



Blog Arquirrivais: Clássico é clássico, e vice-versa¹

Diogo Soares Moreira RODRIGUES²

Diego Fonseca Barbosa MENDES³

Lucas Gadbem BOBST⁴

Murilo da LUZ⁵

Carlos Frederico de Brito D'Andréa⁶

RESUMO

O Blog Arquirrivais tem como proposta explorar a rivalidade entre clubes de futebol, com textos de caráter jornalísticos, relatando os acontecimentos que tornam o chamado “clássico” um dos atrativos do futebol. Realiza-se um levantamento de dados através de pesquisas, contatos com jornalistas, torcedores, e após a publicação do material, tudo é divulgado através de redes sociais, como Twitter e Orkut, além de inserção de links em verbetes da Wikipedia.

PALAVRAS-CHAVE: futebol, rivalidades, clássico, jornalismo esportivo, resenha

1. INTRODUÇÃO

O Blog Arquirrivais (<http://arquirrivais.blogspot.com>) deseja ser, acima de tudo, uma fonte de informação no mundo futebolístico. A escolha do tema pelo grupo nasceu da paixão e da curiosidade por um assunto que julgamos muito interessante e que, no entanto, é algo cujo conteúdo é difícil de ser encontrado. A rivalidade entre times de futebol é uma questão sabida por quem acompanha o esporte, mas juntar essas interessantes histórias em um só lugar foi o principal motivo da criação do projeto.

¹ Relato do trabalho realizado durante a disciplina Webjornalismo, em 2010/2, bem como sua continuação após o término das aulas

² Aluno líder do grupo e estudante do sétimo período de Comunicação Social/Jornalismo, email: diogo.rodrigues@ufv.br

³ Membro do Arquirrivais e estudante do sétimo período de Comunicação Social/Jornalismo, email: diegmg@gmail.com

⁴ Membro do Arquirrivais e estudante do sétimo período de Comunicação Social/Jornalismo, email: lucasgadbem@hotmail.com

⁵ Membro do Arquirrivais e estudante do sétimo período de Comunicação Social/Jornalismo, email: murilo.daluz@yahoo.com.br

⁶ Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, email carlos.dandrea@ufv.br



O blog pretende atingir um público que tenha interesse em futebol em todo país e também no exterior. Além de fazer um trabalho específico para conquistar a atenção das torcidas envolvidas nos clássicos publicados, queremos alcançar todos que tenham curiosidade sobre as variadas e inusitadas histórias do esporte bretão. A partir disso, o Arquirrivals pretende se tornar fonte de pesquisa para outros jornalistas, publicando estatísticas e acontecimentos envolvendo dérbi de todo o país e do mundo, além de fazer textos na forma de resenha – produção de texto informativa, com toques sutis de opinião por parte dos autores.

Assim surgiu o Arquirrivals, que iniciou suas atividades no mês de agosto de 2010 como trabalho prático da disciplina de Atividades Programadas em Jornalismo para Multimídia do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa- MG e que continuou suas atividades após a disciplina por acreditar ser o meio de comunicação e utilidade pública.

O projeto utiliza resenhas, vídeos, artes e infográficos para divulgar o material apurado e como meio dessa divulgação escolheu o microblog Twitter e o site de relacionamentos Orkut. Por meio dessas ferramentas de comunicação, procura atingir todos os tipos de pessoas, já que futebol é um esporte que atrai um público independente de classe social, idade e região do país onde reside.

O Blog Arquirrivals utiliza uma interação com o público que exemplifica um modelo bastante presente no webjornalismo. A troca de informação com as torcidas e com jornalistas é absorvida em forma de pauta para próximas matérias e também como complemento dos atuais posts do blog, ou seja, o leitor não se limita apenas ao comentário da matéria, o que causa uma relação de proximidade com o público.

2. OBJETIVO

O objetivo do Arquirrivals é expor as origens das rivalidades existentes entre times de futebol do Brasil e do mundo, bem como comentar os fatos, dados, curiosidades e outros elementos que norteiam os clássicos e que fazem com que eles se tornem significantes para o cenário do futebol.

Objetiva-se também levar ao público histórias de rivais que nem sempre estão figurando nas grandes mídias – pelo fato de serem times de alcance local – a fim de difundir



e tornar de conhecimento geral que os clássicos sempre são clássicos, não importando a magnitude dos times que estejam envolvidos.

3. JUSTIFICATIVA

A relevância do Blog do Arquirrivais é fazer um levantamento junto a jornalistas e leitores, além de consultas bibliográficas, e informar o leitor sobre curiosidade e fatos históricos dos clássicos do futebol.

Clássico, segundo o Dicionário Aurélio, significa ‘Jogo entre equipes de dois clubes importantes’, ou seja, uma partida disputada por duas equipes que despertam fortes paixões e possuem grande rivalidade.

Como esporte mais popular e difundido do mundo, o futebol é uma das principais paixões dos Brasileiros. Machado (2000) aponta a forte ligação e fixação despendida pelo brasileiro como um fator cultural. “Entender o futebol é entender uma dimensão importante da nação brasileira; é entender nossa cultura, nos termos de Marshall Sahlins (1988, esp. introdução e conclusão), como um princípio arbitrário de ordenação da realidade.” (MACHADO, 2000).

A utilização do blog como ferramenta de publicação dos posts do Arquirrivais visa à construção de um documento conjunto, com participação ativa do leitor, ou seja, traçando pautas e tecendo opiniões que posteriormente podem ser incluídos na postagem.

A escolha pela rede social se deve ao encurtamento de distâncias. As informações ficam mais acessíveis e mesmo indivíduos de baixo poder aquisitivo conseguem acessá-las. Segundo Castells (1999) a internet tem uma rapidez no seu desenvolvimento que rompe as barreiras do rádio e da televisão em relação à proliferação de conteúdo.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como trabalho prático, o blog incorpora ao seu projeto editorial todo o conteúdo aprendido na parte teórica da disciplina de Webjornalismo, assim como recursos interdisciplinares como a redação da notícia opinativa. Os marcos teóricos estabelecidos como referenciais são estudados como meio de progresso nas produções feitas pelo Arquirrivais, seja na forma de conteúdo, seja na forma de ferramentas utilizadas.



A ferramenta usada como gestora do projeto editorial pelo professor foi o Wiki, essencial na relação da equipe. Ela se tornou um sucesso em termos de comunicação interna. O trabalho em conjunto, dessa forma, ficou facilitado.

A divisão de tarefas pelo grupo fez com que o blog conseguisse uma constância de publicações, uma vez que o assunto necessita de uma pesquisa bastante elaborada e que requer tempo. As habilidades dos membros da equipe foram maximizadas, tornando mais agradável e rápida a construção de quadros diferentes.

Como forma de comunicação externa, a equipe infiltrou-se no site de relacionamentos Orkut em comunidades das torcidas, das equipes e até dos clássicos que faziam parte do post em questão. Dessa forma, além de atrair o público, ainda conseguimos um feedback na forma de comentários no próprio site.

A outra ferramenta de comunicação foi o microblog Twitter. No site, pudemos ter acesso fácil aos torcedores, mas principalmente a jornalistas esportivos renomados, por meio de envio de mensagens sobre as novas publicações, uma forma de comunicação unilateral com quem pode levar essa divulgação a um número maior de leitores.

A equipe utiliza o Google Analytics como ferramenta de estatísticas do blog. Dessa forma, podemos saber de quais regiões são os nossos leitores e onde devemos apostar na divulgação e na publicação, além de ser um meio de obter um feedback, nos quesitos relativos a quantidade de visitas e tempo de permanência nas páginas.

No processo editorial, criamos espaços em que o leitor pode participar ativamente das postagens, pois no dia seguinte ao clássico publicado, o usuário pode indicar vídeos sobre jogos históricos envolvendo os clubes de futebol. Para isso, basta entrar na página “Contato” e enviar uma mensagem para a equipe do blog.

No processo da construção das matérias, uma técnica utilizada para tentar complementar a postagem foi o envio de e-mails para rádios locais, buscando a colaboração de jornalistas por meio de depoimentos ou curiosidades para elaboração de um post especial. Os comentários foram totalmente liberados, sem moderação por parte dos autores, pois o projeto editorial do blog prezava pela total liberdade de opinião de seus usuários.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



A produção do blog foi iniciada de forma que era conhecido o objetivo geral – de contar histórias de rivalidades entre times de futebol –, mas sem delimitações específicas: se abordaríamos ou não clássicos de países do exterior; se faríamos postagens com resenhas de clássicos que iam acontecendo pelo mundo do futebol; se falaríamos de rivalidades “monstruosas” (como Cruzeiro vs. Atlético-MG), entre times de tradição do sul brasileiro (fora do eixo que engloba os grandes times brasileiros; exemplo: Avaí vs. Figueirense) ou “interioranas” (como Mamoré vs. URT, de Patos de Minas-MG). Optamos por dar preferência a clássicos “medianos” do futebol brasileiro, pois seria mais fácil atingir um bom público e, ao mesmo tempo, fugir de possíveis mesmices com páginas já publicadas pela grande mídia (leia-se globoesporte.com, uol.com.br, etc).

Feito esse direcionamento, resolvemos adotar o seguinte procedimento para realizar as postagens: dividimos-nos em duplas, em que um ficaria responsável por fazer a pesquisa mais bruta, o outro por lapidar o post. A pesquisa começava quando enviávamos e-mails para emissoras de rádio da cidade do clássico escolhido; passava por vasta “varredura” em sites da internet, a fim de encontrar bastante conteúdo e curiosidades, e terminava na construção de parágrafos de texto. Depois disso tudo, acrescentamos os conhecimentos próprios, que nós, amantes de futebol, temos sobre o clássico abordado, e reorganizamos os parágrafos do post.

Nas histórias que contamos, procuramos ordenar os fatos de forma cronológica, sempre que possível. Mas, como toda história não é formada apenas de fatos cronológicos, às vezes fugimos disso. Quando, por exemplo, puxamos o entretítulo Estádios, em que falamos sobre os principais palcos onde aconteceram os dérbis.

A linguagem utilizada é característica de jornalismo esportivo: simples, coloquial, mas que carrega credibilidade. Para não deixarmos mais satisfeitos apenas um lado da moeda, procuramos sempre que fizemos alusão a uma grande conquista de um clube, fazer o mesmo com o seu rival. Notamos que leves provocações são uma maneira de instigar o leitor. E tomamos cuidado para que essas opiniões sejam feitas de ambos os lados e para ambos os lados.

Julgamos que é importante realizar uma padronização visual dos posts. Toda postagem que conta a história de um clássico é esquematizada da seguinte maneira: escudos

dos dois clubes no canto superior esquerdo; primeira fotografia alinhada à direita, segunda fotografia alinhada à esquerda, terceira fotografia alinhada à direita, e assim sucessivamente; e imagem centralizada, de “fora a fora”, que contém estatísticas, números e curiosidades do dérbi. Vale dizer que adotamos um padrão no qual todas as fotografias devem conter legendas produzidas pela equipe do blog.

A escolha dos gadgets também foi feita sempre pensando em facilitar a navegação, além de oferecer recursos extras para os usuários do blog. Temos as últimas postagens do nosso perfil no twitter (@arquirrivaais); uma caixa de busca interna, busca do conteúdo do blog; uma nuvem com os marcadores das postagens, denominada “Direto ao Assunto”; um link para oferecer feed; além dos gadgets mais comuns, como o “Visite Também”, com links de outros blogs, sejam eles de assunto relacionado ou parceiros; o de seguidores e o arquivo. Vale dizer que, no gadget em que mencionamos os nomes dos membros equipe, optamos por linkar o perfil pessoal de cada um no Twitter.

Também optamos por organizar o blog em páginas, nas quais o leitor pode contactar a nossa equipe, saber o propósito do blog, ou acessar de maneira mais fácil e agradável qualquer história de qualquer clássico que for do seu interesse (desde que tenhamos publicado, obviamente).

Ao terminarmos um post, entramos no processo de divulgação do mesmo. Além de lançarmos a notícia no twitter do nosso blog, pedimos RTs de twitters ligados aos clubes envolvidos na postagem; lançamos o link do post no nosso perfil do Orkut, mandamos scraps para os nossos amigos, avisando sobre a nova postagem e, por fim, procuramos comunidades relacionadas ao clássico e aos clubes envolvidos nele. As restrições impostas por moderadores de tais comunidades são empecilhos na divulgação do blog. Como, em geral, é proibida a promoção de sites externos, nossas postagens ficam apenas alguns minutos nas comunidades. Também usamos a Wikipédia para a divulgação do blog, colocando um link no final do verbete relativo ao clássico tratado.

6. CONSIDERAÇÕES

O Blog Arquirrivaais tem, relativamente, um bom número de acessos. O ápice foi quando os jornalistas esportivos Lédio Carmona, do canal por assinatura SporTV, e Mauro Beting, da TV Bandeirantes, divulgaram, a nosso pedido, a proposta do blog. Nesse dia,



710 pessoas visitaram o blog. Além disso, algumas se tornaram seguidoras do nosso twitter, outras passaram a assinar o feed do blog, outras, supostamente, o salvou como nos favoritos dos seus navegadores.

A divulgação pela Wikipédia gerou um grande ponto positivo. Geralmente, os leitores que vêm dessa fonte de tráfego costumam permanecer mais tempo no site. Dentre os blogs produzidos para a disciplina de WebJornalismo, o Arquirrivals foi um dos que continuaram fazendo posts após o fim das aulas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

MACHADO, Igor José de Renó. **Futebol, clãs e nação**. Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, 2000. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582000000100006&lng=pt&nrm=iso >. Acesso em: 21 Nov 2010

Dicionário Aurélio Online. Disponível em: <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>> . Acesso em: 20 Nov 2010