

Blog Pegada Asiática: Produção segmentada em jornalismo esportivo¹

Marcelo Bernardes FARINA²
Marthin Manzur WEINDORFER³
Matheus Velazquez MELO⁴
Ângela RAVAZZOLO⁵
Liliane Antunes ROHDE⁶
ESPM-Sul, RS

RESUMO

Esse trabalho consiste na apresentação do contexto e das ferramentas adequadas para a produção do Blog Pegada Asiática, veículo experimental voltado à produção de conteúdo especializada referente ao futebol asiático. O ineditismo desse projeto e o crescimento da influência do futebol asiático no cenário brasileiro e mundial atentam para a relevância jornalística de uma cobertura mais aprofundada do assunto, contribuindo para o interesse público. O Blog foi desenvolvido em caráter multiplataforma, valendo-se do princípio de convergência das mídias, comum no jornalismo contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: blog; futebol asiático; jornalismo especializado; jornalismo esportivo.

1 INTRODUÇÃO

O mercado jornalístico atravessa um período de transformações constantes, tanto no perfil do público consumidor quanto na disponibilidade de recursos capacitados em oferecer produtos de maior atratividade aos receptores da indústria da comunicação. Essa dinâmica contemporânea norteia as veias empreendedoras do setor e fomenta discussões nas redações a respeito da engrenagem de uma produção multiplataforma e apta a satisfazer as demandas dos públicos conforme suas necessidades e opções de consumo de materiais, sejam informativos ou de entretenimento.

Diante dessa realidade, a internet torna-se um meio não apenas mais democrático na transmissão de conteúdo, mas em especial, com capacidade de agregar diferentes suportes em determinado produto, na mescla de recursos de áudio, vídeo e foto, contribuindo para a pluralidade da atividade jornalística, atributo essencial do ofício.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Rádio, TV e Internet; Modalidade Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante recém-formado do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: farinabmarcelo@gmail.com.

³ Estudante recém-formado do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: marthin.manzur@gmail.com.

⁴ Estudante recém-formado do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: matheusvelazquez@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: aravazzolo@espm.br.

⁶ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: lrohde@espm.br.

Uma boa história pode se desdobrar de várias formas, se multiplicando em vários meios. É preciso desenvolver um conteúdo que interesse às pessoas. Um conteúdo que seja possível dar continuidade em novas versões, em novas mídias, em novas histórias. (ANDAKU, 2009).

Diante dessa perspectiva contemporânea de se fazer jornalismo, os estudantes das disciplinas de Projeto de Graduação em Jornalismo I e II da ESPM-Sul são desafiados a desenvolver projeto e produto que se encaixem nessas diretrizes e, mais do que isso, que apresentem viabilidade empreendedora e estejam alinhados com as demandas jornalísticas da atualidade. Deste modo, além do exercício jornalístico, a ementa do processo ainda prevê a concepção de plano de marketing, análise financeira, avaliação do cenário mercadológico e estudo das ferramentas e conceitos jornalísticos empregados no produto, resultando em maior conexão do mesmo com o panorama contemporâneo do ofício, estimulando a assertividade no vínculo entre mensagem comunicacional e o perfil do receptor.

Por consistir em um processo laboratorial como requisito para a formação acadêmica dos estudantes, a materialização desse produto busca reunir todos os conhecimentos adquiridos ao longo do período de graduação, estando os jovens aptos a discernir sobre a conjuntura jornalística atual e domínio de suas habilidades, permitindo-lhes aplica-las da melhor maneira possível. O enfoque empreendedor de uma escola de negócios como a ESPM-Sul traz aos estudantes os aparatos técnicos para avaliar e idealizar um novo produto com olhar crítico não apenas do campo de atuação profissional, mas especialmente, no alinhamento com as exigências e transformações do mercado. Deste modo, a mescla de tarefas jornalísticas com procedimentos de marketing torna-se indispensável para se planejar o novo produto, identifica-lo nas suas vertentes teóricas, executá-lo no dia a dia e aperfeiçoá-lo.

Considerando as atribuições dessa ementa, os estudantes Marcelo Farina, Marthin Manzur e Matheus Velazquez idealizaram e produziram o Blog Pegada Asiática, fruto de empresa jornalística experimental especializada em conteúdos de jornalismo esportivo direcionado exclusivamente a pautas envolvendo o continente asiático. A análise do setor mercadológico que envolve esse perfil de produto identificou uma oportunidade de negócio viável, considerando a demanda latente dessa modalidade de conteúdo para com o público-alvo em questão, de modo que existia um contingente interessado nessa categoria, com poucos ou nenhuns veículos jornalísticos explorando esse tema com a profundidade e a periodicidade necessárias. Deste modo, foi planejado um Blog com linguagens e estilos de cobertura que trouxessem contornos profissionais à cobertura de futebol asiático, tanto na

busca por informações, seja por meio de correspondentes ou agências de notícias, quanto na especialização dos jornalistas editores ao tratar dessa temática. Essa postura se alinha ao posicionamento da marca Pegada Asiática em consolidar-se como um meio de produção profissional e identificado com o tema, diferenciando-se, assim, de outros eventuais concorrentes que tratem apenas esporadicamente do assunto e sem a busca por uma apuração detalhada e aprofundada, que refletisse a realidade do futebol asiático para o público brasileiro. A natureza multiplataforma e as abordagens de narrativas que tratem do contexto em que está inserido o futebol asiático (como cultura, política e geografia local) estão atreladas ao perfil estudioso e de muito apreço pelo futebol, de acordo com os traços do público previamente mapeados. A partir do conhecimento dos receptores e de suas demandas são definidos os formatos, gêneros jornalísticos e estilos de linguagem dos conteúdos em produção, como será retratado mais adiante, na sequência deste trabalho.

A escolha pela plataforma Blog se entende pelo potencial da internet na comunicação com públicos de nicho de mercado, como é o caso dos consumidores de conteúdos de futebol asiático. A diversidade do meio e fácil acesso – caracterizado pela ausência de barreiras de entrada e saída – tanto por produtores quanto receptores da informação admite o caráter democrático da internet, conquistando um espaço não encontrado na mídia tradicional para esses públicos de nicho. (EMPREENDEDOR DIGITAL, 2016)

Na sequência deste trabalho, serão observados outros atributos fundamentais na materialização do Blog Pegada Asiática.

2 OBJETIVO

O Blog Pegada Asiática tem como objetivo principal desenvolver os meios de produção jornalística referentes ao futebol asiático na perspectiva multiplataforma. É a maneira de atender aos consumidores de conteúdo futebolístico que não encontram profundidade e periodicidade desses materiais nos meios de jornalismo esportivo tradicional.

Para estimular a consolidação do jornalismo esportivo especializado em futebol asiático foi necessário observar alguns objetivos secundários, essenciais no processo de materialização do Blog. Entre eles, foi indispensável, entender por meio de pesquisa de mercado, de que maneira a população brasileira se interessa por essa modalidade de conteúdo, observando as pautas com maior potencial de atratividade. Outro objetivo

avaliado na construção do Blog foram os instrumentos jornalísticos aplicados no produto. Digam-se formatos e gêneros jornalísticos, de acordo com a classificação predominante de Marques de Melo (2010). O terceiro objetivo foi avaliar os desafios e vantagens da produção jornalística multiplataforma, de modo a contribuir no aperfeiçoamento do produto, compreendendo os recursos digitais que podem garantir mensagens mais completas e, portanto, estabelecendo a comunicação mais assertiva com o público.

À medida em que os objetivos são alcançados, materializa-se o perfil do produto, sempre baseando-se nos contornos do público-alvo, na finalidade de que o Blog seja viável não apenas como produto de qualidade, mas, especialmente, como um negócio sustentável. A seguir, são explanadas as justificativas que embasam a relevância desse trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

A emergência do futebol em regiões distantes como o oriente tem como resultado a proliferação do mesmo e aumento dos níveis de popularidade. A partir desse cenário, torna-se concreta a influência desse contexto globalizado no futebol brasileiro. Nos últimos anos, tornou-se cada vez mais comum, clubes árabes e chineses contratarem jogadores brasileiros, tendo em vista o poderio econômico e a busca por níveis superiores de profissionalização das ligas futebolísticas do continente asiático. Somente no primeiro mês de 2015, o futebol chinês investiu cerca de R\$ 110 milhões na contratação de três atletas brasileiros: Diego Tardelli, Ricardo Goulart e Alan. O argentino Barcos e o boliviano Marcelo Moreno também rumaram para a mesma região. Na sequência de 2015, treinadores que já comandaram a seleção brasileira, como Luiz Felipe Scolari, Mano Menezes e Vanderlei Luxemburgo, também se transferiram para a China (IG, 2016).

Essa nova conjuntura da Ásia pode ser enquadrada nos critérios de noticiabilidade de interesse nacional e quantidade de pessoas importantes envolvidas, conforme classificação de Pena (2013). Isso ocorre pelo protagonismo mundial desses países no futebol, considerando os investimentos econômicos e o empenho de algumas nações em sediar a Copa do Mundo, como o Catar, em 2022. E, a partir de 2015, foi comum a presença no continente de jogadores da Seleção Brasileira, como Diego Tardelli (IG, 2016).

Esses fatores afloram o interesse do público pelo futebol dessa região, garantindo critérios de noticiabilidade que justifiquem a cobertura jornalística, considerando a influência que a modalidade asiática passa a ter no esporte como um todo, em especial, no futebol brasileiro.

Porém, além desses fatores que aceleram o interesse pelo que ocorre nos campos da Ásia, a curiosidade pela cultura oriental é outro atributo habilitado a atrair um maior público para esse nicho de conteúdo, dados os costumes diferenciados, que despertam curiosidade aos ocidentais. Essa tendência atende ao critério de noticiabilidade jornalística de fatos excepcionais, conforme Pena (2013), elevando o interesse pela cobertura não apenas do campo, mas dos bastidores e das curiosidades do dia a dia do futebol oriental.

Mesmo com esses fatores que já justificam a abordagem jornalística ao futebol asiático e pelo interesse constatado em pesquisa de mercado realizada pelos editores do Blog, a grande maioria dos veículos trata esse tema apenas esporadicamente e com muita superficialidade, trazendo, principalmente resultados, sem um maior aprofundamento. O *Globoesporte.com*, *site* referência em jornalismo esportivo no Brasil, apresentou uma curta notícia, no dia 2 de maio de 2015, sobre o duelo dos ex-gremistas Barcos e Marcelo Moreno pelo Campeonato Chinês. Entretanto, o material limitou-se a apresentar postagens das redes sociais dos mesmos e a classificar os dois ex-companheiros de clube como adversários, não trazendo nenhum outro detalhe da partida e dos clubes envolvidos, nem mesmo alguma entrevista que contextualizasse a realidade local dos novos profissionais do mundo asiático. (GLOBO ESPORTE, 2016).

A partir desse cenário, foram adquiridos subsídios mercadológicos e jornalísticos que sustentem a viabilidade do Blog Pegada Asiática como empresa de comunicação. A seguir, são retratados os conceitos técnicos e teóricos aplicados na construção do Blog e a performance do produto materializado.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Visando alcançar sua função jornalística de atender as demandas dos consumidores de conteúdo de futebol asiático, são explorados conceitos teóricos, que alinhados, traduzem a essência do Blog Pegada Asiática. Alguns dos princípios que sustentam o produto e são explorados neste trabalho consistem em: segmentação de mercado, jornalismo multiplataforma, blog e jornalismo esportivo.

O fato de o Blog Pegada Asiática se dirigir a um nicho de mercado resulta em práticas específicas que se comuniquem mais assertivamente com seus potenciais consumidores de caráter diferenciado, considerando que o veículo não está produzindo para um público de massa e heterogêneo e, sim, para uma pequena parcela, mas igualmente fiel e que deseja tal espécie de informação. Nesse sentido, é fundamental que a empresa

jornalística não seja apenas especializada em futebol asiático, mas entenda os motivos e eventuais características que conectam esse receptor com a temática em questão. A partir daí, fomentam-se estratégias personalizadas para um público seletivo, com capacidade de aperfeiçoar o preenchimento das demandas.

Os processos de segmentação e posicionamento constituem o âmago do marketing estratégico da empresa e a essência da conquista de maior competitividade por parte dela. É no contexto dessa dimensão estratégica que a segmentação de mercado se revela importante para o planejamento de marketing, particularmente na formulação e na implantação de estratégias de marketing para mercados específicos. (TOLEDO; SIQUEIRA, 2001, p. 1)

Com o estudo prévio e aprofundado do perfil do público realizado pela pesquisa de mercado, anteriormente à materialização do Blog, foi possível conhecer razões, ocasiões, locais e principais características com que conteúdos do futebol asiático preenchessem a lacuna identificada nessa parcela do mercado de jornalismo esportivo. A partir disso, foi possível consolidar um perfil editorial envolvendo periodicidade, linguagens e abordagens jornalísticas nas postagens do Pegada Asiática, como será detalhado mais adiante na descrição do produto.

Quanto a uma publicação especializada, se ela for jornalística, deve garantir os princípios básicos da informação e da linguagem jornalística. A primeira necessidade, ao se estar fazendo uma publicação específica, é o conhecimento do público a que ela se destina para poder adaptar a informação jornalística dentro de parâmetros mais maleáveis ao leitor. (FERREIRA, 2007, p. 4)

O presente blog é uma produção da categoria de jornalismo esportivo, mesmo que atenda a apenas uma parcela de conteúdo deste segmento. No entanto, o perfil do público esportivo segue sendo uma referência na comunicação com seus receptores, considerando a construção da natureza editorial do veículo.

O jornalismo esportivo apresenta um perfil produtivo diferenciado de muitas outras editorias, tendo em vista que, pelo fato de o objeto a ser retratado consistir em ocasiões de entretenimento da população, a formalidade excessiva e rigidez nos padrões de emissão não são indispensáveis, abrindo espaço para humor e descontração em determinadas mensagens comunicativas. Isso proporciona um caráter lúdico e, por vezes, passional dos conteúdos esportivos, no sentido em que a emoção é um sentimento muito presente na área esportiva. No entanto, a seriedade na apuração e o comprometimento com o bem social comum, essenciais da profissão jornalística, seguem sendo requisitos básicos.

Os jornalistas esportivos cobrem uma atividade que está intimamente ligada ao entretenimento. Um evento esportivo é lúdico e distrai as pessoas, é um lazer, um momento de descontração. Uma disputa esportiva

é um espetáculo e o profissional divulga os acontecimentos, mas não participa deles. (BARBEIRO; RANGEL, 2013, p. 92)

Para fortalecer a intensidade dessa cobertura, facilitando o entendimento e compreensão do público, assim como para tornar mais exatos os efeitos da mensagem esportiva, o blog apela para recursos digitais e gráficos, tornando o conteúdo mais atraente e perceptível à realidade dos leitores, preservando o caráter descontraído da editoria esportiva. Em algumas das reportagens são adotados infográficos, tabelas e quantidades de imagens, com o intuito de decodificar e traduzir a informação com maior clareza, garantindo assim, um estilo de linguagem verbal ou não, familiarizado com os anseios do receptor.

Os jornalistas on-line precisam sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados. Isto é, procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos e assim por diante (FERRARI, 2010, p.52).

Essa lógica ocorre na perspectiva de que a prioridade passa a ser a pluralidade e profundidade de elementos que compõem uma produção jornalística, exercendo o princípio da convergência midiática, mesclando os diferentes suportes em favor da qualidade e da facilidade de compreensão do material jornalístico. O Blog Pegada Asiática apresenta reportagens especiais, que são compostas por texto, vídeo e infográficos, capacitados a complementar a densidade jornalística de determinado conteúdo. Além disso, o Blog oferece contornos opinativos com a transmissão de *podcast* a respeito de temas tratados nas notícias do dia a dia, configurando a natureza multiplataforma do veículo.

Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. O paradigma da revolução digital alegava que os novos meios de comunicação digital mudariam tudo. (JENKINS, 2008, p. 31)

Mais do que a convergência das mídias e o perfil segmentado, a internet oferece como trunfo ao processo de comunicação a possibilidade de maior interatividade, de modo que os interlocutores passam a adquirir maior protagonismo no processo de comunicação, tendo em vista que a opinião e a contribuição informativa do público agregam na pluralidade de versões jornalísticas da mensagem pré-concebida. Conforme Araújo (2016, p. 3), “como espaço de discussão, o blog atrai por cultivar canais de diálogo do jornalista com sua audiência”.

A partir dessa conjuntura de segmentação de mercado e da natureza do jornalismo digital e multiplataforma, materializa-se o Blog Pegada Asiática, como será mais explorado na sequência desse artigo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Blog Pegada Asiática é hospedado no endereço <http://pegadasiatica.wordpress.com.br> e conta também com uma conta no twitter, onde são divulgadas as postagens. Como produto das disciplinas, o Blog apresentou ao menos um post para cada uma das seções de conteúdo idealizada.

De acordo com a pesquisa de mercado, os espectadores do futebol asiático desejavam consumir informações atualizadas e rotineiras sobre as rodadas dos principais campeonatos da região, porém, não encontravam esse conteúdo nos veículos tradicionais. Considerando essa demanda latente, o Blog foi idealizado para oferecer conteúdos com periodicidade frequente e coberturas diárias. Durante o período da realização das disciplinas em que ocorreu a produção do Blog, os estudantes contaram com a apuração de uma correspondente residente no Japão, que enviava materiais e traduzia entrevistas quando possível, e com informações captadas por meio de agências de notícias e pelas próprias federações e clubes locais.

Considerando a relevância dos campeonatos locais no cenário mundial e importância dos mesmos para o torcedor brasileiro, foi determinado que países como China, Japão, Emirados Árabes, Catar e Arábia Saudita receberiam uma cobertura diária mais atualizada. Competições internacionais como Eliminatórias da Ásia, Copa da Ásia de seleções, Copa dos Campeões da Ásia e Mundial de Clubes (com a presença de clubes asiáticos) receberiam destaque especial no Blog. As principais notícias consistem em transferências, resumo das partidas, tabelas de classificação e treinamentos.

O principal produto do blog consiste nas reportagens especiais, em caráter multiplataforma, abordando histórias em profundidade capazes de trazer um panorama mais completo a respeito da realidade do futebol asiático. Uma das reportagens disponível no blog contextualizou o processo de profissionalização do futebol em países do continente, enquanto a outra retratou parcerias de clubes brasileiros com escola de futebol infantil e clubes no Japão. Foram trabalhos de fôlego, contando com pesquisa, entrevista, apuração e edição por parte dos estudantes responsáveis pelo blog, além de informações repassadas pela correspondente residente no Japão. Os respectivos materiais contaram com texto,

vídeo, fotos e infográficos, consistindo em reportagens multimídias. Conforme Andaku (2009), “Atualmente, a indústria do entretenimento e informação busca a produção de narrativas multiplataformas. Para isso, primeiramente é necessário entender que o foco é a narrativa”.

O Blog também conta com espaço de opinião, onde são publicados comentários a respeito dos fenômenos recentes do futebol asiático, com objetivo de apresentar ângulos diferenciados dos acontecimentos, orientando o público na apreciação dos fatos, conforme diretrizes do jornalismo de opinião, verificadas nos estudos de Beltrão (1980). Os textos dessa amostra ilustraram o processo de crescimento do futebol local e a importação de técnicos brasileiros. Outra modalidade de emissão opinativa oferecida pelo Pegada Asiática é o *podcast*, veiculado no formato de debate em áudio, conforme classificação de Lucht (2010). Nesse produto, os três jornalistas editores do Blog discutem os principais fatos do futebol na Ásia. Na edição veiculada, ocorre uma reflexão sobre o panorama das Eliminatórias da Copa do Mundo na região da Ásia.

Outro produto oferecido são vídeos ilustrativos registrando os cânticos e comportamentos dos torcedores locais, a fim de registrar a atuação do público envolvido com o esporte na Ásia. Esse material foi colhido junto a sites de clubes e federações, com a tradição em português sendo viabilizada com auxílio da correspondente residente na Ásia.

6 CONSIDERAÇÕES

A oportunidade de produzir esse blog trouxe aos estudantes a experiência de lidar com as práticas do jornalismo contemporâneo, tendo em vista a necessidade de dominar ferramentas de diversas mídias distintas, capacitando os mesmos e alinhando seus conhecimentos técnicos com a exigência do mercado atual.

Além disso, o referido blog trouxe uma ideia inovadora e capaz de atender a demanda de inúmeros torcedores interessados em conteúdo esportivo especializado para futebol asiático e ainda não detinham meios de encontrar essa temática. Deste modo, o produto prestou um serviço à sociedade, no sentido de estimular a diversidade de categorias segmentadas e a necessidade de satisfazer os mais diversos públicos, dentro de suas peculiaridades. O Blog também foi uma oportunidade de aflorar os conhecimentos de gestão dos estudantes, no sentido em que a adequação do produto às necessidades do consumidor e do mercado e a viabilidade financeira do mesmo foram pré-requisitos básicos nesse processo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Artur Vasconcellos. **A notícia que é notícia: o blog jornalístico.** Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/noticia.pdf>. Acessado em: 2 de abril de 2016.
- ANDAKU, Rafael. **O que é uma estratégia multiplataforma.** Disponível em: <http://webinsider.com.br/2009/11/29/o-que-e-uma-estrategia-multiplataforma/>. Acessado em: 30 de março de 2016.
- BARBEIRO, Heródito; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo.** São Paulo: Contexto, 2013.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo.** Porto Alegre: Sulina, Ari, 1980.
- EMPREENDEDORISMO ON LINE. **5 ideias de negócios que podem dar um retorno de 1000% em seu investimento.** Disponível em: <http://empreendedormoonline.com.br/ideias-de-negocios/5-ideias-de-negocios-que-podem-dar-um-retorno-de-1000-em-seu-investimento.htm>. Acessado em: 29 de março de 2016.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** São Paulo: Contexto, 2012.
- FERREIRA, Ricardo Alexino. **Jornalismo Segmentado (Especializado-Científico): análise crítica, estudo de casos e a construção de novos paradigmas e de um novo currículo disciplinar.** São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 2007.
- GLOBO ESPORTE. **Na China, Barcos e Moreno “revivem” dupla no Grêmio em foto antes do jogo.** Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/gremio/noticia/2015/05/na-china-barcos-e-moreno-revivem-dupla-no-gremio-em-foto-antes-de-jogo.html>. Acessado em: 3 de março de 2016.
- IG. **Brasileiros adotam futebol chinês em troca de muito dinheiro e algumas regalias.** Disponível em: <http://esporte.ig.com.br/futebol/2015-01-20/brasileiros-adotam-futebol-chines-em-troca-de-muito-dinheiro-e-algumas-regalias.html>. Acessado em: 3 de março de 2016.
- IG. **Convocação de Dunga tem Robinho e pela primeira vez um jogador de clube chinês.** Disponível em: <http://esporte.ig.com.br/futebol/2015-03-05/convocacao-de-dunga-tem-robinho-e-pela-primeira-vez-um-jogador-de-clube-chines.html>. Acessado em: 22 de março 2016.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Aleph, 2008.
- LUCHT, Janine Marques Passini. **Gêneros Radiojornalísticos: Análise da Rádio Eldorado de São Paulo.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009.
- MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil.** São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2013.
- TOLEDO, Geraldo Luciano; SIQUEIRA, Antonio Carlos Barroso de. **Bases de segmentação de mercado no marketing industrial: um estudo de caso na indústria de elevadores.** São Paulo: Revista de Administração, 2001.