINAL BUSCA AQUELA EMPRESA OU ENTIDADE QUE ENTREGUE BENEFÍCIOS CONSIDERÁVEIS./ O QUE PODE LIMITAR O ALCANCE DE CONTEÚDO ENTRE UMA EMISSORA E OUTRA.//

ASSIM, PODEMOS TOMAR O CASO DA REDE GLOBO./ QUE FOI UMA DAS PRIMEIRAS EMISSORAS DE TELEVISÃO A EXPLORAR ESSE MODELO DE NEGÓCIO EM 1980./ QUANDO ADQUIRIU EXCLUSIVIDADE À TRANSMISSÃO DA COPA DO MUNDO DE 1982.//

ATUALMENTE, ESSES MODELOS VARIAM MUITO AO REDOR DO PLANETA./ E TRANSMISSÕES COMO A DO FUTEBOL TRADICIONAL, SEJA NA TV ABERTA OU FECHADA OU NO SISTEMA PAY-PER-VIEW INFLUENCIAM MUITO NO PROCESSO DE PROFISSIONALIZAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DO CENÁRIO ESPORTIVO.//

BOOOA CAMPEÃO!!!/ CONSEGUIMOS CHEGAR ÀS 20 JARDAS!./ VAI TOMAR UMA ÁGUA E RESPIRA UM POUCO./ PORQUE O NOSSO JOGO AINDA NÃO ACABOU.//

APÊNDICE C - EPISÓDIO 3

EPISÓDIO 3 - ALÉM DA SIDELINE

FICHA TÉCNICA

ENTREVISTADOS: CRISTINA KAJIWARA, RENATO SCAVAZZINI, ARTHUR MAGALHÃES

DESCRIÇÃO DO EPISÓDIO: IMPORTÂNCIA DO JORNALISMO ESPECIALIZADO E DO AGENDA SETTING PARA O FUTEBOL AMERICANO. O QUANTO OS SERVIÇOS DE COBERTURA DA IMPRENSA, PODEM PRESTAR PARA O ESPORTE A FIM DE AUXILIAREM NO POSICIONAMENTO DA MODALIDADE EM VEÍCULOS COMO: RÁDIO, TELEVISÃO E WEB.

ROTEIRO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO: ISABELLA BRITO

ORIENTAÇÃO: PROFª ESP. AMANDA COSTA E SILVA

TRABALHOS TÉCNICOS: DANIEL MAX

E AI MEU JOGADOR./ TUDO EM CIMA?/ NESSA TERCEIRA DESCIDA PARA DEZ./ VAMOS ENTENDER AGORA COMO FUNCIONA O FUTEBOL AMERICANO ALÉM DA SIDELINE?/ QUAIS SÃO AS ETAPAS, PROCESSOS E DEMAIS COISAS QUE ACONTECEM ANTES DOS TIMES ENTRAREM EM CAMPO?//

SABEMOS QUE ANTES DE UM JOGO DE FUTEBOL AMERICANO ACONTECER./ HÁ TODA UMA LOGÍSTICA E BUROCRACIA PARA QUE O EVENTO SEJA DIVULGADO./ O LOCAL, DATA E HORÁRIOS SEJAM RESERVADOS./ CAMPO PREPARADO.../ TODO UM TRABALHO EM EQUIPE É MOBILIZADO PARA QUE O EVENTO SEJA REALIZADO./ DENTRE ELES, ESTÁ O TRABALHO DA ASSESSORIA DE IMPRENSA E O AGENDA SETTING./ TÁ, MAS O QUE É O AGENDA SETTING?//

O AGENDA SETTING OU A TEORIA DO AGENDAMENTO./ NADA MAIS É QUE O AGENDAMENTO PROPOSTO PELA IMPRENSA ./ É UMA FORMA DE DIRECIONAR A ATENÇÃO DO PÚBLICO POR MEIO DA MÍDIA DE MASSA,/ COMO O RÁDIO E A

TELEVISÃO./ ELES ABORDAM TEMAS CONSIDERADOS DE INTERESSE COLETIVO./ SAÚDE, POLÍTICA, EDUCAÇÃO, ECONOMIA, ESPORTES...//

DE ACORDO COM McCOMBS, EM ARTIGO SOBRE A TEORIA DA AGENDA: A MÍDIA E A OPINIÃO PÚBLICA, DE 2004./ O GRAU DE IMPORTÂNCIA DADO A ESTES CINCO TEMAS [...] APROXIMA O GRAU DE PROEMINÊNCIA NAS NOTÍCIAS./ POIS O AUTOR DEFINE A IMPRENSA COMO MEIO DE MASSA CAPAZ EM DAR ÊNFASE A DETERMINADO TEMA./ DEVIDO À POSSIBILIDADE QUE TEM EM FAZER OS INDIVÍDUOS INCLUIR DETERMINADO ASSUNTO NA SUA LISTA DE PRIORIDADES.//

E É EXATAMENTE ISSO QUE AS EQUIPES DE FUTEBOL AMERICANO TENTAM FAZER./ AGENDAR O ESPORTE NA IMPRENSA MAINSTREAM PARA QUE ESSE SE MANTENHA RELEVANTE./ PORÉM EU PERGUNTO: COMO TORNAR ESSE ESPORTE RELEVANTE?/ É O QUE RESPONDE O COORDENADOR DE ESPORTES DA TV ANHANGUERA, RENATO SCAVAZZINI.//

RENATO SCAVAZZINI: "BOM A PRINCIPAL DIFICULDADE DE SE NOTICIAR O FUTEBOL AMERICANO É A FALTA DE GRANDES EVENTOS NA NOSSA REGIÃO./ A GENTE TRABALHA COM UM PÚBLICO QUE É NÃO SÓ NA MAIOR PARTE GOIANO./ A GENTE FAZ UM PROGRAMA NACIONAL QUE É O QUE A MARCA NACIONAL DO GLOBO ESPORTE./ SÓ QUE A GENTE FAZ UMA VERSÃO NA TV ANHANGUERA MAIS VOLTADA PRO PÚBLICO GOIANO./ ENTÃO COMO A GENTE NÃO TEM CAMPEONATOS AQUI, GERALMENTE A GENTE TEM CAMPEONATOS ENTRE OUTROS ESTADOS./ NÃO É UM CALENDÁRIO TÃO CHEIO QUANTO É O CALENDÁRIO DO FUTEBOL, DO VÔLEI, DE OUTRAS MODALIDADES./ ACABA QUE A GENTE NATURALMENTE DÁ UM ESPAÇO MENOR JUSTAMENTE PORQUE FALTA ESSA PROFISSIONALIZAÇÃO,/ É CLARO QUE TEM MUITA GENTE MUITO INTERESSADA E MUITO ENVOLVIDA COM A MODALIDADE SÓ QUE FALTA CAMPEONATOS, FALTAM LIGAS E FALTA GENTE QUE SE DEDICA INTEGRALMENTE AO ESPORTE./ SEMPRE A GENTE VAI CONTAR UMA HISTÓRIA DE FUTEBOL AMERICANO./ É MUITO COMUM A GENTE OBSERVAR PESSOAS QUE TEM PROFISSÕES, QUE TRABALHAM EM SUAS PROFISSÕES E QUE SÓ NO HORÁRIO DE FOLGA E QUE VÃO SE DEDICAR AO FUTEBOL [AMERICANO] PORQUE É UM ESPORTE QUE AINDA É AMADOR./ ENTÃO COMO COMO VOCÊ

NÃO TEM UMA ORGANIZAÇÃO DE LIGAS E CAMPEONATOS E COMPETITIVIDADE DE GRANDES ATLETAS, ACABA QUE FICA UM POUCO MAIS DIFÍCIL VOCÊ NOTICIAR./ NÃO DÁ PRA VOCÊ NOTICIAR O DIA A DIA. POR EXEMPLO O TEU FUTEBOL AMERICANO. IGUAL A GENTE FAZ COM O NOSSO FUTEBOL [TRADICIONAL]”./

OUTRAS ALTERNATIVAS QUE AS EQUIPES ENCONTRAM SÃO POR MEIO DE PAUTAS SOBRE SELETIVAS./ PEQUENOS JOGOS AMISTOSOS E OUTROS EVENTOS QUE COINCIDAM COM A REALIZAÇÃO DA SUPER BOWL, A GRANDE FINAL DA NFL./ É O QUE NOS EXPLICA CRISTINA KAJIWARA.//

******AUDIO ARQUIBANCADA OU SIDELINE**

CRISTINA KAJIWARA: “NA IMPRENSA NACIONAL E NO RÁDIO A GENTE AINDA OUVE MUITO POUCO FALAR DO FUTEBOL AMERICANO BRASILEIRO./ E SOMENTE EM ÉPOCAS ESPECÍFICAS, POR EXEMPLO NO SUPER BOWL./ NO GRANDE EVENTO DA FINAL DA LIGA AMERICANA, É UMA ÉPOCA QUE TODO MUNDO, TODOS OS PORTAIS, TVS E RÁDIO ACABAM FALANDO SOBRE O EVENTO./ ACABAM FALANDO SOBRE OS JOGADORES, DÃO MÍDIA PRO FUTEBOL AMERICANO../ FORA DISSO SÃO POUCAS, POUCAS APARIÇÕES./ FALANDO DO NOSSO ESPORTE./ UMA OU OUTRA IMPRENSA LOCAL QUE DE REPENTE CUBRA O TIME DA CIDADE, ALGUMA COISA NESSE SENTIDO./ É DIFICILMENTE A GENTE VÊ ALGUMA COISA FALADA SOBRE OS CAMPEONATOS OU REGIONAIS OU ATÉ MESMO OS NACIONAIS./ E POUCOS TEM CRESCIDO, A GENTE TEM CONSEGUIDO COLOCAR ALGUNS JOGOS ÀS VEZES NA TV./ DA TRANSMISSÃO AO VIVO, NA TV OU ALGUNS STREAMINGS./ MAS AINDA VEJO COMO MUITO PEQUENA NOSSA PARTICIPAÇÃO NA IMPRENSA NACIONAL COMO UM TODO”.//

OUTRO PONTO QUE DIFICULTA O ACESSO AO ESPORTE AO PÚBLICO, É A ORIGEM DELE./ DEVIDO AO FATO DE SER ESTRANGEIRO, CONTER 99% DAS REGRAS, PASSES, NOMES DE JOGADORES E DEMAIS AÇÕES EM INGLÊS./ A COMPREENSÃO DO QUE ACONTECE SE TORNA COMPLICADA E CONSEQUENTEMENTE, GERA DESINTERESSE.//

DE ACORDO COM ARTIGO DO BRITISH COUNCIL PUBLICADO EM 2018 PELO PORTAL TERRA./ APENAS 5% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA SABE SE COMUNICAR EM INGLÊS./ E DESTES CINCO, APENAS 1% TEM FLUÊNCIA NO

IDIOMA./ E A BAIXA PROFICIÊNCIA NO IDIOMA OCORRE DEVIDO ÀS CONDIÇÕES DE ENSINO DAS REDES PÚBLICAS DO PAÍS./ ALÉM DISSO, A BAIXA DIVERSIDADE DE ESPORTES NA IMPRENSA MAINSTREAM E A FALTA DE INTERESSE DIFICULTA O ACESSO À ESSAS INFORMAÇÕES.//

NESTE SENTIDO, É IMPORTANTE COMPREENDER COMO E O QUE TORNA ESSE ESPORTE NOTÍCIA./ E É AÍ QUE ENTRA A ASSESSORIA DE IMPRENSA E O AGENDA SETTING.//

ANDRÉ LUIS MOREIRA E DOUGLAS GONÇALVES, PARTICIPANTES DO INTERCOM, SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO./ A ASSESSORIA DE IMPRENSA E O JORNALISMO ESPORTIVO SÃO FUNDAMENTAIS PARA A POPULAÇÃO NACIONAL./ JÁ QUE O BRASIL É CONSIDERADO POR MUITOS A NAÇÃO DO FUTEBOL./ NO ENTANTO, O ASSESSOR DE IMPRENSA NÃO É O ÚNICO RESPONSÁVEL PELA QUANTIDADE E QUALIDADE DE NOTÍCIAS VEICULADAS./ MUITOS REPÓRTERES PODEM SER DESPREPARADOS OU HÁ UMA PRODUÇÃO INEFICAZ QUE NÃO FORNECE AS INFORMAÇÕES APROPRIADAS PARA QUE UMA BOA MATÉRIA SEJA PRODUZIDA./ COM ISSO, PERGUNTAS VAZIAS ACABAM SENDO FEITAS DURANTE COLETIVAS DE IMPRENSA./ O QUE DIFICULTA A QUALIDADE DO TRABALHO FINAL./ ALÉM DA ACOMODAÇÃO DA PRÓPRIA IMPRENSA,ROTINAS DE RELEASES, COLETIVAS E TREINOS DIFICULTAM O ALCANCE DO DIFERENCIAL QUE A MODALIDADE E O PÚBLICO EXIGEM.//

E NO RÁDIO? E O PODCAST? COMO SÃO NOTADAS ESSAS DIFICULDADES?./ É O QUE NOS CONTA O APRESENTADOR DA TV SERRA DOURADA, ARTHUR MAGALHÃES.//

ARTHUR. MAGALHÃES: “O RÁDIO HOJE ELE TEM UMA COBERTURA MUITO LIMITADA, ATÉ PORQUE NÃO TEM OS MESMOS ACESSOS DE UM OUTRO MOMENTO NÉ?./ ANTES OS RADIALISTAS ENTRAVAM NOS VESTIÁRIOS, ENTRAVAM NOS TREINAMENTOS, PARAVA TREINAMENTOS PRA CONSEGUIR CONCEDER UMA ENTREVISTA, ENFIM.../ ERA UM AMBIENTE COMPLETAMENTE DIFERENTE E COM A CHEGADA DO ADVENTO DA TELEVISÃO E AGORA COM A INTERNET, AÍ DIMINUIU AINDA MAIS O PESO DO RÁDIO E AUMENTOU O DESAFIO, NÉ?./ [...] E ISSO MUITO SE DEVE A FALTA DE INVESTIMENTOS NO

RÁDIO, A FALTA DE PLANEJAMENTO DAS EMISSORAS DE RÁDIO PRA TRABALHAR E A FALTA DE SENSIBILIDADE DOS GOVERNANTES E NÃO SABER UTILIZAR O INSTRUMENTO QUE É GRATUITO, NÉ?./ VOCÊ OUVE DE FORMA GRATUITA./ UMA INTERNET, POR EXEMPLO, CÊ TÁ PAGANDO MENSALMENTE POR AQUELA INTERNET./ O RÁDIO VOCÊ NÃO PAGA MENSALMENTE, O RÁDIO ELE É GRATUITO./ ENTÃO, FALTA DE ATENDIMENTO GERAL SOBRE ESSE VEÍCULO”.//

E AÍ COACH./ O TIME ALCANÇOU AS 30 JARDAS?//

APÊNDICE D - EPISÓDIO 4

EPISÓDIO 4 - DESCIDA PARA 20 JARDAS

FICHA TÉCNICA

ENTREVISTADOS: MARCELO TAVEIRA, VINÍCIUS TONDOLO, RENATO SCAVAZZINI, ARTHUR MAGALHÃES

DESCRIÇÃO DO EPISÓDIO: IMPORTÂNCIA DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO PARA O FUTEBOL AMERICANO BRASILEIRO. COMO O RÁDIO COBRE A MODALIDADE E QUAIS DESAFIOS ESTE VEÍCULO ENFRENTA. FUNÇÕES DO PODCAST DENTRO DO ESPAÇO DA CIBERCULTURA E SUAS FUNÇÕES ENQUANTO MÍDIA ESPECIALIZADA SOBRE O ASSUNTO.

ROTEIRO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO: ISABELLA BRITO

ORIENTAÇÃO: PROFª ESP. AMANDA COSTA E SILVA

TRABALHOS TÉCNICOS: DANIEL MAX

E AÍ MEU JOGADOR./ TUDO EM CIMA?./ VOCÊ SE LEMBRA QUE NOS EPISÓDIOS ANTERIORES EU EXPLIQUEI QUE NO FUTEBOL AMERICANO OCORRE A CONQUISTA DE JARDAS DURANTE CADA JOGADA?/ ALGUMAS MAIS, OUTRAS MENOS, PORÉM SEMPRE SE AVANÇA PELO MENOS 10 JARDAS./ E AGORA, VAMOS TENTAR CHEGAR À LINHA DE 20 JARDAS.//

CHAMADA PARA JOGADA *** QB MATHEUS DUTRA

READY... SET, GO!!.//

COMPREENDEMOS QUE OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO TÊM PESO E IMPORTÂNCIA PARA O FUTEBOL AMERICANO NO BRASIL./ BEM COMO O TRABALHO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA E PARTICIPAÇÃO CONJUNTA DAS EQUIPES DE FUTEBOL AMERICANO.;;;; RESULTA EM MELHOR ALCANCE, INTEGRAÇÃO E VISIBILIDADE DA MODALIDADE.//

NO ENTANTO, É DIFÍCIL PARA O RÁDIO DIVULGAR CONTEÚDOS ESPECÍFICOS SOBRE O FUTEBOL AMERICANO SEM O APOIO VISUAL./ E É AINDA MAIS COMPLICADO DEVIDO AO FATO DE ENVOLVER MUITAS JOGADAS E EXPRESSÕES TÉCNICAS, QUE DIFICULTAM A COMPREENSÃO./ CONFORME EXPLICA O APRESENTADOR DA TV SERRA DOURADA, ARTHUR MAGALHÃES.//

ARTHUR MAGALHÃES: "COMO UM VEÍCULO BASE, O RÁDIO ELE PODERIA SER UM IMPORTANTE DIFUSOR DAS INFORMAÇÕES DOS TIMES DE FUTEBOL AMERICANO./ ASSIM COMO JÁ ACONTECEU EM ALGUMAS OPORTUNIDADES NA RÁDIO BANDEIRANTES E EM OUTRAS OPORTUNIDADES DA RÁDIO BAND NEWS FM./ ONDE TÍNHAMOS UM ESPAÇO ESPECÍFICO PARA O FUTEBOL AMERICANO./ MAS HOJE EM DIA A GENTE NÃO TEM MAIS./ HOJE EM DIA A GENTE TEM UM ESPAÇO FOCADO PURO E SIMPLESMENTE NO FUTEBOL./ [...] MAS QUE NO RÁDIO A GENTE PODE ATÉ FALAR AQUI EM GOIÁS FAZ O USO UM POUCO MENOR DO QUE PODERIA SER./ [...] ENTÃO HÁ UMA FALTA DE VISIBILIDADE EM OUTROS PRODUTOS QUE NÃO SEJAM O FUTEBOL TRADICIONAL./ E DENTRE ELES A GENTE PODE ENCAIXAR AÍ O FUTEBOL AMERICANO".//

O COORDENADOR DE ESPORTES DA TV ANHANGUERA, RENATO SCAVAZZINI FALA MAIS SOBRE O AMADORISMO PRESENTE NO ESPORTE.//

RENATO SCAVAZZINI: A GENTE NÃO TEM TRANSMISSÃO DOS JOGOS, ENTÃO NÃO É ALGO QUE CHEGA PRA TODO MUNDO./ A GENTE TEM POUCAS COMPETIÇÕES, ENTÃO A VISIBILIDADE NÃO É TÃO GRANDE./ E COMO NÃO HÁ UM PROFISSIONALISMO, A MAIOR PARTE DOS JOGADORES É, SÃO JOGADORES AMADORES./ VOCÊ PRECISA GARIMPAR, VOCÊ PRECISA IR LOGO, VOCÊ PRECISA IR ATRÁS, VOCÊ PRECISA DESCOBRIR HISTÓRIA, VOCÊ PRECISA CONHECER PESSOAS./ ENTÃO DESCOBRI ESSAS HISTÓRIAS QUE VALEM A PENA SER CONTADAS ENTRE UM JOGO E OUTRO, ENTRE UM TREINO E OUTRO, ENTRE UM TRABALHO E OUTRO./ DESCOBRIR ESSAS BOAS HISTÓRIAS QUE SÃO ATRATIVAS, QUE TEM UMA PEGADA DE INTERESSE POPULAR./ TALVEZ ESTE O PRINCIPAL DESAFIO DE TRABALHAR HOJE COM O FUTEBOL AMERICANO.//

VALE CONCEITUAR TAMBÉM QUE O PODCAST FAZ PARTE DO CIBERSPAÇO E CIBERCULTURA./ APONTADO POR PIÉRRE LEVY EM ARTIGO PUBLICADO NA REVISTA DIGITAL DE HUMANIDADES./ DA UNIVERSIDADE DE PARIS.//

SEGUNDO O AUTOR, A CIBERCULTURA ENVOLVE O CONJUNTO DE TÉCNICAS, MANEIRAS DE VER E SER, VALORES E REPRESENTAÇÕES QUE ESTÃO RELACIONADAS À EXTENSÃO DO CIBERESPAÇO./ ESTE, POR SUA VEZ, SE ESTENDE ALÉM DE GRUPOS DE PESSOAS, INSTITUIÇÕES QUE DIVIDEM E PARTICIPAM DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO./ QUE MUITAS VEZES SE ASSEMELHA COM A CONSTRUÇÃO DE TRAÇOS CULTURAIS EM UM SENTIDO GLOBAL./ QUE COMPREENDE A MUTAÇÃO DA CIVILIZAÇÃO CONTEMPORÂNEA E SUA ESSÊNCIA.//

O MESMO EXPLICA RODRIGO FRONZA DE ALMEIDA, EM ARTIGO SOBRE O FUTEBOL AMERICANO NO RIO GRANDE DO SUL E A DIVULGAÇÃO DA RÁDIO GAÚCHA EM PODCAST.// PARA ELE, EM UMA SOCIEDADE GLOBALIZADA E CONECTADA À REDE DE COMPUTADORES./ NOTÍCIAS SOBRE ESPORTES PODEM SER ACESSADAS EM QUALQUER LUGAR DO MUNDO./ POIS A INTERNET DÁ MAIOR ESPAÇO AO JORNALISTA PARA A PUBLICAÇÃO DE NOTÍCIAS./ E TORNA ÁGIL E RÁPIDO A DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES./ E O PODCAST, ENTRA COMO FERRAMENTA PARA VERIFICAR A DEMANDA POR INFORMAÇÕES SOBRE O ASSUNTO./ ASSIM, MISTURA ELEMENTOS DO RÁDIO E OS INTEGRA COM A SUA LINGUAGEM./ POR MEIO DA PALAVRA, MÚSICA OU TRILHA SONORA, EFEITOS SONOROS E O SILÊNCIO.//

JÁ O PODCAST TRAZ DIVERSAS FACILIDADES AO OUVINTE./ SENDO A PRINCIPAL, A FACILIDADE QUE O RADIO-INTERNAUTA TEM DE ACESSAR O CONTEÚDO QUANDO QUISER./ FUNÇÃO ESSA QUE FIDELIZA O OUVINTE E PERMITE COM ESTE OUÇA E ARMAZENE O SEU CONTEÚDO E ACESSE EM QUALQUER LUGAR DO MUNDO.//

O QUE É FEITO EM UMA REPORTAGEM RADIOFÔNICA, TAMBÉM PODE SER TRABALHADO NO PODCAST./ POIS, PARA SE OBTER UM BOM PRODUTO, ENVOLVE APURAÇÃO OU OBSERVAÇÃO DIRETA./ COMO AINDA; INFORMAÇÕES DE ASSESSORIAS DE IMPRENSA, TESTEMUNHAS E PROTAGONISTAS DO ACONTECIMENTO.//

VALE PONTUAR QUE O PODCAST É BASTANTE APLICADO NA MÍDIA DE NICHO, COMO ACONTECE NO FUTEBOL AMERICANO.// POIS ELA ATUA COMO PRODUTORA DE CONTEÚDO PARA UM PÚBLICO-ALVO BEM SEGMENTADO./ E QUASE SEMPRE ATINGE PEQUENAS AUDIÊNCIAS, CONECTADAS ENTRE SI.//

É O QUE NOS EXPLICA VINÍCIUS TONDOLO.//

VINÍCIUS TONDOLO: “NÃO EXISTE FAMILIARIDADE COM A MAIORIA DO PÚBLICO./ E O FUTEBOL AMERICANO É UM ESPORTE EXTREMAMENTE SEGMENTADO PRUM PÚBLICO EXTREMAMENTE SEGMENTADO AQUI NO BRASIL./ NÃO SÃO REGRAS QUE SÃO DOMÍNIO PÚBLICO./ NÉ? ENTÃO EU JÁ VEJO ESSE PONTO, UM SEGUNDO MOMENTO, A QUALIDADE E A QUANTIDADE DE PROFISSIONAIS QUE SABEM FALAR COM PROPRIEDADE SOBRE ESSE TEMA./ EM CONHECER A HISTÓRIA./ FAZER TODO ESSE TRABALHO E NÃO FUGIR DE ACHISMOS E MAS PRA MIM./ O GRANDE PONTO É COMO MONETIZAR ISSO./ NÃO ADIANTA NADA EU CRIAR UM SITE PRA ATENDER UM PÚBLICO SE EU NÃO CONSEGUIR BANCAR ESSE SITE OU BANCAR ESSE PROGRAMA DE RÁDIO./ ENFIM, EU VEJO QUE ESSES TRÊS ELEMENTOS SÃO BOAS REFLEXÕES./ PRIMEIRO DOMÍNIO DAS REGRAS NÃO É UM DOMÍNIO DO PÚBLICO EM GERAL./ A MAIORIA DO BRASILEIRO NÃO TEM IDEIA DO QUE É O FUTEBOL AMERICANO./ O SEGUNDO É ENCONTRAR PROFISSIONAIS QUALIFICADOS E [COM] CERTIFICADOS PRA SEREM CERTIFICADORES DESSAS INFORMAÇÕES”.//

ASSIM, CONSEGUIMOS MENCIONAR OS TRABALHOS DO PODCAST TIDE FOOTBALL./ GERIDO POR CAIO GUIMARÃES E APRESENTADO POR MARCELO TAVEIRA, FOCADO NO CENÁRIO FUTEBOL AMERICANO BRASILEIRO./ E MUITO DIRECIONADO PARA AS CATEGORIAS DE BASE DO ESPORTE, QUE FOMENTAM A CADEIA NACIONAL./ QUE É RESPONSÁVEL POR LEVAR ATLETAS GOIANOS COMO EWANDSON "B2" NUNES E CARLOS "TEXUGO" PAIVA, AMBOS DO GOIÂNIA REDNECKS, PARA A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL AMERICANO, O BRASIL ONÇAS.//

MARCELO TAVEIRA: “A PREMISSA DA TIDE É ESSA, A GENTE VALORIZAR NOVOS TALENTOS, DAR ESPAÇO PRA QUEM NÃO TANTO DESTAQUE NACIONALMENTE FALANDO./ PORQUE SÃO ESSES CARAS QUE VÃO CARREGAR O ESPORTE CADA VEZ MAIS LONGE, SÃO OS DA NOVA GERAÇÃO QUE VÃO

CONSEGUIR MAIS VAGAS EM COLÉGIOS AMERICANOS, EM FACULDADES AMERICANAS./ QUE TEM MAIS CHANCE DE CHEGAR NA PORQUE A GENTE CONSEGUE MAS QUANDO EU DIGO A GENTE, EU DIGO FUTEBOL AMERICANO BRASILEIRO CONSEGUIU COLOCAR O DUZÃO NO MIAMI [DOLPHINS] DA NFL./ E É UM CARA QUE COMEÇOU A JOGAR EM TANGARÁ NO MATO GROSSO DEPOIS FOI PRO CUIABÁ ARSENAL E DE LÁ ELE CONSEGUIU SAIR PRA UM TIME DA NFL./ OU SEJA SE ELE TIVESSE TRABALHO DE BASE LÁ ATRÁS TALVEZ ELE TENHA CHEGADO MAIS RÁPIDO”.//

ENTÃO, TANTO O PODCAST COMO OS TRABALHOS DE BASE TEM AMPLA CAPACIDADE DE LEVAR O ESPORTE E OS ATLETAS PARA LONGE COMO FEZ O CUIABÁ ARSENAL./

O QUE SERÁ QUE FALTA PARA CHEGARMOS TÃO LONGE?/ ATÉ AQUI, CONQUISTAMOS 40 JARDAS!!!//

APÊNDICE E - EPISÓDIO 5

EPISÓDIO 5 - TOUCHDOWN/PUNT DE RETORNO

FICHA TÉCNICA

ENTREVISTADOS: VINÍCIUS TONDOLO E ARTHUR MAGALHÃES

DESCRIÇÃO DO EPISÓDIO: APLICAÇÕES DO PODCAST ENQUANTO FERRAMENTA VIÁVEL PARA O ALCANCE DO FUTEBOL AMERICANO EM GOIÁS, MANEIRAS E DIRECIONAMENTOS QUE ESSA MÍDIA PODE TOMAR AFIM DE DIFUNDIR A MODALIDADE E EXPLICAR PARA OS POSSÍVEIS INTERESSADOS, ATLETAS E DIRETORIA.

ROTEIRO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO: ISABELLA BRITO

ORIENTAÇÃO: PROFª ESP. AMANDA COSTA E SILVA

TRABALHOS TÉCNICOS: DANIEL MAX

PELO QUE ME DISSERAM, FALTAM MAIS DEZ JARDAS PARA A LINHA DA ENDZONE E ESTAMOS PERTO DE MARCAR O NOSSO PRIMEIRO TOUCHDOWN./ NÃO É MESMO?/ O QUE SERÁ QUE FALTA PARA TENHAMOS OS NOSSOS PRIMEIROS SEIS PONTOS DA PARTIDA?/ VAMOS RELEMBRAR TUDO O QUE ABORDAMOS AO LONGO DESTE PODCAST?!.//

NO PRIMEIRO EPISÓDIO VIMOS COMO O FUTEBOL AMERICANO SURGIU E COMO CHEGOU AO BRASIL./ QUE NO INÍCIO, O ESPORTE MISTURAVA REGRAS DO RUGBY E DO FUTEBOL TRADICIONAL./ E QUE OS PRIMEIROS JOGOS ACONTECERAM ENTRE AS UNIVERSIDADES DE HARVARD E YALE./ NESSE PERÍODO AINDA TINHAM JOGADAS MUITO VIOLENTAS E POSIÇÕES INDEFINIDAS./ QUE THEODORE ROOSEVELT MUDOU O JOGO E ADICIONOU EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO E REDUZIU O NÚMERO DE ATLETAS EM CAMPO./ O QUE TORNOU O JOGO MAIS SEGURO! / DE COMO O FUTEBOL AMERICANO CHEGOU NO BRASIL./ QUE AOS POUCOS SE DESENVOLVEU,

PORÉM AINDA TEM MUITO A MELHORAR E SAIR DO AMADORISMO./ ALÉM DO SURGIMENTO DAS PRIMEIRAS EQUIPES DE FUTEBOL AMERICANO EM GOIÂNIA E A SUA SITUAÇÃO ATUAL NA CAPITAL.//

ENQUANTO NO SEGUNDO EPISÓDIO, RELATAMOS O FATO DA AUSÊNCIA CONCRETA DE DADOS SOBRE A MODALIDADE EM GOIÂNIA./ UMA VEZ QUE ESSE ESPORTE ENFRENTA DIFICULDADE COMO A BARREIRA DE IDIOMAS E O POUCO INTERESSE DO PÚBLICO EM ACOMPANHAR./ QUE MUITAS VEZES SE LIMITA AOS PARENTES E AMIGOS DE ATLETAS E DEMAIS ENTUSIASTAS PELO FUTEBOL AMERICANO./ ALÉM DO FATO DESSE ESPORTE SER CONSIDERADO DE ELITE, CUJO POUCAS PESSOAS CONSEGUEM PRATICAR OU BANCAR, DEVIDO AO ALTO CUSTO DE SEUS EQUIPAMENTOS./ ALÉM DO FATO DE O ESPORTE SER POUCO TELEVISIONADO EM REDE NACIONAL./ POR EXIGIR UMA MAIOR PREPARAÇÃO DA IMPRENSA E MAIOR DISPONIBILIDADE DOS JORNALISTAS EM CAMPO DESTRINCHANDO CADA ETAPA DA COMPETIÇÃO..//

JÁ NO TERCEIRO EPISÓDIO, ABORDAMOS A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA O FUTEBOL AMERICANO./ DE MODO QUE ESSA ÁREA DO JORNALISMO TEM PESO FUNDAMENTAL PARA AUXILIAR A MODALIDADE E O SEU POSICIONAMENTO NA MÍDIA E NOS VEÍCULOS DE MASSA./ QUE INCLUEM RÁDIO E TELEVISÃO, ALÉM DO JORNAL IMPRESSO E O MEIO WEB./ POIS MUITAS VEZES, OS PRÓPRIOS JORNALISTAS REQUEREM UM CONTEÚDO DISSOLVIDO E DE FÁCIL COMPREENSÃO PARA QUE O PÚBLICO CONSIGA ENTENDER O QUE SE PASSA./ ALÉM DISSO, O FUTEBOL AMERICANO É UM ESPORTE QUE REQUER PAUTAS QUE SAIAM DO ÓBVIO.//

E NO QUARTO EPISÓDIO./ COMPREENDEMOS O PESO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO COMO UM TODO PARA O FUTEBOL AMERICANO./ PORÉM, SEM PERDER O FOCO DO RÁDIO E O PODCAST ENQUANTO FERRAMENTAS IMPORTANTES PARA A DIFUSÃO DO ESPORTE EM GOIÁS./ NO ENTANTO, A SUA ATUAÇÃO É DIFÍCIL QUANDO NÃO HÁ O MÍNIMO APOIO VISUAL./ QUE O OUVINTE OU TELESPECTADOR OBTÉM POR MEIO DAS TRANSMISSÕES TELEVISIONADAS./ E NESTE SENTIDO, O PODCAST ENTRA COMO FERRAMENTA AUXILIAR EM UM MEIO CIBERNÉTICO E CULTURAL./ ISSO ENGLOBA TÉCNICAS MISTAS DE PRODUÇÃO E APURAÇÃO DE CONTEÚDO./ PARA QUE ELE SEJA

MELHOR DIRECIONADO, TANTO PARA AQUELES QUE CONHECEM, COMO OS QUE NÃO CONHECEM A MODALIDADE./ E QUE NUMA SOCIEDADE GLOBALIZADA. PRODUÇÕES DE PODCAST ABRANGEM ÁREAS DA COMUNICAÇÃO EM QUE AINDA É POSSÍVEL ENCONTRAR LACUNAS.//

CHAMADA PARA JOGADA *** BSB WIZARDS

DOWN, SET, HUT!!//

EM NOSSO ÚLTIMO AVANÇO DE JARDAS DENTRO DESTE CAMPO IMENSO QUE É O FUTEBOL AMERICANO./ JÁ TEMOS UMA IDEIA DE COMO O ESPORTE É ABORDADO NA IMPRENSA E QUE TEM MUITO TRABALHO A SER FEITO NESTE SENTIDO.//

NESTE PONTO QUE ENTRA O JORNALISTA ESPECIALIZADO EM ESPORTES./ POIS SEGUNDO MARIO ERBOLATO, ESTE PROFISSIONAL PRECISA TER A CAPACIDADE DE MERGULHAR NO VASTO OCEANO ESPORTIVO PARA COMPREENDER MELHOR O QUE SE PASSA LA DENTRO./ COM ISSO, NOVAS POSSIBILIDADES DE ABORDAR O TEMA VÊM A TONA./ UMA VEZ QUE ESTE JÁ TEM DOMÍNIO DE DETERMINADAS REGRAS E AMPLIA AS POSSIBILIDADES DE SE OBSERVAR DENTRO DE UM CAMPO./ ASSIM, REORGANIZA E ADAPTA O CONTEÚDO PARA CADA VEÍCULO, DENTRE ELES, TELEVISÃO E RÁDIO.//

NISTO, O JORNALISTA ASSUME A RESPONSABILIDADE EM AVALIAR QUAIS AÇÕES SERÃO NOTICIADAS OU NÃO./ E ISSO SE APLICA AO FUTEBOL AMERICANO, POIS O REPÓRTER PRECISA ESTAR ATENTO AO QUE ACONTECE DENTRO DO CAMPO./ BEM COMO DEVE TAMBÉM DIRECIONAR O SEU ATENDIMENTO ÀS VÁRIAS AÇÕES, MOVIMENTAÇÕES E FATOS QUE ACONTECEM FORA E DENTRO DE CAMPO./ CONFORME EXPLICA MATEUS ROSSATO.//

O MESMO VALE PARA O PODCAST, POIS A SUA PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO GERAM DIVERSOS EFEITOS NO PÚBLICO./ POR MEIO DE COMENTÁRIOS, SEJA EM REDES SOCIAIS OU NA PRÓPRIA PLATAFORMA. O PRODUTOR CONSEGUE ESTABELECER DIÁLOGOS E DEMAIS ESTRATÉGIAS PARA OS PRÓXIMOS EPISÓDIOS.//

VINÍCIUS TONDOLO: “O PODCAST PODE SER UMA FERRAMENTA DE UMA COBERTURA, EXPLICAÇÃO, DE FAMILIARIZAÇÃO DOS TERMOS./ DAS POSIÇÕES, DOS JOGADORES, PRAS PRA QUE AS PESSOAS POSSAM GOSTAR DE OUVIR O PODCAST E CONSEQUENTEMENTE GOSTAR DE ACOMPANHAR, DE VIVENCIAR, DE TEREM EXPERIENCIADO E TAMBÉM DE PRATICAR O ESPORTE./ QUE ESTIMULE ESPAÇOS, AMBIENTES QUE POSSAM DE ALGUMA FORMA FAVORECER, DE ALGUMA FORMA ESTIMULAR A PRÁTICA DO FUTEBOL AMERICANO./ PORQUE COM A PRÁTICA VOCÊ APROXIMA DA COBERTURA./ TEM MAIS GENTE PRATICANDO, TEM MAIS GENTE ACOMPANHANDO E ISSO FAZ COM QUE O ESPORTE TENHA UM POUCO MAIS DE VISIBILIDADE”.//

A AÇÃO CONJUNTA DAS EQUIPES DE FUTEBOL AMERICANO EM GOIÂNIA É OUTRO ASSUNTO IMPORTANTE!/ POIS, EMBORA AINDA NÃO HAJA UMA ASSESSORIA DE IMPRENSA 100% VOLTADA PARA O ESPORTE./ A INTEGRAÇÃO, DIÁLOGO E COLABORAÇÃO ENTRE AS DIRETORIAS./ JÁ ENTRA COMO ASPECTO PRINCIPAL PARA O MELHOR POSICIONAMENTO DO FUTEBOL AMERICANO NA IMPRENSA GOIANA.//

ARTHUR MAGALHÃES: “TALVEZ O PODCAST SEJA UMA BOA SAÍDA OU A ÚNICA SAÍDA NESSE MOMENTO PRA TRAZER INFORMAÇÕES DE QUALIDADE./ FAZENDO UM MATERIAL BEM FEITO SEMANAL QUE SEJA, DIÁRIA SE HOUVER CONTEÚDO OU MENSAL PELO MENOS./ É IMPORTANTE GERAR CONTEÚDO SOBRE ESSE ESPORTE NOVO, PORQUE GERANDO ESSE CONTEÚDO QUEM SABE DAQUI A POUCO NÃO ESTÁ VINCULADO A ALGUMA PROGRAMAÇÃO DE ALGUMA GRANDE EMISSORA DE GRANDE ALCANCE./ QUE É O PODCAST ELE É IMPORTANTE PORÉM O RÁDIO ELE JÁ TEM AQUELE ALCANCE, AS EMISSORAS JÁ TEM OS SEUS OUVINTES FIÉIS QUE INDEPENDENTE DO QUE ESTIVER PASSANDO VÃO ESTAR ACOMPANHANDO./ ENTÃO ALÉM DO PRODUTO PODCAST TALVEZ ESSE MESMO MATERIAL PODE SER PENSADO PRA O RÁDIO OU QUEM SABE ATÉ MESMO PRA UMA TV.”//

MAS E AÍ./ SERÁ QUE CONSEGUIMOS MARCAR O NOSSO TOUCHDOWN?/ MAS FIQUE ESPERTO, QUE AINDA TEMOS MAIS TRÊS QUARTOS DE JOGO PELA

FRENTE./ COM VÁRIAS POSSIBILIDADES DE PONTUAR PELO CAMINHO E CONQUISTAR MAIS JARDAS.//

CHAMADA PARA JOGADA QB**

DOWN, SET, HUT!!!//

ROTEIRO, PRODUÇÃO E EDIÇÃO: ISABELLA BRITO

ORIENTAÇÃO: PROFª ESP. AMANDA COSTA E SILVA

TRABALHOS TÉCNICOS: DANIEL MAX

APÊDICE F - ENTREVISTAS

Ficha técnica

Entrevistado: Vinícius Luís Tondolo

Função: diretor executivo do Sistema Sagres

Entrevistador: Isabella Brito Ribeiro

2. Quais tem sido as principais dificuldades em noticiar um esporte como esse em um país dado como "plural" no cenário esportivo?

Re: a sua pergunta número dois, quais tem sido os principais as principais dificuldades noticiaram o esporte como esse em um país dado como plural no cenário esportivo... eu acredito primeiro regras. **Não existe familiaridade com a maioria do público, e o futebol americano é um esporte extremamente segmentado prum público extremamente segmentado aqui no Brasil**, não são regras que são domínio público, né? Então eu já vejo esse ponto, um segundo momento, **a qualidade e a quantidade de profissionais que sabem falar com propriedade sobre esse tema, em conhecer a história, fazer todo esse trabalho e não fugir de achismos** e mas pra mim, o grande ponto é como monetizar isso. Não adianta nada eu criar um site pra atender um público se eu não conseguir bancar esse site ou bancar esse programa de rádio, enfim, eu vejo que esses três elementos são boas reflexões. Primeiro domínio das regras não é um domínio do público em geral, a maioria do brasileiro não tem ideia do que é o futebol americano, o segundo é encontrar profissionais qualificados e [com] certificados pra serem certificadores dessas informações, e num segundo momento você [em um terceiro momento você isso, né?] O esporte ter eventos fortes, ter um campeonato forte, ter um [campeonato] que mobilize patrocinadores, que mobilize uma série de fatores, que faça valer a pena uma cobertura de futebol americano no Brasil e especialmente em Goiás.

APÊNDICE G - ENTREVISTAS

Ficha técnica

Entrevistado: Renato Scavazzini de Oliveira

Função: coordenador de esportes da TV Anhanguera

Entrevistador: Isabella Brito Ribeiro

1. Como foi notado pela imprensa goiana a chegada e introdução do futebol americano em goiás?

Número um, como foi notado pela imprensa goiana a chegada a introdução do futebol americano em Goiás. Bom, é uma pergunta difícil de se falar e como foi a chegada ou como foi a introdução, o que a gente pode dizer é que últimos anos a medida que a modalidade foi ganhando mais espaço entre torcedores e fãs brasileiros. À medida em que começaram a surgir times na nossa cidade, na nossa região e à medida que os campeonatos começaram a aparecer naturalmente começou a observar com outros olhos o crescimento da modalidade. O número de pessoas que se interessam por esse tipo de esporte e naturalmente isso passou a fazer parte da cobertura de veículos maiores, no nosso caso da TV Anhanguera, sempre que há alguma oportunidade de competição, de boas histórias relativas ao esporte a gente acaba abraçando sim o futebol americano.

APÊNDICE I - ENTREVISTAS

Ficha técnica

Entrevistado: Marcelo Taveira

Função: presidente do Goiânia Saints futebol americano

Entrevistador: Isabella Brito Ribeiro

2. Quais são as principais dificuldades que o esporte encontra no brasil atualmente? E em Goiânia?

O futebol americano ele encontra diversas barreiras, mais de qualquer esporte amador, talvez algumas um pouco maiores por se tratar de um esporte estrangeiro, um esporte tradicionalmente americano. Mas assim, a principal dificuldade ao meu ver é justamente o alto custo dos equipamentos, porque a gente não consegue fornecer, as equipes, não conseguem fornecer isso para as atletas, porque as equipes são associações sem fins lucrativos. Então não tem como ter essa disposição [financeira], assim, de ajudar o atleta. Então, pra qualquer pessoa que quer começar no futebol americano, se ela é uma entusiasta do esporte, se ela quer começar a praticar, o primeiro choque dela é esse. Porque ele precisa comprar um capacete que vai ali de seiscentos reais [R$ 600] no usado até três mil reais [r$ 3.000], quatro mil reais [R$ 4.000] um modelo novo, do modelo melhor. E uma proteção de ombro ele vai achar de duzentos reais [R$ 200] um usado até mil e duzentos [R$ 1.200], mil e quatrocentos [R$ 1.400] reais um novo. Já existem lojas que vendem no brasil, existem lojas físicas em São Paulo e também tem muitos sites. Já no brasil que é uma loja muito grande no paraná. Então assim hoje é mais fácil você comprar os equipamentos, mas ainda é muito caro. Então você pensa que você... quero começar o futebol americano, vi na televisão e gostei. Você vai gastar aí de mil e quinhentos [R$ 1.500], vamos pôr de mil reais [R$ 1.000] pra cima. E quando você vai começar um esporte gastando, investindo, né? Gastando não, investindo mil reais [R$ 1.000] só em equipamento. Isso eu falei dos básicos, né? Que é o *shoulder* isso sem contar o protetor bucal, a calça de proteção que não é obrigatória, mas muita gente gosta de usar porque ela é de proteção como diz o nome, luva pra quem recebe bola ou pra quem precisa manusear muito o s*houlderpad* do adversário, tem uma luva de proteção, tem a chuteira, meião,

enfim, todos os acessórios que se utilizam, então é muito caro. Então ali vamos pôr com uma chuteira que é o básico, né? E o [protetor] bucal ele começa do esporte gastando mil e quinhentos reais [R$ 1.500]. Então muitos atletas querem jogar, tem potencial físico, tem vontade, tem disposição mas não tem a condição financeira de ter o básico pra começar a jogar. É diferente por exemplo do futebol [soccer]. Ah, o cara quer jogar futebol, fazer uma escolinha, ele paga uma mensalidade de sei lá cinquenta [R$ 50], setenta reais [R$ 70], compra uma chuteira numa promoção de cem reais [R$ 100] e está pronto pra jogar. Nem o uniforme a escolinha geralmente dá e tal, e assim a gente não consegue fazer no futebol americano. Então ao meu ver essas são as principais dificuldades, gente conseguir facilitar pro atleta a entrada no esporte. Porque hoje a associação né, o Goiânia Saints, pra ele entrar no time uma mensalidade de cinquenta reais [R$ 50], que é um valor baixo. A gente tem esse valor desde dois mil e dezoito [2018] quando a gente começou. A gente nunca aumentou. Então assim, de mensalidade em si é baixo o valor, mas o problema é o que ele gasta pra se equipar, pra ficar pronto pra jogar, pra treinar e evoluir... E passar dessa barreira da questão individual, né? Que é a questão do atleta, do equipamento individual, a gente passa por pra questão do campo, de treinamento que a gente precisa, que a gente precisa de um campo de tamanho oficial [NFL], com iluminação, pros treinos da semana que ocorrem à noite, né? No treino de sábado que a gente precisa dum espaço bom para fazer um treino coletivo uma preparação mais tática pros jogos etc. A gente encontra muita dificuldade, hoje a gente só consegue treinar porque a gente aluga espaço (sic), a gente aluga um campo, todo o dinheiro que o time arrecada com mensalidade já é revertido pra aluguel do campo. Então isso acaba atrapalhando muito, porque aí o time não consegue investir nele mesmo. A gente não consegue comprar bolas novas, cones novos... A gente não consegue facilitar os equipamentos pros atletas, a gente não consegue fazer uniforme pros atletas. Tudo depende do esforço dos atletas e isso que é a maior dificuldade porque o cara quer jogar o esporte, o futebol americano**.** "pô e eu preciso fazer tudo, eu preciso comprar equipamentos, eu preciso comprar uniforme, eu preciso pagar o campo", então assim, é tudo muito pesado pra quem quer começar. Então hoje existem muitos atletas que praticam e pra você ver que se fosse mais fácil esse número seria tranquilamente duas, três vezes maior.

APÊNDICE H - ENTREVISTAS

Ficha técnica

Entrevistado: Marcelo Taveira

Função: presidente do Goiânia Saints futebol americano

Entrevistador: Isabella Brito Ribeiro

2. Como e quando surgiu o time?

Re: o time surgiu oficialmente em 23/01/2018, porém, a primeira seletiva da equipe foi realizada no dia 09/12/2017 e contou com a participação de 11 pessoas nessa primeira seletiva.

O time surgiu de algumas conversas entre amigos, na época, eu, Pedro Henrique (Pedrão) e o Lázaro Jr. (Lazim), onde eles vieram com a ideia de ter uma equipe com um pensamento mais maduro, com uma gestão mais colaborativa e uma filosofia mais amistosa. Na época eu fiquei bem reticente com a ideia, mas acabei sendo convencido pela amizade que tínhamos e pelo amor ao futebol americano.