



Associação Propagadora Esdeva
Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF
Cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda
Artigo – Projeto de Extensão

NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO ESPORTIVA DO CES/JF: Uma experiência em Extensão

Gilze Bara¹

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Mateus José Guedes Oliveira²

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Vinicius Serra Antunes³

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Comunicação e Mediação

RESUMO

Muitas pessoas que são apaixonadas por esporte procuram na web notícias de seus clubes, atletas e modalidades preferidas. E o jornalismo esportivo é um campo atrativo de trabalho. Pensando nisso, foi criado o Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva (Nucesp) do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), para oferecer informações sobre esportes diversos, em diferentes plataformas comunicacionais, propiciando informações esportivas e treinamento para estudantes dos cursos de Jornalismo e Publicidade do CES/JF. Os materiais produzidos foram postados no blog nucesp.home.blog e repercutidos no Instagram nucespjf. E ambos os suportes foram administrados pelos estudantes. Ao todo, foram feitos mais de 50 materiais, além de programas de rádio transmitidos ao vivo, via *streaming*.

Palavras-chave: Jornalismo esportivo. Cobertura esportiva. Nucesp.

1 INTRODUÇÃO

¹ Docente dos Cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF) e responsável pelo Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF. E-mail: gilzebara@cesjf.br

² Estudante do Curso de Jornalismo do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF) e bolsista do Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF. E-mail: mateusjgoliveira@gmail.com

³ Estudante do Curso de Jornalismo do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF) e integrante do Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF. E-mail: serra.vinicius18@gmail.com

O esporte é um dos assuntos que mais atrai a atenção das pessoas. Quer seja pela emoção, quer seja pela paixão por uma modalidade, um atleta, um clube ou mesmo uma seleção, pessoas de todos os lugares do planeta gostam de saber o que acontece no mundo dos esportes. E muitas delas buscam notícias na web, devido à facilidade de acesso e ao imediatismo.

Pensando nisso e na relevância do jornalismo esportivo, foi criado, como Projeto de Extensão do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), o Núcleo de Comunicação Esportiva (Nucesp). O objetivo foi promover uma ampla cobertura esportiva sobre modalidades diversas, em todas as plataformas de comunicação. Além de promover e disponibilizar as informações na web, em um blog específico, a criação do Nucesp deu a oportunidade de treinamento para estudantes dos cursos de Jornalismo e Publicidade do CES/JF, que praticaram o jornalismo esportivo, inclusive por meio da cobertura de eventos. E que, assim, tiveram suas produções acessadas pelo público em geral, no blog e no Instagram do Nucesp.

Este artigo apresenta os referenciais teóricos que embasaram a realização do Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF, bem como sua metodologia e seus resultados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A chegada do futebol no Brasil e seu posterior crescimento estão intrinsecamente ligados ao desenvolvimento da imprensa esportiva nacional. O responsável por trazer o futebol para o país foi o britânico Charles Miller, que havia estudado e praticado o esporte durante dez anos na Inglaterra. Ribeiro (2007) informa que, Miller se mudou para o Brasil e, quando chegou a São Paulo, estava determinado a continuar a praticar o futebol. Segundo DaMatta (1994), o futebol teria sido para o Brasil o “primeiro professor de democracia e de igualdade”, pelo fato de produzir “ganhadores e perdedores sem subtrair de nenhum disputante o nome, a honra e a vergonha” (DAMATTA, 1994, p. 12). Por ter regras claras e iguais para todos, além de alternância entre vencedores, o futebol tornou-se, segundo o autor, a primeira experiência de igualdade para o brasileiro.

Se o cotidiano nos apresenta poderosos e impotentes que jamais trocam de lugar, o futebol nos apresenta um espetáculo no qual vencedores e perdedores se alternam sistematicamente. Aprende-se, pois, que a alternância na glória é a glória da alternância – base da igualdade e da justiça modernas. (DAMATTA, 1994, p. 17)

Além de promover essa experiência de igualdade, o futebol contribui para a formação da identidade individual e coletiva.

De fato, essa relação entre povo e futebol tem sido tão profunda e produtiva que muitos brasileiros se esquecem de que o futebol foi inventado na Inglaterra e pensam que ele é, como a mulata, o samba, a feijoada e a saudade, um produto brasileiro. Tal ousadia em mudar uma história recente e bem documentada apenas indica o quanto o “futebol” mobiliza e apaixona as massas. Provavelmente, conforme muitos têm acentuado, porque é uma atividade que indubitavelmente promove sentimentos básicos de identidade individual e coletiva entre nós. (DAMATTA, 1994, p.12)

DaMatta (1994) entende que o esporte e a cultura seriam pausas na realidade do brasileiro, que sempre enfrentou pesadas rotinas de trabalho. Gastaldo (2002), por sua vez, comenta que o fortalecimento do futebol como marca cultural brasileira deu-se com a conquista da primeira Copa do Mundo, em 1958, na Suécia. Com a vitória, criou-se, por parte do povo, uma identidade única, um jeito brasileiro – e diferente de todos – de se jogar futebol. O futebol se transformou em paixão nacional. Mas não só o futebol tem espaço no coração do brasileiro, que é, de maneira geral, admirador de todos os esportes. E os esportes precisam ser noticiados. Aí entra o jornalismo esportivo.

2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS RELACIONADOS AO JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo surgiu em 1852, em Londres, quando foi lançado o primeiro diário esportivo, o **Sportsman**. De lá para cá, segundo Von Groll (2013), vários outros diários foram surgindo. Em 1856 e 1857, na Espanha, começou a circular uma revista quinzenal, chamada **El Cazador**, que teve sua publicação direcionada aos esportes de caça.

Na Itália, um dos mais famosos jornais do mundo, o **La Gazzetta dello Sport**, foi lançado três dias antes dos primeiros Jogos Olímpicos da Era Moderna, em Atenas (Grécia). O jornal, segundo Tubino *et al* (2007), é o impresso mais antigo do mundo, superando cem anos de existência. Outro famoso diário esportivo, o **El Mundo**

Deportivo, surgiu em Barcelona (Espanha). Ele se destacou por noticiar vários esportes, como atletismo, automobilismo, ciclismo, ginástica, entre outros.

Na América do Sul, somente na década de 1920 começaram a ser observados os noticiários voltados ao futebol em especial. No Brasil, uma das revistas mais importantes sobre esporte é a **Placar**. A primeira edição da revista foi publicada em 20 de março de 1970 e, em sua primeira fase, ao longo dos anos 1970 e 1980, teve periodicidade semanal, permanecendo assim até agosto de 1990. **Placar** foi lançada pouco antes da Copa do Mundo de 1970, para preencher a lacuna de uma publicação nacional sobre o esporte (LITERATURA NA ARQUIBANCADA, 2013).

Esforços para alcançar novos públicos foram feitos, como em 1984, quando a **Revista Placar** passou a abrir um espaço maior para outros esportes, além do futebol. A experiência durou de abril a novembro daquele ano, quando os outros esportes, assim como o slogan "Todos os esportes", saíram da capa, passando a receber menor atenção dentro da publicação. A exceção foi a Fórmula 1, que manteve a cobertura característica ao longo dos anos. No final de 1986, foi lançada **Grid**, derivada de **Placar** e dedicada ao automobilismo, que continha, inclusive, a retrospectiva da temporada daquele ano (LITERATURA NA ARQUIBANCADA, 2013).

Placar circulou semanalmente até 1990, quando passou a ser mensal. Ainda houve uma tentativa de voltar a ser semanal, de abril de 2001 até fevereiro de 2002, mas que não deu certo. Hoje, a **Placar** sobrevive com uma edição mensal, com reportagens voltadas a comportamento e menos factuais, pelo fato de ter periodicidade mensal. Ela também mantém edições especiais, chamadas de guias (Guia de Brasileirão, Guia da Libertadores, Guia da Copa do Mundo). Mesmo depois da decadência, a revista continua sendo referência no jornalismo esportivo (LITERATURA NA ARQUIBANCADA, 2013).

Mas, antes da **Placar**, existia um outro diário no país. De acordo com Unzelte (2009), a **Gazeta Esportiva** começou a circular em 1928 e até 1947 era considerado um tabloide. Depois de 1947, o jornal passou a ser diário. Em 2001, a **Gazeta Esportiva** deixou de ser impressa e se transformou em *site*. Em contrapartida, em 1997 surgiu o diário **Lance!**, que atualmente é um dos principais – se não o principal – jornal impresso esportivo do Brasil.

O jornalismo esportivo é desenvolvido em todas as plataformas de comunicação: impresso, rádio, televisão e web. E tem características próprias em cada uma dessas plataformas. Neste artigo, vamos nos ater ao jornalismo esportivo

na web, no áudio (rádio) e no audiovisual (televisão), que foram os meios utilizados no Projeto de Extensão “Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF”.

2.2 JORNALISMO ESPORTIVO NA WEB

A Internet começou a chegar ao Brasil na década de 1990. Unzelte (2009) conta que, na virada do século, muitos jornalistas esportivos trocaram as redações onde trabalhavam há anos (como foi o caso da **Gazeta Esportiva**) por portais dessa nova ferramenta de comunicação.

Hoje, todos os jornais impressos, emissoras televisivas e radiofônicas têm conteúdo na web. O **globoesporte.com** pode ser considerado o maior portal esportivo nacional. Criado em 2003, conta com redações em várias capitais do Brasil e também em cidades do interior. Um dos pontos fortes do site é a transmissão, em tempo real, de diversos eventos esportivos, com foco no futebol. Mas, além dos portais, com o avanço das redes sociais, os veículos esportivos passaram a ter muitas páginas e blogs, entre outras ferramentas, no Facebook, no Instagram e no Twitter, fazendo com que, em várias situações, os leitores procurem mais as redes sociais do que os próprios *sites* especializados das grandes empresas.

A web mudou a forma de acesso das pessoas à informação: “Não podemos deixar de assumir que a Internet proporcionou um acesso à informação de maneira única” (FERRARI, 2010, p. 79). Igualmente, a comunicação em rede transformou os jornalistas, com a necessidade da informação cada vez mais imediata, inclusive na editoria de esportes. Coelho (2011) critica o fato de que a velocidade com que se colocam as notícias online no ar seja priorizada em relação à precisão dos fatos, com uma apuração cuidadosa e bem feita. Para Unzelte (2009), no esporte isso é ainda mais gritante.

Unzelte (2009) comenta ainda que muitos sites esportivos estão enriquecendo seu conteúdo, investindo, por exemplo, na produção de reportagens especiais. Isso vai ao encontro do que afirma Ferrari (2010, p. 39): “Conteúdo tornou-se a palavra da moda nos tempos da proliferação de sites. E não foi à toa: é em busca de conteúdo – mais até mesmo do que de serviços – que as pessoas acessam a maioria dos sites.”

2.3 JORNALISMO ESPORTIVO NO RÁDIO

O jornalismo esportivo radiofônico é dividido em notícias, programas e transmissões de competições. As notícias esportivas podem ser dadas em radiojornais e em programas que integram a grade das emissoras, sempre respeitando as regras de linguagem que o meio exige. Os programas esportivos podem ter vários formatos, com comentários, opiniões e entrevistas, por exemplo, E as transmissões de jogos, chamadas de jornada esportiva, são sempre um trabalho em equipe, com vários profissionais atuando em conjunto.

A jornada esportiva é composta pelo pré-jogo (com informações preliminares sobre a competição, o jogo, as equipes envolvidas, os atletas e os treinadores), pelo jogo (a transmissão da partida propriamente dita, incluindo o intervalo e os dois tempos) e pelo pós-jogo (com análises dos gols e da rodada da competição, além de informações sobre a classificação do torneio e a projeção dos próximos confrontos). Os profissionais que falam na transmissão são o narrador, os repórteres de campo, o comentarista e o plantonista – ou plantão (COELHO, 2011).

O narrador conduz a transmissão, descrevendo as jogadas em detalhes para criar imagens mentais nos ouvintes. Segundo Guerra, uma das principais marcas da narração de futebol no rádio é a emoção.

É justamente em cima deste clima de emoção, de tensão, de paixão, que a narrativa radiofônica se apropria e retém o ouvinte. Na fala do narrador está a garantia de que o espetáculo é sempre bom e que tudo pode acontecer. O rádio trabalha com o imaginário e o locutor será melhor e mais prestigiado à medida que for capaz de transmitir, e mais, inventar o jogo. (GUERRA, 2012, p. 42)

Unzelte (2009) destaca que a função do narrador é a que exige mais preparo técnico:

Para essa primeira função, sim, é preciso se preocupar com a voz e, mais do que isso, com o ritmo da narração. É das três a que exige maior preparo técnico, além de certa dose de talento inato para a coisa. Para exercê-la, no entanto, nem seria preciso ser jornalista formado. (UNZELTE, 2009, p. 80).

A função mais jornalística dentro de uma transmissão esportiva é exercida pelos repórteres de campo. Posicionados próximo às traves de cada lado do gramado, eles dão detalhes das jogadas e da movimentação nos bancos de reserva.

O repórter de campo é a função, de fato, mais jornalística. Do jogo de cintura para se colocar um craque no ar, ao vivo, durante uma transmissão, até o rol de perguntas que é preciso elencar ao longo de uma entrevista, tudo nessa atividade lembra o fazer jornalístico de qualquer outro veículo ou editoria. (UNZELTE, 2009, p. 80).

O comentarista, por sua vez, tem a função de analisar taticamente a partida. Unzelte (2009) comenta que, para ser comentarista, é preciso ter maior conhecimento sobre como é o futebol dentro das quatro linhas. E o plantonista ou plantão é “aquele cara que, no meio do jogo, interrompe o locutor para anunciar um gol em algum lugar e que ao final da jornada esportiva volta para dar o placar de todos os jogos do dia” (UNZELTE, 2009, p. 80). Com a facilidade de acesso às informações, algumas emissoras não contam mais, hoje em dia, com os plantonistas, que tiveram suas funções repassadas à equipe de produção e ao narrador.

2.4 JORNALISMO ESPORTIVO NA TELEVISÃO

A televisão conta com um atrativo diferenciado: a imagem. Por meio da imagem, a TV mostra ao público tudo o que acontece em uma competição esportiva. E faz isso com riqueza de detalhes, sobretudo com a utilização de recursos tecnológicos, como câmera lenta, closes e tira-teimas. Daí o encantamento dos amantes do esporte com as transmissões televisivas.

Quatro canais esportivos televisivos se destacam no Brasil atualmente: **SporTV**, **ESPN**, **FoxSports** e **BandSports**. O **SporTV**, do Grupo Globo, surgiu em 1991 e, na época, tinha o nome de **Top Líder**. Pode ser considerado o maior canal esportivo do país e detém os direitos de transmissão de mais de dois mil eventos esportivos. São tantas competições, que fizeram com que canais secundários fossem criados. O **SporTV 2** foi lançado em 2004, e o **SporTV 3** em 2011. Em 2017, o **SporTV** começou a transmitir somente futebol, deixando os demais esportes para os outros dois canais do grupo (UNZELTE, 2009).

A **ESPN Brasil** foi criada em 1995. O canal, que é de origem norte-americana, teve no Brasil a sua primeira filial, que, no caso, foi criada em 1995, como já especificado (UNZELTE, 2009). A **ESPN Brasil** também conta com canais secundários, como a **ESPN**, a **ESPN+** e a **ESPN 2**. O foco da emissora, nos dias de hoje, inclui campeonatos internacionais de futebol, com destaque maior para a

Premier League, o campeonato inglês. Outro ponto forte do canal é a transmissão de esportes norte-americanos, como basquete (NBA), futebol americano (NFL) e beisebol (MLS).

A **FoxSports** é a mais nova das quatro emissoras. Criada em 2012 com foco no maior torneio de futebol da América do Sul, a Copa Libertadores da América, a **FoxSports** também transmite campeonatos europeus, como a Bundesliga (campeonato alemão), a Europa League e o campeonato espanhol. Em 2014 e 2018, a emissora transmitiu a Copa do Mundo de futebol. Como ocorre no **SporTV** e na **ESPN**, a **FoxSports** também tem um canal secundário, a **FoxSports 2**.

A **BandSports** pertence ao Grupo Bandeirantes e foi criada em 2002, com o objetivo de ser diferente dos demais canais esportivos (UNZELTE, 2009). Para isso, dedica-se à transmissão de diversas modalidades. Seu slogan inicial era “O canal de todos os esportes”. O foco da **BandSports** é futebol, golfe, tênis, vôlei, esportes radicais e esportes a motor.

2.5 O JORNALISTA ESPORTIVO

No esporte, assim como nas demais áreas, a reportagem tem papel fundamental. Segundo Barbeiro e Rangel (2006, p. 19), “a reportagem é a alma, a essência do Jornalismo”. Assim, uma boa reportagem depende de um bom repórter. No século XXI, o repórter qualificado é aquele que sabe usar as tecnologias a seu favor:

Atualmente, o repórter esportivo chega hoje às redações mais preparado do que ocorria há 10, 15 anos. O perfil atual é de um profissional que fala no mínimo um idioma estrangeiro fluentemente e domina com facilidade importantes ferramentas de trabalho, como o e-mail, processadores de texto, *laptop*, câmeras digitais etc. Este novo jornalista também exibe um conhecimento mais amplo de todas as modalidades esportivas e tem em geral menos resistência a fazer matérias tanto de futebol quanto dos chamados esportes olímpicos. (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 20).

Barbeiro e Rangel (2006) afirmam que a pauta é o início de uma boa reportagem e acreditam que os diferenciais competitivo e qualitativo na programação esportiva vêm da construção bem feita de uma pauta, que resulta em reportagens mais elaboradas. O repórter esportivo deve ficar atento ao texto. Um material produzido que consiga incitar o prazer do leitor de acompanhar a matéria até o final,

parte deste princípio: a qualidade do texto. De acordo com Barbeiro e Rangel (2006), a criatividade é o que vai poder trazer um destaque ao repórter. O clubismo e a paixão devem ficar de lado nesse momento. A sensibilidade para a percepção dos fatos também pode ser um diferencial.

É muito difícil um redator produzir um texto criativo, contar uma história diferente sem ter presenciado, em carne e osso, o evento esportivo. A participação do repórter no local do fato é, no jornalismo esportivo, um elo entre o público e o evento. As entrevistas feitas no local facilitam a fase de coleta de dados. (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 51)

Coelho (2011) alerta que a emoção e a paixão pelo clube movem o torcedor que gosta tanto de acompanhar o esporte. Esse é o ponto de partida para alguns que buscam a profissão de jornalista. Esse amor pelo esporte acaba se transformando em um amor pelo jornalismo também. No entanto, não é uma regra: a paixão não é imprescindível para se fazer um conteúdo de qualidade.

A noções técnicas da profissão dão aval a quem quiser trabalhar em qualquer área. É preciso mais esforço, investir na cultura sobre o assunto, que não é tão fácil quanto parece. É preciso ter cuidado jornalístico redobrado. Mas os princípios da profissão valem tanto para quem tem, quanto para quem não tem paixão pelo jornalismo. (COELHO, 2011, p. 45)

A linguagem no jornalismo esportivo depende muito do veículo em que se está trabalhando. No entanto, há um caminho comum entre eles: o esporte ganhou espaço nos anos 1950, com a popularização de crônicas esportivas, que trazem pontos de vista específicos e, muitas vezes, emocionados, de quem escreve. Mas, em 1990, houve uma mudança, com a descrição superando a emoção. Assim, o jornalismo esportivo passou a reportar o esporte exclusivamente com informação, de maneira fria. Barbeiro e Rangel (2006, p. 55) defendem que “o ideal é que se tenha um equilíbrio dessas duas vertentes: emoção e descrição dos fatos. O esporte não vive sem emoção.”

Conforme se passam os anos, as tecnologias vão evoluindo e se tornando mais acessíveis. Dentro do jornalismo esportivo, a tecnologia interfere diretamente na forma em que são produzidas as reportagens. Por exemplo, em 1970, as TVs transmitiram a primeira partida de futebol ao vivo, na Copa do Mundo do México. Hoje, a velocidade com que é possível apurar ou receber uma informação deixou o jornalismo mais dinâmico, porém mais sujeito a erros. O Whatsapp passou a ser um instrumento de

trabalho. Para Barbeiro e Rangel (2006, p. 98), “a tecnologia deve andar de mãos dadas com a informação.”

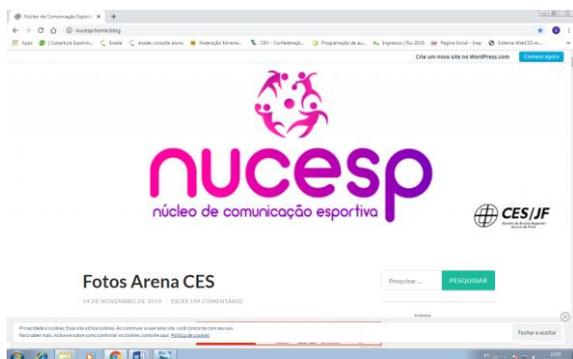
3 METODOLOGIA

O Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF reuniu alunas e alunos dos cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, sob supervisão da professora Gilze Bara e apoio do professor Gustavo Burla. Para a realização do Projeto, inicialmente foi criada a logomarca do Núcleo, em parceria com a disciplina Direção de Arte, do quinto período de Publicidade, sob supervisão do professor Frederico Simão. Após análise de várias possibilidades apresentadas pelos estudantes, a logomarca escolhida foi:



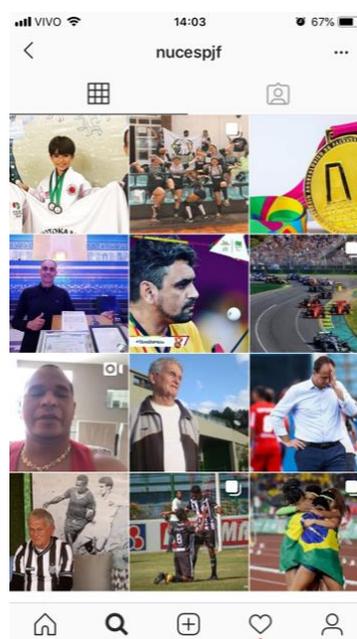
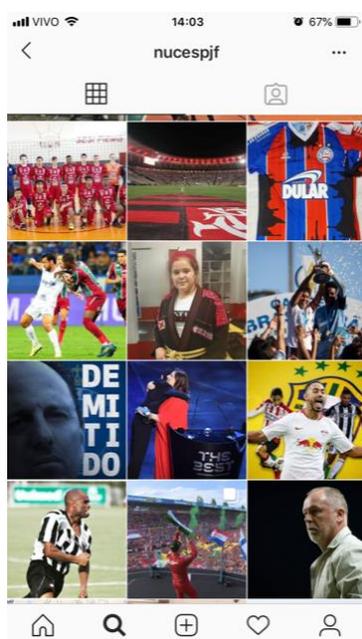
Figura 1: Logomarca do Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF

Tão logo a logomarca foi definida, foram criados o blog nucesp.home.blog, onde, posteriormente, foram postados todos os materiais, de todas as plataformas, que foram produzidos para o Núcleo, e o Instagram [nucespjf](https://www.instagram.com/nucespjf/), onde a maioria desses materiais foi repercutida:



Figuras 2 e 3: *Prints* da primeira página do blog e da primeira publicação no Instagram do Nucesp

Em seguida, foi iniciada a produção de materiais para o Núcleo. Antes de ser divulgado, todo o conteúdo feito pelos estudantes foi corrigido e avaliado pela professora responsável pelo Projeto de Extensão. Até a redação deste artigo, haviam sido feitos 50 materiais, em diferentes plataformas, sobre esportes diversos.



Figuras 4 e 5: *Prints* de algumas das matérias do Nucesp, divulgadas no *feed* do Instagram

Os estudantes integrantes do Nucesp representaram o Núcleo em eventos esportivos, fizeram cobertura dos Jogos Universitários Femininos de Juiz de Fora (Jufem) e do Arena CES/Sábado Esportivo dos cursos de Comunicação do CES/JF.



Figura 6: Estudantes integrantes do Nucesp em jogo do Tupi no Estádio Municipal de Juiz de Fora



Figura 7: Cobertura do Jufem



Figura 8: Cobertura do Arena CES

Além disso, os membros do Nucesp também produziram programas de rádio no Laboratório de Rádio dos cursos de Comunicação do CES/JF, inclusive com transmissão ao vivo, via *streaming*⁴, em redes sociais.



Figura 9: Programa de rádio do Nucesp, com transmissão ao vivo, via *streaming*

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No período de realização do Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF, foram postadas no blog nucesp.home.blog 50 matérias esportivas, entre notícias, crônicas, reportagens em texto, áudio e audiovisual, além de coberturas fotográficas. A maioria das portagens foi repercutida no Instagram do projeto, tanto no *feed*, quanto nos *stories* – e também nas redes sociais dos integrantes do Nucesp.

A efetivação do Núcleo de Comunicação Esportiva proporcionou a promoção de treinamento para os alunos participantes do Projeto de Extensão, tanto em relação à cobertura de eventos, quanto à produção de conteúdos multiplataformas relativos ao esporte. Além disso, apresentou possibilidades futuras de trabalho/atuação para os estudantes do CES/JF, a partir do contato com o Projeto. Os materiais jornalísticos veiculados promoveram a informação para diversas pessoas que acessarem o blog e as redes sociais do Nucesp. Com isso, o Núcleo de Comunicação Esportiva contribuiu para a informação de uma parcela da sociedade, bem como para a divulgação dos

⁴ “*Streaming* é uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas.” Fonte: <https://www.significados.com.br/streaming/> Acesso em 23/11/2019.

curso de Jornalismo e Publicidade do CES/JF e da marca CES/JF como instituição promotora de informação, incentivando nossos alunos e potenciais alunos.

Como produção científica advinda do Projeto de Extensão, foi produzido este artigo. O Nucesp também participou do V Seminário de Extensão e Pesquisa 2019 do CES/JF, realizado de 04 a 06 de novembro de 2019, por meio de um pôster exposto no campus Academia no dia 04 e no campus Arnaldo Janssen no dia 06.

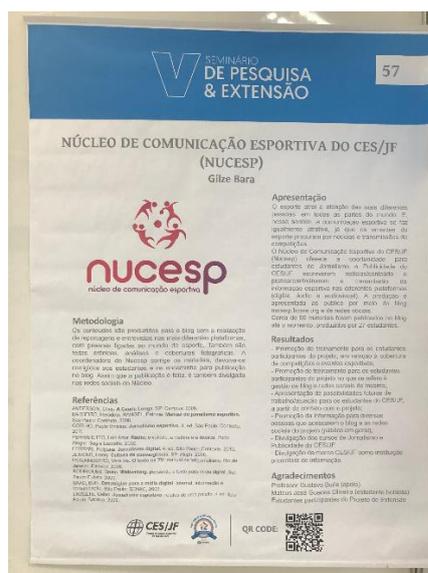


Figura 10: Pôster do Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva no V Seminário de Extensão e Pesquisa do CES/JF

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Projeto de Extensão Núcleo de Comunicação Esportiva do CES/JF cumpriu seus objetivos. Ele propiciou treinamento para nossos alunos, tanto em relação à produção de conteúdo para o blog e para as redes sociais, quanto à cobertura de eventos esportivos e à gestão das mídias sociais do Núcleo.

Além disso, este Projeto de Extensão ofereceu a oportunidade para alunos e alunas de Jornalismo e Publicidade do CES-JF experimentarem uma possibilidade de trabalho futuro, relacionada à comunicação esportiva. Também levou a produção dos nossos estudantes ao público em geral, estendendo os benefícios do Projeto à comunidade como um todo, uma vez que o blog e as redes sociais serviram como canal de informação para pessoas de qualquer parte do mundo.

ABSTRACT

Many sports enthusiasts search the web for news of their favorite clubs, athletes, and sports. And sport journalism is an attractive field of work. With this in mind, the Sports Communication Core Extension Project (Nucesp) of the Juiz de Fora Higher Education Center (CES / JF) was created to provide information on various sports on different communication platforms, providing sports information and training for students of CES / JF Journalism and Advertising courses. The materials produced were posted on the nucesp.home.blog blog and reflected on Instagram nucespjf. And both supports were administered by the students. Overall, more than 50 materials were made, along with radio programs broadcast live via streaming.

Key-words: Key-words: Sport journalism. Sports Coverage. “Nucesp”.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. 2 ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

DAMATTA, Roberto. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. In: **Revista USP**, n. 22. São Paulo: USP, 1994.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2010.

GASTALDO, Édison. **Pátria, chuteiras e propaganda**: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: Unisinos, 2002.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração**: a imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Juiz de Fora: Juizforana, 2012.

LITERATURA NA ARQUIBANCADA [blog]. Disponível em <http://www.literaturanaarquibancada.com/> Acesso em 20/11/2019.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo**: histórias da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Terceiro nome, 2007.

TUBINO, Manoel José Gomes; TUBINO, Fábio Mazon; GARRIDO, Fernando Antonio Cardoso. **Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte**. São Paulo: Senac, 2007.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo: relatos de uma paixão**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

VON GROLL, Marcus. **O jornalismo esportivo no Brasil e no mundo**. Monografia de conclusão de curso de Jornalismo. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo (RS), 2013.