

Fortaleza em Ruínas¹

Messias Vasconcelos BORGES²

Samuel Quintela Soares MARTINS³

Rafael Rodrigues da COSTA⁴

Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE

RESUMO

"Fortaleza em Ruínas" retrata a eliminação do Fortaleza Esporte Clube na Série C do Campeonato Brasileiro de Futebol em 2014, discutindo o presente e projetando o futuro de uma das principais equipes cearenses em um dos momentos mais delicados da sua história quase centenária. A reportagem especial multimídia, veiculada em um site, aprofunda uma temática relevante para a população do Estado, principalmente para os fãs do futebol e do time, e coloca em prática os ensinamentos de apuração e de webjornalismo, como multimídia e personalização, proporcionados pela disciplina de Jornalismo na Internet.

PALAVRAS-CHAVE: futebol; Fortaleza; torcida; webjornalismo; multimídia.

1 INTRODUÇÃO

“Fortaleza em Ruínas” é um especial multimídia que tem como mote o momento decisivo do Fortaleza Esporte Clube na Série C do Campeonato Brasileiro de Futebol de 2014. O jogo contra o Macaé, equipe do Rio de Janeiro, na Arena Castelão, no dia 25 de outubro de 2014, poderia representar o acesso do Fortaleza à Série B, a segunda divisão do futebol nacional.

O empate em 1 a 1, entretanto, estendeu o drama do clube cearense e o sofrimento da torcida tricolor por, pelo menos, mais um ano, o sexto seguido na terceira divisão.

O Fortaleza Esporte Clube foi fundado em 18 de outubro de 1918 e, nesses 96 anos, conquistou o Campeonato Cearense em 40 oportunidades e chegou à final da Taça Brasil - semelhante à atual Copa do Brasil - por duas vezes, sendo derrotado pela Sociedade Esportiva Palmeiras, em 1960, e pelo Botafogo de Futebol e Regatas, em 1968. Esse histórico torna o Tricolor do Pici, como é chamado, um dos clubes de futebol mais tradicionais da cidade de Fortaleza, do estado do Ceará, da região Nordeste e mesmo do Brasil.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Website - avulso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: messiasb20@gmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: quintela000@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: rafaelrg@gmail.com.

Apesar do peso histórico e de ter estado na elite do futebol brasileiro em três anos nos últimos 15, o Fortaleza amarga a terceira divisão pelo sexto ano seguido, período que diminuiu o potencial do clube financeiramente (afinal, as cotas distribuídas pela Confederação Brasileira de Futebol e pela TV, pelo direito de transmissão das partidas, são inferiores e a presença da torcida nos estádios cai com a má fase) e atrofiou suas forças diante das outras equipes.

Contra o arquirrival local, o Ceará Sporting Club, por exemplo, o Tricolor passou 13 jogos sem vencer, durante esse período, piorando a moral da torcida apaixonada pelo Leão - animal que é o mascote do clube. E, nos cinco anos em que esteve na Série C, perdeu os quatro últimos títulos do Campeonato Cearense (voltando a ganhar apenas em 2015, após o acontecimento que originou a reportagem jornalística multimídia para web).

O futebol é um importante segmento e entretenimento da sociedade brasileira, que tem o esporte como o predileto e o qual grande parte das 200 milhões de pessoas, formada pelos distintos perfis, investe a atenção e o dinheiro direto ou indiretamente, mantendo a força da “indústria do futebol” e os empregos associados a essa prática esportiva no País.

2 OBJETIVO

Esse especial tem o objetivo geral de fomentar a discussão sobre a fase do clube Fortaleza, como encontrar e indicar possíveis causas para o declínio e especular as consequências da permanência da equipe na terceira divisão do futebol brasileiro, abordando a relação time-torcida, a importância que as equipes de futebol têm para os seus torcedores, considerando esses os principais agentes do esporte.

Esse objetivo principal do trabalho é traçado a partir da campanha do Fortaleza na Série C de 2014 e, mais especificamente, através da partida decisiva contra o Macaé, tidos como pontos cruciais na história e no momento do clube, pois, como um divisor de águas, esse campeonato e esse jogo poderiam representar a volta à Série B e o reerguimento de uma instituição ou a manutenção na terceira divisão e o prolongamento do sofrimento de milhares de torcedores.

Mais especificamente, o especial procurou, utilizando-se de diversos recursos multimídia em um hot site para Internet: elucidar essa importância que envolvia competição e partida; mostrar a ansiedade de pessoas apaixonadas pelo clube antes de tal jogo; apresentar todo o

clima do estádio no momento em que a bola rolou para Fortaleza x Macaé e o que aconteceu; esmiuçar a trajetória da equipe cearense; procurar causas para a frustração e projetar o futuro do time.

Conteúdo jornalístico aliado à forma. Os autores de “Fortaleza em Ruínas” também tinham a meta de explorar os conhecimentos em jornalismo multimídia, apreendidos na disciplina de Jornalismo na Internet, ao se utilizarem de texto, fotos, vídeos e infográfico para construir a reportagem especial.

3 JUSTIFICATIVA

Retratar esse tema tem relevância pela história quase centenária do Fortaleza Esporte Clube e pela importância que o clube de futebol assume na vida dos torcedores brasileiros. Os bons e os maus momentos das equipes repercutem diretamente nos seus fãs, como aconteceu com o Fortaleza e com os seus torcedores.

Além da relação com a torcida, a reputação do clube também fica abalada com a fase delicada, no caso do Fortaleza uma das piores da sua história. Diante disto, faz-se necessário a cobertura jornalística deste evento, entendendo os critérios de noticiabilidade, ou os valores/notícia, intrínsecos a este fato.

“Na seleção dos acontecimentos a transformar em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, 'em pacotes': são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que 'recomendam' a seleção de um facto” (WOLF, 2003, p. 195 e 196).

Considerando os valores/notícia apontados por Wolf em Teorias da Comunicação (2003), o fato noticiado em “Fortaleza em Ruínas” contém os seguintes critérios:

1. Importância, devido a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve, principalmente os torcedores, mas também os agentes mais diretos, como jogadores e outras pessoas do clube;
2. Interesse, pela curiosidade que desperta nos espectadores a partir do desdobramento e da repercussão de um fato, utilizando-se de diversas mídias e recursos para enriquecer e aprofundar a reportagem;
3. Disponibilidade e viabilidade, porque as ferramentas utilizadas no trabalho foram acessíveis para os autores, como também foi o próprio fato e os desdobramentos,

que aconteceram em um espaço físico próximo, na mesma cidade, no caso Fortaleza, no estado do Ceará;

4. Atualidade, pois o site foi lançado cerca de um mês após o acontecimento (datado de 25 de outubro de 2014), mas não caiu no “tabu da repetição” a que Wolf (2003, p. 207) se refere: “se uma notícia proposta é classificada como repetitiva ou semelhante a outras, não é considerada suficientemente noticiável”. Pelo contrário, o especial traz os antecedentes do acontecimento e projeta as consequências, antecipando-se a desdobramentos do fato.
5. Qualidade e as suas ramificações (ação, ritmo, carácter exaustivo, clareza da linguagem e equilíbrio), que a reportagem tentou adquirir com a profundidade da reportagem especial e do aspecto multimídia, que proporciona diferentes abordagens e narrativas.
6. Identificação, uma das categorias dos critérios relativos ao público citadas por Gans (1979 apud WOLF, 2003, p. 212), pois o público-alvo principal atingido pelo especial é o torcedor da equipe de futebol Fortaleza Esporte Clube, que compartilha com os sentimentos e com as emoções dos personagens do material.

“Os valores/notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído” (GOLDING, ELLIOTT, 1979, p. 114 apud WOLF, 2003, p. 196).

O conteúdo (essencialmente o futebol) se adequa ao meio, a Internet, pois origina boas imagens, explorando as emoções intrínsecas ao momento e as cores de um estádio lotado tanto em fotografias como em vídeos, além de também permitir o uso de outros meios, como o texto e o infográfico, compondo uma reportagem multimídia e convergente.

Para Ramón Salaverría e Samuel Negrodo (2008, p. 106), a convergência se materializa, na atualidade, pela complementaridade entre os meios para a produção de conteúdos a partir das características mais fortes que cada uma das mídias envolvidas carrega.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O produto, um hot site criado na rede mundial de computadores, a Internet, a partir da plataforma *Wix* (hospedado com o link <http://fortalezaemruinas.wix.com/especial>), se

utilizou de princípios básicos e características da terceira geração do webjornalismo, segundo Palacios (2003).

A multimídia e a convergência dos meios são das características mais exploradas e marcantes em “Fortaleza em Ruínas”. “Refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes” (PALACIOS, 2003, p. 18).

O discurso sobre jornalismo multimídia é ratificado por Salaverría (2001):

“(…) a mensagem multimídia deve ser um produto polifônico no qual se conjuguem conteúdos expressados em diversos códigos. E mais que isso, deve ser unitário. A mensagem multimídia não se alcança mediante mera justaposição de códigos textuais e audiovisuais, mas através de uma integração harmônica desses códigos em uma mensagem unitária”.

Outra possibilidade do jornalismo, potencializada pela Internet, é a customização do conteúdo, ou personalização, intrínseco a uma reportagem especial que tem o futebol como assunto mais amplo e aborda a história e um acontecimento com uma equipe profissional, considerando, inevitavelmente, como público-alvo, em primeiro plano, o torcedor deste clube e, em segundo plano, os fãs e curiosos do futebol cearense, âmbito em que está inserido.

Diakopoulos (2012) aponta que a personalização de conteúdo, isto é, estar centrado no usuário e ser sensível à criação de valor (ou identificação), é uma das capacidades que mais deve ser explorada pelo webjornalismo. Os *hot sites*, como “Fortaleza em Ruínas”, são geralmente utilizados para esse material customizado, pois oferecem “n” alternativas de layout, tipografia, multimídia e composição (arquitetura da informação).

O trabalho faz a cobertura e fomenta a discussão de um momento importante na história do Fortaleza Esporte Clube, do futebol cearense e do esporte, podendo vir a servir de registro histórico e memória, mais uma propriedade do jornalismo, que também foi atualizada a partir do desenvolvimento das Novas Tecnologias da Comunicação.

“Importa igualmente assinalar que os arquivos jornalísticos constituem, desde há muito, fonte da maior relevância para a recuperação da Memória Histórica de nossas sociedades. No entanto, também quanto a este ponto, a digitalização da informação e a constituição das Redes de produção

jornalística introduzem mudanças qualitativas que criam um panorama novo a nível da constituição e resgate da Memória Social” (PALACIOS, 2003, p. 27).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A pauta da reportagem foi idealizada também a partir da pré-disposição de gosto dos autores pelo jornalismo esportivo, além das causas já mensuradas. Primeiramente, foram definidos os conteúdos que deveriam ser abordados: uma crônica que contasse a história da partida, além de demonstrar o clima e ânimo da torcida durante o confronto; estatísticas que pudessem explicar a campanha do time durante a temporada; depoimentos de torcedores nos dias que antecederam o jogo para que fosse demonstrada a importância do resultado para os fãs; e a opinião dos especialistas, cinco fontes do jornalismo, da torcida e do time do Fortaleza Esporte Clube para que fossem feitas as análises pós-jogo do empate que manteve o Leão do Pici na terceira divisão do futebol brasileiro.

Depois, reuniu-se os números relevantes da campanha do time durante a temporada (aproveitamento de vitórias, número de gols feitos e sofridos, artilheiros do time e do campeonato e saldo de gols) para que fosse desenvolvido o infográfico que seria utilizado no especial dentro do item que levou o nome “Estatísticas”. O elemento da infografia foi utilizado nessa parte por ser útil para responder questões jornalísticas visuais relativas a uma comparação estatística necessária.

Em terceiro lugar, veio a elaboração do *storyboarding*, de extrema importância para a definição da forma de tratamento dos conteúdos que seriam apurados durante o processo de produção e execução do especial. Um dos pontos importantes tratados nesse passo foi a hierarquização dos menus e índices do site. Constatou-se que a parte do pré-jogo (da expectativa dos torcedores sobre o fato em si, o duelo entre Fortaleza e Macaé), viesse antes da própria sessão que leva à página inicial do site.

Considerando esse ponto, definiu-se então outros dois itens do menu – uma sobre o jogo, que deveria conter uma crônica, um vídeo e galerias de imagens que mostrassem a reação da torcida durante a partida (uma vez que o projeto não detinha os direitos de transmissão da competição), e outra que deveria conter a opinião dos especialistas, torcedores ilustres e um profissional envolvido com o clube, que foi intitulada de “Pós-jogo”.

Com as ideias que serviriam como base para o site estabelecidas, a execução das atividades começou pelas entrevistas em vídeo com dois torcedores anônimos – a ideia era exibir as ansiedades e desejos do fãs “comuns” (mas não menos importantes) do clube. Os escolhidos foram um jovem estudante de jornalismo, que almeja um dia ser jornalista esportivo, e um professor de cursinho universitário, mais velho que o primeiro torcedor mencionado. Ambos contaram como sua paixão pelo clube começou, quais tinham sido as maiores decepções e mais impactantes felicidades envolvendo o Fortaleza. As entrevistas duraram cerca de 15 a 20 minutos cada, mas foram selecionados apenas 4 minutos para cada torcedor, compreendendo a agilidade demandada pelo consumidor de conteúdos da web.

A partir das entrevistas com os dois fãs, foi definido como seria a identidade visual das artes de transição e os efeitos sonoros que seria usados em todos os vídeos. A cartela seria azul e, ao fundo, se ouviria o hino do clube.

Após as entrevistas pré-jogo, iniciou-se os preparativos para a cobertura do evento direto da Arena Castelão, mas já sabendo que não seria possível o acesso ao gramado. O autores compraram ingresso e ficaram nas cadeiras, ao lado da torcida. O planejamento era um dos dois cobrir e ficar mais atento ao jogo, para escrever a crônica, enquanto o outro estudante deveria ficar responsável por colher imagens da torcida e as reações mais interessantes do público para a elaboração de um vídeo que acompanhasse o desenrolar do jogo, mas sem necessariamente mostrar lances ou os jogadores.

No entanto, apesar do planejamento, um acontecimento fugiu considerações da dupla e, após o término da partida, parte da torcida do Leão do Pici, revoltada com o empate que manteve o time na Série C, se envolveu em atos de vandalismo, obrigando que os autores se desdobrassem para conseguir registrar todas as imagens necessárias para o especial. Uma das imagens que foram feitas foi de longe a mais importante. A imagem das cadeiras quebradas em uma Arena de Copa do Mundo vazia viria a ser escolhida como plano de fundo da *home page* do site e a servir de inspiração para o nome do pacote multimídia, que definiu tanto a situação do estádio quanto a do time: Fortaleza em Ruínas.

Após o jogo, foram feitas as edições dos vídeos e entrevistas colhidas, usando o programa Sony Vegas Pro 10, mas antes os alunos escolherem e definiram quais seriam os conteúdos que entrariam nas imagens veiculadas.

Terminadas as edições e a elaboração da crônica, começou a seleção das fontes que seriam responsáveis por fazerem a repercussão do resultado, os torcedores Halder Gomes e Ronaldo Salgado, os jornalistas esportivos Jussê Cunha e Tom Barros e o treinador das divisões de base do clube, Jorge Veras. Marcadas as entrevistas, elaborou-se perguntas para que cada um dos entrevistados pudesse tratar, mesmo que centrados num assunto comum a todos, de detalhes particulares, baseadas na experiência que cada um teve ao assistir a partida entre Fortaleza e Macaé e nas suas respectivas trajetórias profissionais. Ao todo foram 5 entrevistas com uma média de 4 minutos e 30 segundos cada, quando editadas, mas foram apuradas cerca de 20 a 30 minutos de sonoras para cada entrevistado, para que fossem selecionadas as falas mais importantes.

Com os vídeos do pós-jogo prontos, chegou a hora de montar o site, na plataforma Wix, sugerida pelo professor orientador da disciplina de Jornalismo na Internet. Como estava definido o plano de fundo do site e a ordem dos menus no cabeçalho do site, faltava apenas escolher a melhor diagramação para cada sessão e ampliar o conteúdo com a descrição do site, o perfil dos autores e o e-mail para contato. Um breve diálogo entre os membros do projeto decidiu que todas essas partes também teriam sessões individuais que ficariam alojadas na parte inferior da página, com o objetivo de que as atenções dos espectadores do site fossem direcionada para o jogo e a repercussão do fato.

A ordem ficou da seguinte forma: no cabeçalho principal, “Pré-jogo”, “Pontapé Inicial” (home page do site), “O Jogo”, “Estatísticas” e “Pós-jogo”. Por ser um especial que se propõe imparcial - apesar de se focar na história e mais especificamente no momento de um único clube de futebol -, as cores da agremiação esportiva não são exaltadas por toda a navegação possível dentro do site, sendo utilizadas apenas no infográfico e nas aspas pinçadas das entrevistas editadas. O fundo branco na maioria das sessões foi selecionado para facilitar a visibilidade e legibilidade do texto, principalmente nas sessões com grandes corpos de texto, como a crônica do jogo. É importante ressaltar o objetivo da montagem do site, de fazê-lo simples e direto, para que a atenção, repetindo, fosse direcionada ao conteúdo desenvolvido pelos autores de “Fortaleza em Ruínas”.

6 CONSIDERAÇÕES

Participar da produção dessa reportagem especial multimídia ajudou os estudantes a entenderem a prática do webjornalismo em diversos aspectos, como, por exemplo, algumas

particularidades do conceito de narrativa e nas aplicações dela em um projeto multimídia. Organização e planejamento foram essenciais para que fosse definida a melhor forma de inclusão dos conteúdos, sempre com o entendimento de que a peça deveria representar a trajetória e a repercussão da partida decisiva para o Fortaleza Esporte Clube na Série C do Campeonato Brasileiro de 2014.

Gerir tais conteúdos e analisar a importância dos acontecimentos que orbitavam o fato central foram fundamentais para que, a partir de um planejamento mutável e reparado durante o processo, fosse determinada a hierarquia das informações e que mídias seriam mais pertinentes para transmitir a informação.

Em um especial de webjornalismo, a definição do foco para determinar a aplicação dos conteúdos escolhidos é fundamental e, ao mesmo tempo, extremamente comum quando a discussão é levada para o mercado jornalístico.

Exemplos e referências no assunto são os especiais produzidos pelo jornal estadunidense The New York Times, como “Snowfall” e “The Jockey”, onde informações distintas são elencadas e passadas através de recursos de texto, vídeos e artes gráficas (infográficos e ilustrações). E, assim como no especial produzido para a disciplina de Jornalismo na Internet, da Universidade Federal do Ceará (UFC), “Fortaleza em Ruínas”, os pacotes multimídia do jornal da cidade de Nova York contam não apenas uma história, mas também a repercussão, as consequências, aplicando conceitos narrativos para se desenvolver uma notícia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIAKOPOULOS, N. **Cultivating the Landscape of Innovation in Computational Journalism**. City University of New York, 2012. Disponível em: <http://cdn.journalism.cuny.edu/blogs.dir/418/files/2012/04/diakopoulos_whitepaper_systematicinnovation.pdf> Acesso em 24 mai 2015.

GANS, H. **Deciding What's News: a Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, News, Newsweek and Time**. Nova Iorque: Pantheon Books, 1979.

GOLDING, P.; ELLIOTT, P.. **Making the News**. Londres: Longman, 1979.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória**. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org.). Modelos do Jornalismo Digital. Salvador: Editora Calandra, 2003.

SALAVERRÍA, Ramon. **Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental**. Estudios Sobre el Mensaje Periodístico, Madrid, n. 7, p. 383-395, 2001. Disponível em:
<<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/issue/view/ESMP010111/showToc>>. Acesso em 24 mai 2015.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado**: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90 Media, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Ed.Presença, 2003.