

UNIVERSIDADE CRUZEIRO DO SUL
CURSO DE JORNALISMO

João Marcelo Felix dos Santos

COMO OS CLUBES SOBREVIVEM: Um estudo de caso do
Clube Atlético Juventus

São Paulo

2021

UNIVERSIDADE CRUZEIRO DO SUL

CURSO DE JORNALISMO

João Marcelo Felix dos Santos

COMO OS CLUBES SOBREVIVEM: Um estudo de caso do
Clube Atlético Juventus

Relatório de Fundamentação Teórico-
Metodológica (RFTM)/Paper, acompanhado de
Produto Experimental, desenvolvido como
etapa final de elaboração do Trabalho de
Conclusão de Curso de graduação em
Jornalismo da Universidade Cruzeiro do Sul,
sob orientação da Profa. Dra. Mirian Meliani.

São Paulo

2021

AGRADECIMENTOS

Sem sombras de dúvidas, eu poderia mencionar dezenas de pessoas, que me ajudaram a chegar até aqui. Contudo, não tenho como esquecer dos meus pais, Monásia e Marcelo, que sempre me incentivaram a buscar os meus sonhos, sonharam comigo e nunca me deixaram desistir.

Agradeço também a minha irmã, Jamile, que acreditou em mim e se manteve ao meu lado em todos os momentos. Além disso, também sou muito grato a minha família, às minhas tias, aos meus tios e minha avó por todo amor, carinho e apoio desde o início.

Por fim, não tem como não agradecer aos meus professores que me ajudaram nessa jornada do TCC. Principalmente, a minha orientadora, professora Mirian, que sempre me aconselhou, incentivou e tranquilizou no decorrer do projeto.

SUMÁRIO

Introdução.....	5
Apresentação	7
Referencial Teórico-Methodológico.....	8
Resultados	10
Considerações Finais	15
Referências.....	16
Apêndice.....	17
Produto experimental	17
Decupagem	18
Roteiro	29
Modelo DVD.....	36
Diário de Campo	37
Investimento	38
Cronograma	39

Como os clubes sobrevivem: Um estudo de caso do Clube Atlético Juventus¹

João Marcelo Felix dos Santos²
Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, SP

RESUMO

O futebol é uma das maiores paixões do povo brasileiro. Desse modo, todos os dias milhares de torcedores recorrem aos portais esportivos em busca de notícias novas sobre o seu time do coração. No entanto, nem todos os clubes têm os mesmos espaços na mídia esportiva. Por isso, o objetivo principal deste projeto é entender se realmente existe diferença e como os clubes menores sobrevivem sem o apoio da mídia. Sendo assim, estudamos uma das equipes mais tradicionais da cidade de São Paulo, o Clube Atlético Juventus (mais conhecido como Juventus da Mooca).

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo esportivo; futebol brasileiro; clubes menores; Clube Atlético Juventus; portais esportivos.

INTRODUÇÃO

O futebol é, sem dúvida nenhuma, o esporte mais popular do mundo. No Brasil, a modalidade desperta em média o interesse de 110,4 milhões de brasileiros, segundo dados do IBOPE Repucom³. Em outras palavras, mais da metade da população do país se interessa por este esporte.

Com o surgimento dos sites esportivos ficou cada vez mais fácil se manter informado a respeito do seu clube de coração. No entanto, isso não serve para todas as equipes do futebol brasileiro e mundial. Afinal, os times menores em grande parte do tempo acabam esquecidos pela imprensa esportiva. Já que, geram números menores de views para os portais, pois tem menos geralmente tem menos adeptos em comparação com os grandes.

Não é de hoje que os grandes clubes do país dividem as atenções dos torcedores brasileiros e a preferência da grande mídia esportiva. Nos sites esportivos, as diferenças

¹ Artigo apresentado como parte do Trabalho de Conclusão de Curso – RFTM/Paper, derivado do Núcleo de Estudos em Mídia Televisiva.

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Cruzeiro do Sul, e-mail: jmfs1508@gmail.com

³ Conteúdo disponível em <https://www.iboperepucom.com/br/noticias/ibope-repucom-revela-perfl-dos-torcedores-mistos-aqueles-que-torcem-para-mais-de-um-time-de-futebol/>. Acesso realizado em 16 out. 2021.

no espaço dado para as gigantes equipes e as menores são gritantes. Portanto, este trabalho teve como um dos objetivos estudar o GE⁴, um dos maiores sites esportivos do país, para mostrar a lacuna deixada pelos grandes portais do Brasil.

No entanto, algumas equipes, mesmo sem grandes jogadores, títulos, muito dinheiro e apoio da mídia, ainda conseguem disputar de frente com os denominados gigantes pela atenção dos torcedores. No estado de São Paulo, existem vários clubes que se encaixam nesses quesitos. Um desses times é o Clube Atlético Juventus (mais conhecido como Juventus da Mooca), uma das equipes mais tradicionais do país.

Em 20 de abril de 1924, após a fusão de dois clubes famosos da várzea paulista, o Extra São Paulo Futebol Clube e Cavalheiro Crespi Futebol Clube, surgiu o Cotonifício Rodolfo Crespi F.C, time formado em sua maioria por empregados da fábrica de tecidos da família Crespi. Contudo, alguns anos mais tarde, a equipe mudou de nome e inspirada no clube italiano passou a ser chamado de Clube Atlético Juventus.

No livro “Movidos a paixão”, o autor Estevão Pereira fala sobre a evolução do time. A equipe teve uma ascensão meteórica e em menos de cinco anos de existência chegou à Divisão Principal do Futebol Paulista. Dessa maneira, enfrentou os grandes clubes do estado. No dia 14 de setembro de 1930, o Juventus viveu um dos seus melhores momentos desde que surgiu.

Afinal, o time surpreendeu a todos e venceu o poderoso Corinthians por 2 x 1, nascia ali o apelido, até hoje usado, de Moleque Travesso. Aliás, a alcunha foi dada pelo jornalista esportivo Tomás Mazzoni, que batizou o feito como: "Uma travessura de um moleque, que ousou vencer um gigante, em seus próprios domínios".

Sendo assim, o Juventus continuou crescendo e fazendo boas campanhas nas competições que disputava. Desse modo, atraía cada vez mais os olhares da imprensa e torcedores para o Moleque Travesso. Além disso, a relação próxima com o bairro da Mooca, onde fica localizado seu estádio, foi e é um fator determinante na conquista de novos adeptos ao clube.

⁴ Conteúdo disponível em <https://ge.globo.com/>. Acesso realizado em 10 out. 2021.

Contudo, devido a diversas brigas políticas internamente, o clube acabou caindo muito de produção. Desse modo, os momentos de glórias dentro de campo estão cada vez mais distantes e a nova geração cresce sem ver seu clube conquistar grandes feitos como no passado. Portanto, atualmente, o time disputa apenas a Série A2 do Campeonato Paulista e a Copa Paulista, em busca de dias melhores esportivamente.

Entretanto, se as grandes conquistas ficaram no passado, a paixão dos torcedores do Moleque Travesso continua mais forte do que nunca. Inclusive, é esse sentimento que mantém o clube firme todos esses anos. Portanto, o presente trabalho tem como principal objetivo entender o porquê e como o Juventus se mantém grande sem tantos recursos como seus rivais do estado.

Diferentemente de Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos, pouco se vê do Juventus nos grandes veículos de imprensa. Aliás, as poucas vezes que se tem algo sobre a equipe em sua maioria trata sobre o passado do clube e não o presente. Dessa maneira, dificulta para os torcedores juventinos se manterem informados e isso é afeta muito um time. Afinal, informação é poder, é construir sentidos, força, mobilização, e isso tudo é muito importante para os o clube.

Desse modo, sem o apoio da grande mídia, a torcida resolveu por si mesma divulgar informações sobre seu time do coração. Com isso, é possível encontrar vários blogs na internet feitos pelos próprios fanáticos do clube com conteúdo sobre o Moleque Travesso.

A paixão por um clube de futebol no Brasil, muitas vezes vem desde o berço, passada por uma figura paterna. Assim, no Juventus não é diferente, devido ao passado glorioso a relação pai e filho é muito presente no cotidiano da equipe e de suma importância. Posto que auxilia no rejuvenescimento da torcida do clube.

Além disso, a relação entre o clube e o bairro também é de grande relevância para a sobrevivência do time. Já que, é praticamente impossível falar da Mooca sem lembrar do Juventus e vice-versa. Desde que foi fundada a equipe em 1924, o bairro abraçou e favoreceu ainda mais o seu crescimento. Assim, grande parte dos moradores daquela região tem um carinho enorme pelo Moleque Travesso, mesmo aqueles que torcem para

outras agremiações. Aliás, não à toa o clube ganhou a expressão: “O primeiro time de muitos e o segundo de todos”.

APRESENTAÇÃO

Os sites esportivos são uma das maneiras mais utilizadas pelo torcedor para se informar em relação ao seu clube. Partindo deste pressuposto, a falta de espaço para os menores impacta diretamente no crescimento de determinadas equipes. Com isso, chegamos ao seguinte questionamento: como os clubes sobrevivem sem o apoio da mídia esportiva?

Para entender se a questão é válida, primeiramente o presente artigo estudou o GE, um dos principais portais de notícias a fim de mostrar a diferença de matérias destinadas ao Clube Atlético Juventus e aos seus rivais de estado, Corinthians, São Paulo, Santos e Palmeiras. Para isso, analisou o mês de setembro de 2021, resultando em uma tabela com os números de matérias sobre as equipes no determinado período.

Após identificar que a diferença realmente existe, parte-se para compreender como sobrevivem. No caso do Juventus, que é o time estudado neste trabalho, existem várias hipóteses para a manutenção da equipe. Uma delas é a relação muito próxima com o bairro da Mooca.

O bairrismo das pessoas que lá vivem está presente, também, no clube que lá habita. A relação é tão forte que fica quase impossível falar de um sem que o outro venha à cabeça. O Juventus é o expoente máximo do povo de seu bairro e a Mooca é a casa daquele que se tornou um dos mais queridos e simbólicos times de futebol do país. (PEREIRA, 2014, p.129)

A paixão pelo futebol para muitos chega antes mesmo de perceber, passada de pai para filho. Esta ligação também está muito presente no Clube Atlético Juventus, sendo de suma importância no rejuvenescimento da torcida juventina, conseqüentemente na sobrevivência do clube.

Ademais, no caso específico do Juventus, o clube conta com a sede social que tem um papel fundamental para o time, principalmente na parte financeira. Já que, a equipe arrecada uma boa renda com sócios, alunos e até mesmo em shows que acontecem por lá.

Por fim, vale lembrar das redes sociais do clube. Posto que impressionam qualquer um que não conheça a história do time. Afinal, mesmo sem divisão no Campeonato Brasileiro, o time tem números que superam até mesmo equipes da primeira divisão do Brasileirão. Aliás, isso pode ser notado através de um ranking disponível na Figura 3 nos resultados.cl

REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

O projeto buscou compreender o porquê da diferença no espaço dado para as grandes e pequenas equipes do futebol brasileiro nos portais esportivos. Para isso, estudou o GE, um dos maiores sites esportivos do Brasil. A fim de entender como é feita a seleção do que deve ou não ser publicado, o artigo se apoiou na teoria do Newsmaking.

Uma das práticas que se ocupa a teoria do Newsmaking é a noticiabilidade. Como conceito, ela é um conjunto de critérios para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de notícias. A noticiabilidade é negociada por repórteres, editores, diretores e outros atores do processo produtivo na redação. Sua aplicação baseia-se nos valores notícias, que são tais critérios e operações usados para definir quais acontecimentos são significativos e interessantes para serem transformados em notícia. (PENA, 2005, P.130 e 131)

Desse modo, agora é interessante saber o que é ou não uma notícia e quem define isso.

De forma simplificada, notícia é todo fato relevante que desperte interesse do público, ensinam os manuais de jornalismo. Fora dos manuais, a notícia na verdade é tudo o que os jornalistas escolhem para oferecer ao público. (NOBLAT, 2008, p.31)

Isto é visto diariamente nos portais esportivos e demais mídias. Afinal, assuntos sobre os grandes clubes interessam muito mais à imprensa, mesmo não sendo tão relevantes, já que atraem mais visualizações. Desse modo, essa incessante busca por audiência acaba afetando equipes do futebol brasileiro, esse é o caso do Clube Atlético Juventus.

Todo dia alguém diz, em redação, que é preciso investir no diferencial. Todo dia alguém reclama das informações que saíram em tal jornal. Informações, muitas vezes, de importância duvidosa: um treino, uma ou outra mudança no time que irá jogar. Coisas que interessam ao torcedor, mas que não são notícias. (COELHO, 2009, p. 80).

Com isso, a mídia acaba dando espaço quase exclusivo para os grandes clubes. No livro “Cultura das Massas”, Edgar Morin (2002), fala que a “informação transforma esses olímpicos em vedetes da atualidade”. Em outras palavras, o autor diz que a imprensa tem o poder de destacar o que deseja.

No entanto, mesmo esquecido pela imprensa, o Clube Atlético Juventus segue firme e forte, graças a sua torcida. Afinal, mesmo com todas as dificuldades, os torcedores em nenhum momento abandonaram a equipe. Por isso, o amor dos Juventinos intriga quem vê de fora. Pois, não entendem o motivo desse grupo de pessoas continuar apoiando

uma agremiação clube com dificuldades financeiras, sem grandes contratações e com poucos momentos de glórias no presente.

Ser torcedor de um clube não implica apenas em comemorar vitórias. É claro que é o desejo de qualquer pessoa que acompanha um time de futebol vê-lo sempre no topo, vencendo adversários difíceis em partidas brilhantes, mas o verdadeiro apaixonado sabe que não há chuva, nem sol e nem crise capazes de afastá-lo de uma das coisas que mais ama e não tem vergonha de assumir. (PEREIRA, 2014, p.59).

Como visto acima, o torcedor é quem faz o clube, sem dúvidas. Entretanto, cabe ao time engajar e informar seus admiradores, principalmente, em casos similares ao do Clube Atlético Juventus, que nem sempre aparece na grande mídia. Para mostrar isso, o presente trabalho estudou no mês de setembro o GE, um dos principais portais esportivos do país, a fim de demonstrar a diferença no número de espaço entre as equipes.

RESULTADOS

Nos dias de hoje a internet é talvez o meio mais procurado pelos usuários para obter informações. Com isso, os portais esportivos são de suma importância para os clubes de futebol. Afinal, eles ajudam o time a engajar seu torcedor e manter ele mais próximo da sua equipe do coração. No entanto, nem todos têm as mesmas oportunidades e espaços nos grandes sites de notícias do país. Esse é o caso do Clube Atlético Juventus, que já foi queridinho da imprensa no passado e atualmente pouco é lembrado.

A fim de mostrar essa diferença, o presente artigo estudou um dos maiores sites esportivos do país, o GE. Para isso, comparou o número de matérias publicadas no portal sobre o Clube Atlético Juventus e os quatro grandes do estado de São Paulo, no mês de setembro de 2021.

Fig. 1: Tabela com número de matérias no mês de setembro de 2021:

Clube	Desfalques	Diretoria	Entrevistas	Escalação	Estatísticas	Opinião	Outros	Pré-Jogo	Pós-Jogo	Reforços	Total
Corinthians	16	11	12	17	8	14	45	21	9	22	175
Palmeiras	8	16	13	12	14	21	32	24	13	17	170
Santos	4	13	13	12	11	12	30	22	13	15	145
São Paulo	6	15	4	6	8	14	27	17	17	29	143
Juventus	0	0	0	0	0	0	1	0	4	0	5

Fonte: Dados levantados do GE. Autoria própria.

O mês de setembro foi escolhido intencionalmente, pois é um período muito movimentado para o Clube Atlético Juventus. No entanto, mesmo com contratações, partidas e

outras movimentações, pouco foi visto disso no GE, mesmo assim, a equipe não conseguiu chegar nem perto dos seus rivais em número de matérias publicadas.

Isso se deve muito pela busca incessante dos portais esportivos por likes e views. Afinal, notícias sobre os clubes menores não geram tanta audiência. Com isso, os sites especializados em esportes do país, entre eles o GE, acabam dando preferência para matérias relacionadas aos grandes, mesmo que sem tanta relevância.

Fig.2: Print matéria sobre Fagner

Fagner, do Corinthians, recebe tênis verde e pede para pintar de preto e branco; veja vídeo

Lateral foi apresentado por patrocinadora e recorreu a especialista em customização de calçados

Por Redação do ge — São Paulo
14/09/2021 17h10 · Atualizado há um mês



Fonte: Print tirado de uma matéria do site GE.

A matéria sobre o Fagner acima é um grande exemplo de que notícias mesmo que menos relevantes sobre os grandes ganham espaço nos portais esportivos. Enquanto isso, no mesmo mês, o Juventus disputou partidas pela Copa Paulista, fez contratações, demitiu jogadores e muito mais, contudo, como vimos na figura 1, pouco disso foi publicado no GE.

Então, para tentar superar a falta de espaço nas grandes mídias esportivas, o clube faz o uso das suas redes sociais para informar e aproximar o torcedor do time. Aliás, ao decorrer da pesquisa ficou perceptível a força e importância das mídias digitais para a agremiação, principalmente, por se tratar de uma equipe que não disputa nenhuma divisão do Campeonato Brasileiro. Para demonstrar isso, foi produzida um ranking com intuito de comparar o número de seguidores do Facebook da equipe com o dos 124 equipes que atualmente disputam alguma divisão da competição nacional. Portanto, pontuou apenas os 50 primeiros da tabela.

Fig.3: Ranking de equipes com mais seguidores no Facebook

Ranking de clubes com mais seguidores no Facebook				
#	Série	Clube	Número de seguidores	Estado
1	A	Flamengo	12.920.818	Rio de Janeiro
2	A	Corinthians	10.949.189	São Paulo
3	A	São Paulo	6.787.216	São Paulo
4	A	Palmeiras	4.653.930	São Paulo
5	A	Chapecoense	3.694.940	Santa Catarina
6	A	Santos	3.690.917	São Paulo
7	A	Grêmio	3.358.856	Rio Grande do Sul
8	A	Atlético Mineiro	3.227.374	Minas Gerais
9	B	Vasco	3.073.467	Rio de Janeiro
10	B	Cruzeiro	3.024.522	Minas Gerais
11	A	Internacional	2.591.616	Rio Grande do Sul
12	A	Fluminense	1.443.693	Rio de Janeiro
13	B	Botafogo	1.340.992	Rio de Janeiro
14	A	Bahia	1.115.868	Bahia
15	A	Sport	1.068.640	Pernambuco
16	A	Athletico Paranaense	1.031.082	Paraná
17	A	Fortaleza	934.714	Ceará
18	A	Ceará	903.276	Ceará
19	C	Santa Cruz	542.658	Pernambuco
20	B	Vitória	516.638	Bahia
21	B	Remo	447.802	Pará
22	B	Coritiba	446.218	Paraná
23	C	Paysandu	394.854	Pará
24	A	Bragantino	354.527	São Paulo
25	B	Goiás	321.342	Goiás
26	B	Ponte Preta	282.178	São Paulo
27	C	Figueirense	280.988	Santa Catarina
28	B	Avai	253.528	Santa Catarina
29	D	América-RN	231.807	Rio Grande do Norte

30	D	Joinville	226.890	Santa Catarina
31	D	ABC	218.584	Rio Grande do Norte
32	B	Náutico	211.522	Pernambuco
33	C	Paraná	203.245	Paraná
34	C	Criciúma	190.697	Santa Catarina
35	C	Botafogo-SP	190.477	São Paulo
36	A	Juventude	183.235	Rio Grande do Sul
37	D	Portuguesa	181.502	São Paulo
38	B	Sampaio Corrêa	178.197	Maranhão
39	B	CSA	169759	Alagoas
40	B	Brasil de Pelotas	166.369	Rio Grande do Sul
41	A	América Mineiro	153.937	Minas Gerais
42	B	CRB	151.652	Alagoas
43		Juventus	130.296	São Paulo
44	D	Campinense	123.674	Paraíba
45	B	Vila Nova	117.671	Goiás
46	A	Cuiabá	112.575	Mato Grosso
47	B	Londrina	111.731	Paraná
48	A	Atlético Goianiense	98.707	Goiás
49	B	Guarani	95.251	São Paulo
50	C	Botafogo-PB	90.936	Paraíba

Fonte: Dados levantados do Facebook. Autoria própria.

A posição do Juventus é muito impressionante, principalmente, por se tratar de uma equipe que está sem divisão no Campeonato Brasileiro desde 2007. Devido a essa distância das competições nacionais, o clube acaba ficando mais distante dos torcedores de outros estados e acaba ficando em âmbito mais estadual. No entanto, ainda assim, o time supera grandes clubes do futebol brasileiro, até mesmo, times da Série A e Série B, que são divisões com muito espaço na mídia televisa aberta, o que facilita o acesso do público em geral. Levando isso em consideração o feito fica ainda mais notório.

Para demonstrar o quão impressionante é o número de seguidores do Juventus no Facebook, o presente artigo elaborou outro ranking, dessa vez, contendo apenas equipes que vivem a mesma situação da equipe, em outras palavras, que também estão sem divisão no Campeonato Brasileiro. Desse modo, estudou 256 times e selecionou os 20 primeiros colocados.

Fig.4: Ranking de equipes sem divisão com mais seguidores no Facebook

Ranking de times brasileiros sem divisão com mais seguidores no Facebook			
#	Clube	Seguidores	Estado
1	Audax	195.822	São Paulo
2	Juventus	130.326	São Paulo
3	São Bernardo FC	100.359	São Paulo
4	XV de Piracicaba	69.670	São Paulo
5	Nova Iguaçu	60.326	Rio de Janeiro
6	São Caetano	54.235	São Paulo
7	Marília	49.672	São Paulo
8	Portuguesa Santista	46.841	São Paulo
9	Desportivo Brasil	44.763	São Paulo
10	Novo Hamburgo	44.713	Rio Grande do Sul
11	Luverdense	44.430	Mato Grosso
12	River Atlético Clube	44.116	Piauí
13	Noroeste	40.348	São Paulo
14	Pelotas	39.631	Rio Grande do Sul
15	América	36.993	Rio de Janeiro
16	Nacional	36.340	São Paulo
17	Maringá	34.616	Paraná
18	Campo Grande	33.196	Rio de Janeiro
19	Tuna Luso Brasileira	32.820	Pará
20	Central	32.396	Pernambuco

Fonte: Dados levantados do Facebook. Autoria própria.

Conforme visto acima, o Juventus é o 2º colocado da tabela, mesmo sem conquistas no presente e distante de campeonatos nacionais a algum tempo, o clube tem grandes números. Isso se deve também ao fato da baixa rejeição da equipe com os torcedores de outras agremiações. Com isso, perde apenas para o Grêmio Osasco Audax.

Aliás, a posição do Audax tem uma explicação muito simples. O clube viveu o melhor momento da sua história recentemente, mais precisamente em 2016, quando o time foi vice-campeão paulista, após derrotar o Palmeiras e eliminar o Corinthians na semifinal. Apesar de

ser um campeonato estadual, o Brasil todo acompanhou o grande desempenho do Audax. Com isso, o time ficou em evidência e esse feito ainda é muito lembrado. Desse modo, vale lembrar que grandes feitos no presente geraram muito mais engajamento nas redes sociais do que conquistas do passado, mesmo que maiores.

Um claro exemplo disso é o São Caetano, que é apenas o 6º colocado do ranking, mas provavelmente o time com maiores conquistas presente na tabela. Posto que, o clube coleciona grandes feitos, afinal, já foi Vice-Campeão da Libertadores em 2002, duas vezes Vice-Campeão brasileiro de 2000 e 2001 e Campeão do Campeonato Paulista em 2004.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs, a entender como os clubes menores sobrevivem sem o apoio da mídia esportiva. Para isso, primeiro buscou confirmar se realmente existem diferenças no tratamento das equipes do futebol brasileiro. Desse modo, estudou um dos maiores sites esportivos do país, o GE.

Portanto, foi criada uma tabela comparativa com cinco equipes do futebol paulista, entre elas, o Clube Atlético Juventus e o Corinthians. Dessa maneira, foi possível notar a grande diferença no número de matérias sobre os times.

Nos dias de hoje, os portais de notícias são uma das principais maneiras que as pessoas buscam para se manter informadas. Com isso, na área esportiva não é diferente, os sites são muito utilizados pelos torcedores para se manterem cientes de tudo o que acontece no seu time do coração.

No entanto, nem todos os clubes ganham o mesmo espaço na mídia, já que, não atraem os mesmos números do que os denominados grandes. Sendo assim, essa lacuna deixada nos sites esportivos afeta muito os times menores de futebol, afinal, os portais de notícias auxiliam no engajamento e no relacionamento com a torcida.

Após perceber que realmente existe diferença nos espaços dados pelos portais esportivos e como isso afeta o clube, o trabalho partiu em busca de compreender como os times menores sobrevivem sem o apoio da mídia. A resposta parece simples e fácil, através da torcida. No entanto, existem diversas outras razões que fazem isso ser possível.

Para analisar os motivos que fazem uma equipe sobreviver, foi escolhido um time a ser estudado nesta pesquisa, trata-se do Clube Atlético Juventus, que é uma das agremiações

mais tradicionais do estado de São Paulo. Além disso, mesmo tendo vivido seus melhores momentos no passado, o clube segue muito próximo do seu torcedor.

Existem vários fatores que fazem o Juventus continuar vivo e muito tradicional. Um desses motivos é o seu passado glorioso, afinal, o que o time fez antigamente segue dando muitos frutos hoje em dia, principalmente, quando o pai que viu os momentos de grandeza do clube passa esse amor para o filho. Essa relação é de suma importância para o time, pois ajuda no rejuvenescimento da torcida.

Outro fator é a relação entre o clube e o bairro que também é de suma importância para a sobrevivência do time. Já que, é praticamente impossível falar da Mooca sem lembrar do Juventus e vice-versa. Aliás, não à toa o Clube Atlético Juventus é mais conhecido como Juventus da Mooca. Assim, grande parte dos moradores daquela região tem um carinho enorme pelo Moleque Travesso, mesmo aqueles que torcem para outras agremiações. Por isso, a equipe ganhou a expressão: “O primeiro time de muitos e o segundo de todos”.

Além disso, o Juventus conta com um agente que poucos clubes na mesma situação possuem. Afinal, a equipe tem uma sede social que ajuda muito o time principalmente financeiramente. Já que, o time arrecada uma boa renda com sócios, alunos e visitantes.

Por fim, através de um documentário o trabalho decidiu focar em um dos fatores que mantém o Juventus firme e forte por todos esses anos. Assim, mostrou a força e importância das redes sociais para o clube.

REFERÊNCIAS

BARRADAS, António Pedro Mourinha - **Jornal Record: o destaque concedido aos ‘clubes pequenos’**. Lisboa: IPL, Escola Superior de Comunicação Social, 2017.

CAMPOS, André; RAMOS, Paulo; SANTOS, Amanda. **A Influência da Mídia no Esporte**. 2015 - Universidade Federal do Amapá, Macapá.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 1ª edição. São Paulo: Contexto, 2011.

MAGRI, Diogo. Juventus, a inabalável paixão da Mooca que dispensa Cristiano Ronaldo. **EL PAÍS**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/27/deportes/1538078493_578865.html>. Acesso em: 24 Sep. 2021.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX**. 9ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 1ª edição. São Paulo: Contexto, 2010.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PEREIRA, Estevão Rinaldi. **Movidos a paixão**. São Paulo: [s.n.], 2014.

RAUPP, Filipe Borges da Silva. **A segunda divisão dos esportes nos jornais**. 2015. (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

VIGNOLI, Leandro. **À sombra de gigantes**. 1ª edição. São Paulo: Corneta Europa, 2017.

WEIRICH, Rhafael Alexandre. **Uma análise sobre o papel da mídia no futebol brasileiro**. 2019. 42 f. TCC (Graduação em Educação Física) - Universidade Federal do Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia, Instituto de Ciências Biológicas e da Saúde, Pontal do Araguaia, 2019.

1924 a 1961. Clube Atlético Juventus. Disponível em: <<http://www.juventus.com.br/clube/historia/1924-a-1961/>>. Acesso em: 24 Sep. 2021.

APÊNDICE

A) Produto Experimental

1. Título do produto

Redes Sociais e o Futebol com seus fundamentos on-line.

2. Área e formato

Área: televisiva

Formato: documentário

3. Sinopse

Nos dias de hoje, as redes sociais são usadas pelas pessoas para uso pessoal e como forma de entretenimento. Porém, também são muito utilizadas pelos clubes de futebol. Afinal, elas ajudam o time no engajamento e no relacionamento com seu torcedor. Além disso, elas se tornam ainda mais fundamentais para equipes que não têm tanto espaço nas grandes mídias.

4. Descrição do projeto

Linguagem

Usamos uma linguagem simples para que todos possam assistir e compreender o documentário. Além disso, como tratamos de diversos assuntos, por exemplo, entretenimento, saúde e esporte, diversas pessoas podem se identificar com o projeto

Linha editorial

Nos dias de hoje, as redes sociais são muito utilizadas pelos clubes de futebol para engajar e informar seu torcedor. No entanto, para equipes menores que não tem tanto espaço nas grandes mídias elas acabam sendo ainda mais fundamentais. Aliás, no presente documentário focamos também na importância das redes sociais para um time menor e como exemplo utilizamos o Clube Atlético Juventus.

Número de páginas/caracteres/duração

O documentário final teve duração de 20 minutos e 24 segundos.

Função individual

Na minha equipe desempenhei as funções de pauteiro, repórter e revisor.

Decupagens de entrevistas

Entrevista com Enrico, jornalista esportivo, criador do portal Escanteio-SP e torcedor do Juventus

Folha de Decupagem		Data 21/10/2021
Editoria	Tema	A importância das redes sociais para os clubes
Tempo in / out	Conteúdo	
3:56 – 5:17	A rede social hoje num clube é muito importante, nós estamos em 2021 e eu não conheço uma pessoa hoje que não tem rede social, tirando as pessoas bem idosas assim, eu não conheço uma pessoa, adulta ou até mesmo criança, pré-adolescente que não tenha a rede social. A rede social hoje do clube é como se fosse o que era há 30 anos a fachada do clube, se você antigamente passava pela fachada do clube pela entrada da sede social ou do estádio e estava suja, tinta estava descascando, a gente fala “pô o clube está	

	<p>abandonado”, como assim não tem ninguém para dar uma mão de tinta, não tem manutenção. Hoje é mais ou menos o que acontece com a rede social, se a gente entra na rede social, e o último post foi ano passado ou há 6 meses, não tem um story, não tem às vezes nenhuma descrição ali na bio. A gente fala que os clubes estão abandonados, não tem ninguém para olhar por esse clube não tem cuidado, é o mesmo tratamento que a gente dava para fachada do clube antigamente.</p>
5:37 – 7:50	<p>Eu acho que os clubes deveriam fazer um papel melhor para cultivar uma torcida. É convencer o torcedor local apoiar o time da cidade, mesmo que seja como o segundo time sabe é eu acho que falta. Falta reconhecer o patamar em que o clube está para ir partindo do zero, os clubes da segunda divisão que é o quarto escalão eles fazem bem isso. É em vez de tentar de olhar por cima eles olham para onde eles estão eles sabem o patamar que eles estão, eles estão na última divisão do estado e eles tentam chamar o público, agora não porque agora infelizmente nós estamos sem torcida, né agora que está voltando a torcida. O clube não tem que competir com os outros sabe. A não ser que sejam clubes da mesma cidade, por exemplo, se o Velo Clube e Rio Claro que são da mesma cidade e estão na mesma divisão, aí é outra história. Mas é impossível competir com o Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos.</p>
8:03 – 11:53	<p>Tem a mídia nacional que são Globo Esporte, ESPN etc., e a mídia local, o jornal local, o site local e o rádio local, que tem um bom público também, a gente é o intermediário, a gente é o meio do nacional para o local, a gente é uma mídia regional. E é importante porque além do jogador se sentir representado o clube tem um pouco mais de visibilidade, essa é a palavra visibilidade, de evidência sabe então eu consigo entrar, eu como um torcedor da Portuguesa, eu consigo entrar na página do XV de Piracicaba e ver como eles vão jogar na próxima rodada, ver quem é o time. Eu como torcedor do Juventus consigo entrar na página do Comercial de Ribeirão Preto e ver como eles vão jogar na próxima rodada e vice-versa, eu lembro que assim há 10 anos, quando, um pouco mais, quando eu comecei a acompanhar esses times dessa região e eu tinha que olhar sempre na rádio local. Porque, então eu tinha notícia do meu time,</p>

	<p>mas eu não tinha adversário, eu não sabia quem ia jogar, não sei quem é o técnico, não sei que posição que está. Com isso, eu dependia do “Futebol Interior”, que é uma mídia regional também, regional não é, é uma mídia nacional que abrange tudo. O futebol interior é um grande conglomerado, a gente nem trata o futebol interior como concorrente porque é uma proposta meio diferente, né porque é uma proposta de abraçar tudo e a gente não quer abraçar tudo, a gente quer abraçar o nosso. O nosso meio o futebol do interior de São Paulo. Restrito a esses times dessas visões. Eu tinha que olhar por lá ou pela mídia local. E a gente a nossa ideia central era ter um lugar onde a pessoa pudesse acessar tudo, dos adversários, dos outros times, até para saber quem poderia contratar, ali para às vezes querer participar do dia a dia do clube na rede social.</p>
12:14 – 15:34	<p>O Globo Esporte por exemplo que é o maior site que tem, Globo Esporte, UOL esporte e ESPN. Eles precisam pagar contas e não são poucas né não são baratas, né, o Globo Esporte é um site gigantesco só de esporte. E eles dependem do público deles que é enorme também. Então eles nunca vão deixar de ir ao treino do Corinthians mesmo que seja um treino normal, eles nunca vão deixar de ir no treino do Corinthians para cobrir a apresentação de um jogador do Juventus. Por mais que seja um jogador importante, por mais que seja algo banal no Corinthians, porque tem 30 milhões de corinthians e 30 mil torcedores do Juventus, talvez não mais que isso. E isso de quem vai no clube sabe de quem acompanha o clube, não simpatizantes, simpatizante vai ter milhões do Juventus, mas falando de gente que tem interesse no clube mesmo, o público do Juventus é pequeno. Da mesma forma que é impossível o clube competir por torcida com Corinthians, São Paulo ou Palmeiras, é impossível Globo Esporte dedicar tempo para cobrir Juventus, Portuguesa ou XV de Piracicaba, mesmo que sejam as maiores torcidas do nosso meio.</p>
15:55 – 20:42	<p>Sem dúvidas, para o time pequeno, para um time de público bem restrito é muito importante você engajar na rede social, porque vamos supor que tenha um time com 10 mil torcedores e o estádio cabe 5. Se eu não chamar o público eu vou ter 500 pessoas no estádio que são aqueles que morrem pelo time. Mas, se eu chamar o público, talvez eu consiga encher o estádio.</p>

	<p>Se eu cultivar o público, assim falando de resultado, claro que o torcedor gosta de ganhar o jogo, mas eu tenho que fazer o cara se sentir importante, eu tenho que fazer o cara se sentir parte do meu time. É para isso eu preciso engajar na rede social, eu preciso postar bastante, eu preciso postar fotos dos caras, não somente na rede social, mas ter um canal no YouTube, onde eu possa postar vídeo de bastidores vídeo de pré jogo, vídeo de treino. Eu acho que quanto mais a mídia você poder jogar para o seu torcedor melhor, porque se você não ter mídia nacional, você tem apenas a regional e local, a estrutura é pouca. Você dificilmente vai ter uma foto, tirada por um jornal tirada ou por um site. Dificilmente você vai ter um vídeo. Quanto mais mídia, o seu torcedor poder consumir melhor, porque um time sem mídia, isso tanto notícia, quanto mídia do clube, parece como eu falei antes parece abandonado, parece que é um clube que não tem, além de transparência, que a gente sempre pede transparência, não sei o que está acontecendo no clube. E hoje os times têm investido em fotógrafo, às vezes, até um assessor de imprensa tem que improvisar alguma coisa. Mas é bom para dar aquele, para dar um sentimento de que o clube está vivo, que o clube não está abandonado, que tem atividade ali. Como não tem mídia nacional é oportunidade de o clube controlar o que se fala dele, sabe, controlar o que o consumidor, o que o torcedor consome. A gente vê no Corinthians a Globo grava o treino do Corinthians todo dia, todo dia no Globo Esporte tem um minutinho de treino do Corinthians, nunca vai ter isso do XV de Piracicaba. A não ser que XV de Piracicaba grave mande para a imprensa e a imprensa publica nos seus respectivos sites ou publica no Facebook do clube, é uma oportunidade de você dar, fornecer o conteúdo que o seu torcedor vai consumir.</p>
26:20 – 32:28	<p>A rede social do Juventus é muito boa. Apesar de ter pouca gente trabalhando é uma rede social com engajamento, ultimamente o pessoal tem usado mais para cobrar do que para elogiar, porque o time acabou de ser eliminado do campeonato, mas o pessoal usa bastante para cobrar, usa bastante para engajar mesmo. É o engajamento que falem bem ou falem mal, mas falem de mim. E por ser um público jovem é um público que consome muita rede social. O Juventus tem um caso específico, acho que</p>

	<p>do estado inteiro o time mais dependente da sua localização. O Juventus é tão importante quanto o seu estádio que é na Rua Javari que fica no bairro da Mooca. Eu acho que os Juventus e o XV de Piracicaba são esses times e a Portuguesa Santista acho que esses três são os mais importantes porque, não tem o nome da cidade ou do local no nome. Por exemplo, XV é o XV de Novembro, mas é o XV de Piracicaba. A Portuguesa é Associação Atlética Portuguesa, mas é a Portuguesa Santista e o Juventus é o Cube Atlético Juventus, mas é Juventus da Mooca. Como São Paulo é uma cidade muito populosa e a Mooca é mais populosa do que muitas cidades do interior. E acho que isso é muito importante, pela rede social você constrói o público mais jovem, mais adulto é muito importante ter agenda de jogo, muito importante saber quem vai jogar, contra quem vai jogar. Mas é isso, o Juventus tem um trabalho bom de rede social e tem a questão da cultura, de ser uma cultura muito grande de apoiar o clube, tem muitos torcedores que tratam o Juventus como primeiro clube, algumas dezenas de milhares, aí tem como o Juventus como primeiro clube. Isso é muito importante porque esse pessoal que quando Juventus for rebaixado, eventualmente, quando eu tiver a cinco anos sem chegar no mata-mata, 20 anos sem levantar um troféu é esse pessoal que vai continuar indo no estádio, esse pessoal que vai continuar engajando na rede social, vai continuar levando o filho, vai levar irmão, vai levar primo, amigo para conhecer o estádio, vai comprar ingresso. É uma questão pouco local, é uma questão de ter toda a sua torcida concentrada num certo local, concentrada em um bairro. Mas é uma vantagem que o clube sabe usar e a Rede Social passa por isso, todo mundo está lá.</p>
32:41 – 41:27	<p>O Juventus faz um trabalho bom, faz o essencial. As novidades principais tanto da sede social quanto do futebol profissional e base, é Juventus posta placar da base, posta escalação da base, todo o reforço que chega eles postam. Se vem pacotão eles postam nota no site, ou eles postam fotos na galeria de fotos que dá para arrastar para o lado, mas eles sempre mantêm o torcedor minimamente informado. Em comparação com os grandes é difícil porque os grandes têm, cinco, seis assessores a maioria dos clubes têm assessores específico para futebol de base e o Juventus tem uma assessora.</p>

	<p>E deve ter um pessoal lá dentro que auxilia também com rede social, mas é um trabalho feito por pouca gente e ainda levando em conta isso, é um trabalho que fica ainda melhor porque é pouca gente, pessoas que não têm formação de mídia social, não tem formação de relações públicas, de marketing, são jornalistas que fazem isso lá no Juventus.</p>
41:48 – 48:18	<p>O Juventus tem uma torcida muito presente, o Juventus tem uma torcida que assim, fazendo uma conta rápida sem compromissos com a realidade porque eu não tenho ideia. Mas vamos supor que o Juventus tenha 50 mil torcedores entre primeiro e segundo time. O Facebook deve ter bem mais seguidores do que isso se não me engano. Mas isso é reflexo da torcida próxima do clube é uma torcida que gosta muito, que liga muito para o Juventus, não é uma torcida que não está nem aí para o clube, ganhou ou perdeu paciência, é uma torcida que se importa muito com o clube, que frequenta o clube, frequenta o estádio e alguns frequentam a sede social. O Juventus é clube de bairro, é um clube local, bem local e isso acaba jogando a favor nesse caso, porque o Juventus não tem muitos torcedores, mas os que têm eles são apaixonados pelo clube, os que têm eles ligam muito para o clube e tem assim mil e poucas pessoas que todo jogo eles estão no jogo, eles não faltam. O Juventus tem 127 mil seguidores no Facebook. É mais gente do que frequenta o clube obviamente, mas isso significa que 120 mil pessoas ligam para o clube, seja como apoiador, seja como torcedor, seja como simplesmente curioso. São milhares de torcedores que tratam o clube como grande, sabem que não é um clube grande, não tem como competir com Corinthians, São Paulo, Palmeiras, Santos e até o Bragantino hoje. Mas assim o time mais importante é o meu.</p>
Repórter: João Marcelo	

Entrevista com Fernando Razzo Gallupo, autor do livro “As glórias de um moleque travesso”, ex-assessor do Juventus e torcedor do clube

Folha de Decupagem	Data ____/____/2021
---------------------------	------------------------

Editoria	Tema	A importância das redes sociais para os clubes
Tempo in / out	Conteúdo	
06:35 – 20:41	<p>A história do Clube Atlético Juventus é uma história muito interessante e muito bonita. Ela se inicia com agregação de clubes oriundos da Várzea da Mooca no início dos anos 20, propriamente dito no dia 20 de abril de 1924, no qual grupo de operários, trabalhadores do Cotonifício Rodolfo Crespi se juntam de fato para ter uma equipe representativa, muitos deles já atuavam em equipes da Várzea da Mooca e consolidaram um sonho de ter um time representativo dessa tradicional empresa do bairro da Mooca, de São Paulo e do Brasil. Enfim, então aquele coletivo de operários eles consolidam um sonho de ter uma equipe representativa. O Juventus se consolida ano a ano de ser uma potência nessas vamos dizer assim, nessas ligas menores e em 1929 ele é o campeão que corresponde hoje a Série A2 do Campeonato Paulista, o Juventus é campeão em 1929 e como não havia a questão do critério de acesso e descenso, ele recebe um convite, o Cotonifício Rodolfo Futebol Clube recebe um convite para ingressar na liga maior, junto com os principais clubes já tradicionais clubes que já militavam no futebol, até então amadora e pré-profissional e ele assim o faz e a condição do ingresso nessa seara de uma liga maior condicionou em algumas mudanças, essas mudanças primeiro no fardamento, já existiam inúmeras equipes que carregavam o preto e branco que eram predominante na camisa do Cotonifício Rodolfo Crespi que também levava o vermelho, então, vermelho, preto e branco em homenagem ao Extra São Paulo um dos seus clubes fundadores na fusão, inicial lá atrás em 1924. E por esse motivo já tem uma situação também de regulamento que a Associação Paulista de Esportes Atléticos que era quem organizava as competições e ela tinha uma lei para essas divisões maiores que não poderia haver nessa liga maior de clubes identificados com empresas, ou seja, clubes classistas. E por esse motivo o Cotonifício Rodolfo Crespi Futebol Clube se vê obrigado a se adaptar essa lei. Devido aos seus laços afetivos com a comunidade italiana por conta da família Crespi ter as suas origens em Piemonte, numa região</p>	

	<p>do norte da Itália, que é a região da Juventus de Turim e do Torino, tem uma curiosa fusão de homenagem, onde esses dois grandes rivais ficam materializados, num único clube aqui em São Paulo. No qual o grená e branco representando o Torino e o nome do clube, enfim, fazendo uma menção algo grande da Juventus da Itália.</p>
21:02 – 27:48	<p>Uma das coisas mais curiosas que aconteceu, num passado recente no Clube Atlético Juventus eu acompanho in loco desde 87, de 87 para cá eu já tenho memórias de estádio e tal. E a característica predominantemente da torcida do Juventus era basicamente grupo de amigos e aposentados. Então, jogo do Juventus nos anos 80, 90 e início de 2000. Você fatalmente encontrava sempre, quase sempre os mesmos amigos, alguns alunos das escolas perto cabulando aula porque invariavelmente eram jogos às 3:00 da tarde por uma condição de que a Rua Javari particularmente não tem um sistema de iluminação. Então basicamente era isso, mas, com o passar do tempo algumas transformações do próprio futebol fizeram com que o Juventus de um certo modo, passasse a ter um aspecto de resistência romântica a um futebol estabelecido nos tempos atuais.</p>
28:08 – 31:47	<p>Espero que tenha algum relevo para o torcedor, para apaixonado do Juventus, pelo simpatizante, de ter minimamente de um pouco dessa tradição, um pouco daquilo que a gente tem os nossos baús compartilhados, para que essa história se mantenha viva. A ideia da publicação do livro, um livro feito com pessoas muito queridas. Ver toda essa história ser, ser vamos dizer assim eu vou usar esse termo não sei se se torna muito pesado, mas uma história tão grandiosa do como é a do Clube Atlético Juventus, ser negligenciado ao longo do tempo. Então, primeiro foi uma forma de organizar isso, organizar essas informações dividir essas informações com essa comunidade que a gente respeita e tem um profundo carinho com essas pessoas particularmente a motivação sempre foi elas, a iniciativa do livro é muito calcada nesses laços fraternos, que nós temos com pessoas queridas e também obviamente com a instituição porque elas são praticamente é a alma da instituição são pessoas que participaram do núcleo fundador ou seja Juventus tem um quê dessas</p>

	<p>peças tem uma ligação muito mais profunda do que um simples torcer, que já é algo muito relevante.</p>
32:06 – 36:41	<p>O Juventus é o último clube de futebol de São Paulo de bairro, só por si só já demonstra toda essa ligação afetiva que se tem, o próprio moquense de uma maneira geral ele é um gênero muito ligado às suas raízes, a sua tradição e ter um clube como o Juventus que se projeta com essa história, é um orgulho muito grande, é uma simbiose total sempre que o Juventus buscou a mooca e a mooca buscou o Juventus, ambos foram muito felizes.</p>
37:00 – 42:29	<p>O Juventus é um clube, que tem história, tem tradição, tem camisa é um dos clubes, talvez, aqui no Brasil com menor rejeição possível, um clube que goza de muita simpatia, de muito prestígio, é um clube ainda muito respeitado por todos, muito mais às vezes pelos de fora do que pelos de dentro. Enfim, eu creio que o Juventus ele precisa, passar por uma reflexão profunda não só na questão das mídias digitais. Com tudo que eu enxergo trabalhando hoje na Sociedade Esportiva Palmeiras vivendo o ambiente realmente o ambiente profissional do futebol, a gente entende que Juventus, precisa se revisar em frentes e no que tange a questão da comunicação, eu acredito que o Juventus tem um potencial enorme a gente sabe das dificuldades da batalha das pessoas.</p>
43:18 – 46:09	<p>Eu explico isso sobre um matiz, a tradição o Juventus é um clube quase centenário, beira aí esta as portas do seu centenário, 2024, esperamos que até lá nós tenhamos alegrias com o moleque travesso em todos os planos que ele siga forte a tradição do clube o impulsiona a ter essa empatia com tanta gente como você como ponderou até por clubes que tem uma divisão maior ou não, mas o que é construído e o que o clube tem na sua trajetória isso não se apaga pode diminuir, pode aumentar, enfim esperamos sempre que aumente que ele cresça de fato, mas, a tradição e de ser um clube que goza de um prestígio seja esportivo ou institucional e que não tem uma rejeição tão grande quanto outras equipes, até com maior torcida e tudo mais, você consiga expressar isso nesses números e nessa tabela, nesse levantamento, nessa análise que vocês tiveram então.</p>

46:33 – 51:20	<p>Enquanto, o Juventus não tiver desempenho, não tiver divisão, não tiver desempenho, não tiver conquista obviamente a grande mídia, vai lembrar do Juventus como o time do cannoli, que essa é a verdade, hoje o ponto focal para se falar do Juventus é que tem um cannoli gostoso do seu Antônio. Assim para quem ama isso é uma redução terrível, odiosa até, mas tudo bem virou uma situação pitoresca essa particularidade do Juventus, que também é um ponto focal que lhe dá alguma visibilidade, não o condeno, entendo que é uma redução, mas o Juventus tem muito mais a oferecer em coisas muito mais prevalentes. O que vale para o Juventus é um trabalho que para mim é um trabalho de heróis, cara que é o caminho que o Juventus tem que trilhar e que faz com excelência e muito fruto da perseverança de pessoas que eu admiro e tiro o chapéu, que é a mídia segmentada como uma Web Rádio Mooca, esse é o caminho do Juventus esse é o caminho até ele retomar sua condição de equipe de futebol de prestígio como ele sempre foi. Enfim, o Juventus enquanto não tiver esse desempenho, enquanto não tiver esses feitos grandiloquentes do seu futebol, uma grande conquista, um grande craque sendo revelado ou jogando, um grande resultado, enfim, coisas assim desse tipo, ele não vai ser lembrado mesmo pela grande mídia, vai ser lembrado nas mídias segmentadas.</p>
55:05 – 58:44	<p>É um pessoal que não se enquadra num futebol dito moderno até por eles mesmo, do que propriamente uma questão de linguagem. Eu vejo com essa com essa clareza vivendo in loco, mas assim, eu não acho primeiro que a linguagem de mídia social e as mídias sociais estão impulsionando, que vá mais ou menos torcedor ao Juventus, assistir ou acompanhar os jogos do Juventus, eu acho que é muito mais um crescimento orgânico, foi um crescimento orgânico dessa torcida que se mobilizou e começou a não se enquadrar mais nos arquétipos estabelecidos num futebol oficial maior, uma certa rejeição aos padrões atuais do futebol e que encontra na rua javari uma forma de extravasar um outro tipo de comportamento.</p>
59:01 – 1:05:11	<p>Eu entendo que a sobrevivência do Juventus primeiro passa por respeitar a sua história, respeitando a sua história você vai entender que é importante uma gestão comprometida com pilares estratégicos e entre os pilares</p>

	<p>estratégicos de um clube que busca ao progresso, está a comunicação. Creio que o foco do Juventus não deva ser esperar qualquer tipo de boa vontade da grande mídia, creio que o Juventus precisa se revisitar em termos de valores, buscar dentro da sua tradição e do seu colegiada alternativa para que ele possa trilhar horizontes e objetivos mais em consonância com as melhores práticas que existem atualmente justamente para ele coexistir e entender que a comunicação dentro desse processo é um pilar vital. E focar nas questões da mídia segmentada, que é a mídia que de fato merece o total respeito e o total carinho neste momento pelo Juventus, porque na boa e na ruim, e olha que é infinitamente maior as ruins, infelizmente é duro falar isso, os caras estão lá os caras são resilientes eles estão mantendo viva essa chama. O Juventus não tem que ir à mídia convencional na minha visão como estratégia de comunicação e sim criar com pontos para que organicamente de volta essa mídia convencional entenda que olha o Juventus existe e tem um trabalho fantástico.</p>
Repórter: João Marcelo	

Roteiro

Título: Redes Sociais e o Futebol com seus fundamentos on-line		Tempo Estimado: 20 minutos	
TI ME	VIDEO	SONORA	AÚDIO
11”	Título do Documentário		Música de fundo
49”	Vídeo mostrando pessoas mexendo no celular		É, certamente algumas vezes, nos deparamos reféns das telinhas, fazendo aquele movimento com o dedo incessante de baixo para cima em busca de algo, que talvez nem nós sabemos qual é o objetivo, pessoas bonitas, vida dos

			<p>sonhos, status, bens materiais, classe social, opinião política.</p> <p>E assim, ficamos online horas e horas, construindo assim nossas bolhas sociais. Crianças nas redes sociais já é uma realidade, podemos afirmar que o smartphone virou o brinquedo preferido. Além do mais, a influência é tão grande que virou até tema de aniversário. Mas afinal, realmente mexe com nossas emoções esse mundo paralelo.</p>
22”	Vídeo de jornal falando sobre a influência das redes sociais para as crianças		<p>O Instagram está piorando a saúde mental de jovens em todo o mundo. É fácil ver que os jovens estão conectados o tempo todo, principalmente nas redes sociais. Corpos perfeitos, vida de luxo, viagens. Essas cenas do Instagram podem ter efeitos nocivos para adolescentes.</p>
1’21”	Entrevista	Sonora com Gabriel	<p>O Instagram e o Tik Tok, eles trabalham com um hormônio que desperta no seu corpo, que desperta no seu corpo. Você leva pessoas a fortes emoções nos vídeos. Ela vê a foto de uma pessoa bonita, ela quer comentar. Então, isso vai gerando prazer e tudo mais. No meio disso tudo, que ela tá ali super engajada com pessoas que ela admira, com pessoas que tem uma vida melhor. Ela tá vendo um vídeo de um cara que está comendo em um lugar caro. Ela quer aquilo ali para a vida dela. Então, os hormônios estão super aflorados.</p>
2’02”	Imagens de redes sociais		<p>“Pois bem, são nesses palcos viciantes em que o espetáculo, a estratégia em trazer pessoas para as redes sociais, trazem consigo sorrisos mentirosos, em base em um entretenimento barato. Porém, os mesmos sorrisos são manipulados e conseqüentemente, as mesmas redes sociais conseguem implantar uma semente na cabeça de cada usuário, um modelo em seus pensamentos, opiniões e até mesmo suas ações sendo influenciadas pelas redes sociais.</p>

3'10"	Entrevista	Sonora com Gabriel	<p>As pessoas da internet são muito chatas, por que eles só querem saber dos seus pontos negativos. A política do cancelamento, porque as pessoas não querem que você esteja bem, só querem ver polêmica. As pessoas buscam internet para entretenimento ou se informar, a pessoas que só busca se informar já sabem onde buscar a informação.</p> <p>Todo mundo procura a felicidade, ela é o que ser humano busca, as pessoas buscam a felicidade e é isso que eu quero levar para as pessoas. Porque o mundo tá chato demais, o momento que a gente está vivendo é muito ruim. Mas , a gente precisa influenciar as pessoas a ficarem em casa, mesmo ela não querendo mais. Por isso, eu busco fazer videos legais divertidos.</p>
20"	Vídeos relacionados a esporte		<p>“Algumas empresas famosas, usam a ferramenta como trabalho e divulgação, a exemplo disso, temos o futebol, que é entretenimento, porém usa as redes sociais como a fachada de um clube.”</p>
1'16"	Entrevista	Sonora com Enrico Liberatori	<p>É um veículo multimídia, multiplataforma que a gente faz uma cobertura bem completinha de Série A2, Série A3 e segunda divisão que é o quarto escalão do campeonato paulista e da Copa Paulista, a gente começou né o nosso objetivo é dar mídia a esses clubes que geralmente não têm, geralmente esses clubes, só tem mídia quando acontece alguma coisa mais inusitada quando um ex-jogador de um time grande vai lá e marca três gols, ou é contratado por um time ou as coisas mais folclóricas, por exemplo, o cannoli do seu Antônio no Juventus, o que é mais gostoso o cannoli ou o pastel de Belém, coisa mais folclórica assim, a Portuguesa até 10, 15 anos atrás era um time grande, hoje é um time desse universo, às vezes quando tá com problema esse time acaba recebendo mais mídia, a Portuguesa no Canindé vai a leilão ou no Comercial isso aconteceu também o estádio estava para</p>

			leilão e nosso objetivo é dar uma mídia pouco mais completa, tratar o clube como o clube grande, tratar esses times como times grandes.
1'40"	Entrevista	Sonora com Enrico Liberatori	<p>A rede social hoje num clube é muito importante, nós estamos em 2021 e eu não conheço uma pessoa hoje que não tem rede social, tirando as pessoas bem idosas assim, eu não conheço uma pessoa, adulta ou até mesmo criança, pré-adolescente que não tenha a rede social. A rede social hoje do clube é como se fosse o que era há 30 anos a fachada do clube, se você antigamente passava pela fachada do clube pela entrada da sede social ou do estádio e estava suja, tinta estava descascando, a gente fala “pô o clube está abandonado”, como assim não tem ninguém para dar uma mão de tinta, não tem manutenção. Hoje é mais ou menos o que acontece com a rede social, se a gente entra na rede social, a gente entra no Instagram do clube e último post foi ano passado ou há 6 meses, não tem um story, não tem às vezes nenhuma descrição ali na Bio. a gente ama a gente fala com os clubes abandonado não tem ninguém para olhar por esse clube não tem cuidado é o mesmo tratamento que a gente estava para fachada do clube antigamente e às vezes até para questões sociais que tem que tu que sabe usar muito bem rede social que posta comunicado, posta coisas de interesse do público no interesse público e do público então é como é tão importante quanto a fachada do clube quando a fachada do Estado de hoje.</p>

23”	Entrevista	Sonora com Fernando Gallupo	Se essa gestão entender que a comunicação e principalmente a questão da comunicação digital ela é uma inserção importante para a marca do clube para valorização de imagem, de marca, de crescimento de patrocinador, de crescimento orgânico de torcida, de posicionamento, de engajamento, de conexão.
2’45”	Entrevista	Sonora com Enrico Liberatori	Para o time pequeno, para um time de público bem restrito é muito importante você engajar na rede social, porque vamos supor que tenha um time com 10 mil torcedores e o estádio cabe 5. Se eu não chamar o público eu vou ter 500 pessoas no estádio que são aqueles que morrem pelo time. Mas, se eu chamar o público, talvez eu consiga encher o estádio. Se eu cultivar o público, assim falando de resultado, claro que o torcedor gosta de ganhar o jogo, mas eu tenho que fazer o cara se sentir importante, eu tenho que fazer o cara se sentir parte do meu time. É para isso eu preciso engajar na rede social, eu preciso postar bastante, eu preciso postar fotos dos caras, não somente na rede social, mas ter um canal no YouTube, onde eu possa postar vídeo de bastidores vídeo de pré-jogo, vídeo de treino. Eu acho que quanto mais a mídia você poder jogar para o seu torcedor melhor, porque se você não tiver mídia nacional, você tem apenas a regional e local, a estrutura é pouca. Você dificilmente vai ter uma foto, tirada por um jornal tirada ou por um site. Dificilmente você vai ter um vídeo. Eu acho que é isso acho muito importante, quanto mais mídia, o seu torcedor poder consumir melhor, porque um time sem mídia, isso tanto notícia, quanto mídia do clube, parece como eu falei antes parece abandonado, parece que é um clube que não tem, além de transparência, que a gente sempre pede transparência, não sei o que está acontecendo no clube. É como se: “Pô será que está em atividade ainda”, é a pior coisa que tem, é você falar eu torço

			para o Rio Claro e o cara pergunta o Rio Claro ainda existe, como assim ainda existe? se tivesse uma rede social ativa, se tivesse canal no YouTube se tivesse mais atividade, o pessoal nunca ia perguntar isso.
1'59 ”	Entrevista	Sonora com Fernando Gallupo	o Juventus é o último clube de futebol de São Paulo de bairro, só por si só já demonstra toda essa ligação afetiva que se tem, o próprio moquense de uma maneira geral ele é um gênero muito ligado às suas raízes, a sua tradição e ter um clube como o Juventus que se projeta com essa história, é um orgulho muito grande, é uma simbiose total sempre que o Juventus buscou a mooca e a mooca buscou o Juventus, ambos foram muito felizes. Eu falo sempre num sentido do passado porque mesmo com a simbologia ali de um estado presente, eu não sinto isso em alma mais, não se sente mais em alma, uma simbiose de Juventus e mooca, e mooca e Juventus como sempre tradicionalmente foi. Hoje sim, num espaço físico, num espaço romântico até mais do próprio bairro abraçar o time e do time abraçar o bairro, eu sinto que de uns tempos para cá tem um distanciamento grande.
2'3 3”	Entrevista	Sonora com Fernando Gallupo	O Juventus é um clube, que tem história, tem tradição, tem camisa é um dos clubes, talvez, aqui no Brasil com menor rejeição possível, um clube que goza de muita simpatia, de muito prestígio, é um clube ainda muito respeitado por todos, muito mais às vezes pelos de fora do que pelos de dentro. A gente entende que Juventus, precisa se visitar em frentes e no que tange a questão da comunicação, eu acredito que o Juventus tem um potencial enorme a gente sabe das dificuldades da batalha das pessoas tenho um respeito profundo pela assessora de imprensa que é a Cris, que a gente tem uma trajetória de amizade e tudo mais, sei das dificuldades e dos obstáculos. Mas, assim do ponto de vista, do

			potencial que o Juventus tem, não excetuando todas essas dificuldades, ele tem um potencial enorme sim para crescer em todas as frentes e inclusive na questão da comunicação.
7”	Imagens sobre futebol		“É possível um torcedor de um clube menor se informar apenas com conteúdo das grandes mídias ?”
1’30”	Entrevista	Sonora com Enrico Liberatori	Jamais impossível. O Globo Esporte por exemplo que é o maior site que tem, Globo Esporte, UOL esporte e ESPN. Eles precisam pagar contas e não são poucas né não são baratas, né, o Globo Esporte é um site gigantesco só de esporte. E eles dependem do público deles que é enorme também. Então eles nunca vão deixar de ir no treino do Corinthians mesmo que seja um treino normalmente, eles nunca vão deixar de ir no treino do Corinthians para cobrir a apresentação de um jogador do Juventus. Por mais que seja um jogador importante, por mais que seja algo banal no Corinthians, porque tem 30 milhões de corinthianos e 30 mil torcedores do Juventus, talvez não mais que isso. E isso de quem vai no clube sabe de quem acompanha o clube, não simpatizantes, simpatizante vai ter milhões do Juventus, Portuguesa dos times do interior, mas falando de gente que tem interesse no clube mesmo, o público do Juventus é pequeno, o público da Portuguesa é grande mas cada vez está diminuindo a gente está vendo acontecer o que aconteceu no próprio Juventus, no XV de Piracicaba, nos times do interior está acontecendo uma filtragem então quem tinha Portuguesa como segundo time está abandonando. Está ficando só aqueles poucos milhares, ali aquelas dezenas centenas de milhares que tem como o primeiro time. E isso vai deixar o público restrito sabe então. Da mesma forma que é impossível o clube competir por torcida com Corinthians, São Paulo ou

			Palmeiras, é impossível Globo Esporte dedicar tempo para cobrir Juventus, Portuguesa ou XV de Piracicaba, mesmo sejam as maiores torcidas do nosso meio. Eu cito esses três times sempre porque são as nossas três maiores audiências do site sempre.
1'36"	Entrevista	Sonora com Fernando Gallupo	Se a gestão entender que este é um pilar importante, que a comunicação é um pilar importante para a consolidação, fortalecimento e crescimento do clube em diversas frentes, certamente o trabalho de uma profissional de qualidade como a Cristina vai se potencializar ou qualquer outra que esteja lá, enfim. Pego como exemplo por que sei que hoje é ela quem está lá nas questões de comunicação, enfim e certamente isso se potencializa ao seu máximo, quando não se tem esse pensamento do ponto de vista institucional você vê lacunas, você vê brecha, você vê essa situação que obviamente podem ser aprimoradas, até mesmo que dá margem para críticas injustas porque não sabemos o que se passa da parte de dentro, então de repente você com um olhar de um consumidor da era digital você vai ver questões óbvias que faltam a comunicação do clube, mas você não sabe como é do lado de dentro pelo fato de que a falta de orçamento, a uma restrição do ponto de vista do que é planejado por uma gestão, dos entendimentos da importância de que cada departamento dentro dessa articulação e da grandeza e da difusão, e assim ao eterno, é um debate eterno, portanto sempre tem um olhar externo e interno que tem que ser ponderado tudo tem um contexto entendo resumidamente que o Juventus em todas as frentes não só na comunicação, mas estamos aqui conversando também sobre comunicação o Juventus tem um potencial de crescimento desde que tenha uma gestão que entenda também dessa forma e que

			possa se articular para ter condições disso.
1'37"	Imagens mostrando pessoas com celulares		As redes sociais em sumo é mundo bem complexo, existem diversos objetivos dentro da plataforma, o entretenimento é de fato o carro chefe que comanda os conteúdos mais procurados. Ok, já entendemos que o espetáculo da vida, ou seja, o entretenimento exagerado pode nos levar a problemas sérios a saúde mental, fazendo inconscientemente comparações com nossas vidas. Já cansamos de escutar que a realidade do mundo atualmente não é das melhores, longe disso. Porém não podemos mergulhar de cabeça no mundo dos sonhos, que nos atormenta com tanta perfeição como é nas redes sociais. Em conjunto ao entretenimento clubes de futebol aproveitam as oportunidades para fazer a “fachada do clube”, aproximar os torcedores e claro, muita informação. E assim, a vida nas telinhas caminham com muita diversidade, mas necessita de muita cautela para não ser denominado e virar refém.
21"	Créditos finais		Produção: João Marcelo e Pedro Taniguchi Reportagem: João Marcelo e Pedro Taniguchi Edição e Finalização: Pedro Taniguchi Imagens: Pedro Taniguchi Orientadora: Professora Dra. Mirian Meliani

Modelo DvD



Diário de campo

O futebol sempre foi uma das minhas maiores paixões, como a maioria, também tive o sonho de ser jogador. No entanto, aos poucos fui percebendo que não conseguiria alcançar esse objetivo. Apesar disso, a modalidade sempre esteve presente na minha vida e busquei uma profissão que pudesse me deixar perto do esporte que tanto amo. Portanto, ao decorrer do tempo fui me identificando com o curso de jornalismo, a fim de me tornar um jornalista esportivo.

Desse modo, em 2018 entrei na faculdade e o jornalismo esportivo sempre foi a área que mais me senti à vontade. Com isso, o tempo foi passando e chegou o temido TCC. No início do ano tinha muitas dúvidas e incertezas principalmente sobre o tema do meu trabalho. Entretanto, sempre tive convicção que seria algo relacionado com esportes.

Com isso, acabei entrando em um grande dilema, afinal, nenhum amigo ou conhecido, iria fazer algo relacionado ao esporte. Então, fiquei entre projeto experimental e outra editoria ou esportes e monografia. Sem hesitar, escolhi a segunda alternativa, mesmo com muito medo da modalidade.

Então, fui em busca de definir um tema para o meu trabalho, como sempre gostei de acompanhar os times menores de futebol decidi focar nesse cenário. Além disso, desde que entrei na faculdade sempre colaborei com sites esportivos. Dessa maneira, pensei em mostrar as diferenças no número de matérias publicadas por um portal de notícias sobre um time menor e maior. Ademais, como os clubes superam a falta de apoio da mídia e se mantêm vivos.

No entanto, o número de equipes menores é muito grande. Por isso, após uma conversa com um professor decidimos que precisaria de uma equipe para ser estudada no trabalho. Portanto, rapidamente pensei em focar no Clube Atlético Juventus, que é uma equipe muito famosa no estado de São Paulo, mas não vive seus melhores momentos.

Com o decorrer dos dias e muita ajuda o tema foi ganhando mais corpo. Mas, mesmo assim, ainda não me sentia seguro com a monografia. Assim, o tempo foi passando e chegou

C) INVESTIMENTO

Item	Quantidade	Valor Total
Transporte	8	R\$ 35,20
Alimentação	2	R\$ 40,00
Livros	3	R\$ 120,00
Editor	1	R\$ 60,00
Encadernação	2	R\$ 100,00
Total	16	R\$ 355,20