

N. CLASS.	M070
CUTTER	M538N
ANO/EDIÇÃO	2017

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS - UNIS

JORNALISMO

PEDRO HENRIQUE NERY MENDES

SEMANA JUMPER: Criação de um produto audiovisual noticioso sobre NBA através
de um canal no Youtube

**Varginha
2017**

FEPESMIG

PEDRO HENRIQUE NERY MENDES

SEMANA JUMPER: Criação de um produto audiovisual noticioso sobre NBA através
de um canal no Youtube

Produto final apresentado ao curso de
Comunicação Social com Habilitação em
Jornalismo do Centro Universitário do Sul de
Minas – UNIS/MG como pré-requisito para
obtenção do grau de bacharel, sob orientação do
Prof. Rafael de Almeida Moreira.

**Varginha
2017**



PEDRO HENRIQUE NERY MENDES

SEMANA JUMPER: Criação de um produto audiovisual noticioso sobre NBA através de um canal no Youtube

Produto final apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Esp. Rafael de Almeida Moreira.

Aprovado em 06/12/2017



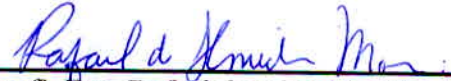
Prof. Me. César Fernandes Ribeiro Filho



Prof. Me. Antônio José Figueiredo Oliveira



Prof. Ma. Gisele Cristina Nishiyama



Prof. Esp. Rafael de Almeida Moreira

Dedico esse trabalho a todos que me ajudaram na sua confecção que me possibilitou crescer a cada dia mais como profissional.

AGRADECIMENTOS

À minha família, amigos e orientador pelo incentivo e valorização. Obrigado a todos que acreditaram no meu trabalho e confiaram em meu profissionalismo.

“Tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado.”

Roberto Shinyashiki

RESUMO

Este produto final “SEMANA JUMPER: Criação de um produto audiovisual noticioso sobre NBA através de um canal no Youtube”, tem o objetivo de oferecer ao público-alvo que não dispõe de muito tempo para acompanhar as notícias relacionadas à NBA, o que acontece neste universo, com um material rápido e de fácil acesso na internet. Para a realização deste projeto, foi necessário entender a história do vídeo e suas transformações ao longo do tempo perante à sociedade, que também não deixou de evoluir, além de seu período de convergência de mídias no qual vem passando. Nesse sentido, foi desenvolvido um vídeo piloto sobre o tema, com o intuito de apresentar um resumo semanal com o que de mais importante aconteceu na liga.

Palavras-chave: Vídeo. Convergência Midiática. NBA. NBA no Brasil. Canal no Youtube.

ABSTRACT

This final product "JUMPER WEEK: Creation of an audiovisual news product on the NBA through a YouTube channel", aims to offer the target audience that does not have much time to follow the matter, what happens in this universe, with a fast and easily accessible material. For the realization of this project, it was necessary to understand the history of the video and its transformations over time in front of the society, which has not ceased to evolve and its period of convergence of media in which it has been passing. Then, two pilot videos were developed on the theme, with the intention of presenting a weekly summary with the most important happened in the league.

Keywords: Video. Media Convergence. NBA. NBA in Brazil. Channel on Youtube.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Criação do logotipo da NBA.....	17
Figura 2 – Câmera Panasonic GH3	28
Figura 3 – Microfone Lapela	28
Figura 4 – Gravador de áudio Zomm H1	29
Figura 5 – Tripé profissional Canon Deluxe 300	29
Figura 6 – Figurino do apresentador.....	31
Figura 7 – Lâmpada fluorescente 60w	31
Figura 8 – Cenário	32
Figura 9 – Imagem do Software Adobe Premiere em execução	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 VÍDEO	11
2.1 O vídeo e seu processo histórico	11
2.2 O vídeo na era da convergência	13
3 A NBA.....	16
3.1 A NBA no Brasil	19
3.1.1 A NBA na TV.....	20
3.1.2 A NBA na Internet.....	21
3.1.3 Conteúdo audiovisual dedicado à NBA no Brasil	23
4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO FINAL.....	25
5 PRÉ PRODUÇÃO.....	26
5.1 A equipe.....	26
5.2 Roteiro	26
5.3 Custos de produção	27
6 PRODUÇÃO	28
6.1 Logística técnica e operacional.....	28
6.2 Equipamentos	28
6.3 Locações.....	30
6.4 Figurino	30
6.5 Iluminação.....	31
6.6 Fotografia	31
6.7 Cenário	32
6.8 Captação de áudio e vídeo	33
6.9 Decupagem do material	33
7 PÓS PRODUÇÃO	34
7.1 Montagem.....	34
7.2 Divulgação.....	35
8 CONCLUSÃO.....	36
REFERÊNCIAS	37
APÊNDICE	39

1 INTRODUÇÃO

Desde muito tempo, o basquete sempre foi um dos esportes mais praticados e de maior cunho social nos Estados Unidos. Em junho de 1946, a Basketball Association of America (BAA) foi criada, a primeira liga a tentar em jogar em grandes arenas nas grandes cidades. Já em 1949, a BAA aceitou se fundir com a NBL (National Basketball League) e assim surgiu a NBA (National Basketball Association). A partir deste momento, a liga cresceu de forma abundante e tornou-se uma das marcas mais conhecidas dos norte-americanos. (NBA..., década de 1990).

No Brasil, no qual o futebol é esporte predominante por quase um século, o basquete assim como outros esportes acabaram ficando em segundo plano. Apesar disso, nunca esteve perto de ser extinto. Se a quantidade de praticantes continuou com os mesmos números, o que se tem visto é que as pessoas estão cada vez mais interessadas em acompanhar e se informar sobre o basquete norte-americano. Parte da culpa disso, é o número de jogadores brasileiros presentes no começo da última temporada, sendo nove atletas, tornando o Brasil o terceiro no ranking de jogadores estrangeiros.

A globalização e a facilidade de informação encontrada atualmente, facilitou muito que o interesse em uma cultura de outro país se tornasse parte da cultura de outro lugar. A NBA percebeu isto e nos últimos anos vem estabelecendo objetivos de marketing ambiciosos em países estratégicos, elaborando jogos de pré-temporada, eventos especiais e criação de lojas oficiais como estratégias para fixar a marca na mente de seus consumidores.

Para a realização deste projeto, foi necessário entender a história do vídeo e suas transformações ao longo do tempo perante à sociedade, que também não deixou de evoluir. Também foi compreendido o vídeo na era de convergência de mídias e como ele foi adaptando-se e sendo apresentado de diversas formas.

Neste trabalho, foi realizado a criação de um produto final com o objetivo de oferecer ao público-alvo que não dispõe de muito tempo para acompanhar o assunto, o que acontece neste universo, com um material rápido e de fácil acesso. Para isso, foi desenvolvido um piloto sobre o tema, com o intuito de apresentar um resumo semanal com o que de mais importante aconteceu na liga e responder a seguinte pergunta: De que forma o produto final criado ao término do trabalho, contribuirá para a relação dos leitores/expectadores com o assunto abordado?

2 VÍDEO

Para o desenvolvimento deste trabalho, é necessário entender como os processos sociais, econômicos, culturais e tecnológicos influenciaram o que se vê nos dias de hoje. Por isso, é crucial a compreensão de como surgiu o vídeo e seu processo histórico.

2.1 O vídeo e seu processo histórico

A relação que se estabelece entre tecnologia e evolução da sociedade pode ser confusa. Alguns defendem a ideia de que é a partir das tecnologias que novas sociedades são moldadas como no filme escrito por Robert Sklar, *Movie-Made America* (1975), mas para alguns autores como Armes (1999) e Williams (1974), a relação é exatamente oposta. (apud ARMES, 1999).

Conforme demonstrou Raymond Williams (1974), os progressos sociais mais amplos – a acumulação de capital e a transformação da produção industrial ao longo do século – que conduziram diretamente ao surgimento, no final do século XIX, das tecnologias subjacentes aos novos meios de comunicação. (apud ARMES, 1999, p.23)

Para que se possa entender a realidade atual, é necessário olhar para a história e compreender como foram surgindo os processos de evolução da sociedade. Isso se aplica ao vídeo, que desde a sua criação, vem passando por transformações que afetam diretamente o cotidiano das pessoas.

As diversas histórias e formas de aplicação de sons e imagens reproduzidos têm afetado profundamente a própria base da nossa vida, influenciando a nossa resposta à realidade, remodelando o nosso conceito de linguagem, proporcionando novas possibilidades criativas e ao mesmo tempo sujeitando-nos a formas dissimuladas (ou, pelo menos não admitidas) de controle social e político. (ARMES, 1999, p.14)

A televisão passou por isso por muito tempo, que através do vídeo, foi um dos fenômenos que mais alteraram as ligações entre os meios de comunicação, imprimindo novas dinâmicas a várias estruturas das diferentes coletividades.

Assim, somos forçados a reconhecer, mais ou menos abertamente, que McLuhan não estava totalmente errado quando, com sua linguagem excessivamente determinista e exagerada, sentenciava que o ‘meio é a mensagem’, pois é provavelmente verdadeiro que a televisão em si, apenas com a sua presença (se comparada à situação de sua ausência), independentemente dos conteúdos veiculados (sejam eles um discurso de Fidel Castro em Cubas ou um capítulo de Dallas nos Estados Unidos),

modifica o homem, a sua realidade e o modo como ele pode, e quer conhecê-la. (1981 apud SARTORI, 1987, p. 277)

Apesar disso, o processo de evolução natural da televisão pode ser considerado demorado, tendo em vista que na época aconteciam guerras de impacto mundial que acabaram atrasando esse processo.

O salto fundamental esperado para o final da década de 1920 foi adiado várias vezes até a segunda metade da década de 1930, e aí veio a guerra, e com ela mais alguns anos de suspensão dos trabalhos. Foi só em 1944 que a transmissão de televisão chegou a Grã-Bretanha e aos Estados Unidos. (ARMES, 1999, p. 69)

Mesmo com esse atraso, não se pode deixar de notar que é justamente nos períodos pós-guerra que esses avanços foram significativos para a evolução da tecnologia.

Os fatores com maior impacto sobre a aceleração das mudanças tecnológicas têm sido os externos, ou seja, o final das duas guerras mundiais, que deixou a capacidade produtiva industrial sem uma aplicação imediata e liberou técnicos experientes para o trabalho no mercado. Como resultado, o final da Primeira Guerra Mundial estimulou o desenvolvimento do rádio, enquanto o fim da Segunda deu início à inexorável expansão mundial da televisão. (ARMES, 1999, p. 126)

Após esse período conturbado, os fabricantes perceberam que seria mais interessante comercializar esses aparelhos televisivos para unidades familiares ao invés de criar um sistema de auditório, já que dessa forma as transmissões de larga escala seriam mais propícias aos anunciantes e conseqüentemente mais viável financeiramente. Alguns anos depois, o mercado da fita cassete expandiu-se.

‘O terceiro mercado de vídeo foi aberto em 1972 pelo primeiro gravador videocassete da Philips, um aparelho com fita de meia polegada planejado especificamente para o mercado doméstico, de modo a permitir ‘escolha de horário’ (gravar programas de televisão que passam em horários inadequados, para poder assisti-los depois com calma. (ARMES, 1999, p. 96)

O vídeo que pode ser utilizado de diversas formas para diferentes objetivos, foi ganhando cada vez mais espaço em vários setores. Não demorou muito tempo para as grandes empresas perceberem que poderiam utilizar da tecnologia ao seu favor e adotou essa medida como uma técnica de desenvolver seus negócios em diferentes setores.

Apesar desses contratemplos tem havido uma crescente utilização do vídeo no setor não televisivo. Isso tem acontecido amplamente no setor empresarial, em que o vídeo provou ser um meio eficaz e flexível de informação, promoção, e treinamento. Tem havido também uma larga aplicação em áreas como serviço social e comunitário. (ARMES, 1999, p. 98)

Posteriormente, o computador assumiu esse papel. Assim como a televisão, ele alterou não só a sociedade em si, mas também as relações entre os próprios meios de comunicação, fazendo com que houvesse uma necessidade de adaptação dos meios para que eles continuassem a existir.

Hoje em dia, o computador não é mais objeto de respeito e de assombro, mas tende muito mais a assumir o lugar de instrumento útil e muito difundido: um componente insubstituível na vida de todos os dias, desde o local de trabalho até os momentos de lazer. (CARITÀ, 1987, p. 284)

É importante ressaltar a relação constante entre o desenvolvimento de tecnologias e formas de comunicação. A evolução do ramo tecnológico, redefiniu os processos sociais e comunicativos.

Para Pierre Lévy (1999), o advento da internet inverteu o modo de se pensar o papel do conhecimento, da informação e da tecnologia, sendo a internet um importante instrumento para o desenvolvimento social, posicionando-se positivamente sobre o futuro e os ganhos para a sociedade a partir desse desenvolvimento tecnológico.

2.2 O vídeo na era da convergência

O vídeo seguiu a tendência dessa modernização constante e se ajustou ao novo meio chamado internet. Mais do que isso, ela possibilitou que conteúdos vinculados a outros meios de comunicação como a televisão, pudessem ser moldados ou até mesmo aplicadas na era digital.

A internet já transformou a televisão. Os adolescentes entrevistados por pesquisadores do Annenberg Center for the Digital Future da University of Southern California (USC) nem entendem o conceito de assistir a televisão no horário determinado por outra pessoa. Eles assistem a programas inteiros de televisão na tela de seu computador e, cada vez mais, em dispositivos portáteis. Portanto, a televisão continua sendo o principal meio de comunicação de massa, por enquanto, mas sua difusão e seu formato estão sendo transformados a medida que sua recepção vai se tornando individualizada (CASTELLS, 2011, p. 11)

Para Armes (1999, p.249), “essa tecnologia é chamada de convergência, que ocorre na área tecnológica. Contudo, para o mercado, não há convergência, mas sim segmentação.”

Um processo chamado convergência de modos está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico - sejam fios, cabos ou ondas - pode transportar os serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio - seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia - agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está corroendo. (POOL apud Jenkins, 2010, p. 37)

Jenkins (2009, p. 27) aponta que a palavra convergência representa transformações tecnológicas, sociais, culturais e mercadológicas. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações com outros”.

O que vem acontecendo é a união do velho com o novo. Os meios de comunicação estão evoluindo e interagindo diretamente entre eles, adaptando seus produtos de acordo com a necessidade. Essa convergência de mídias altera por completo as relações tecnológicas, culturais e sociais existentes, inclusive as relações do vídeo com o aser humano.

O vídeo tem-se tornado progressivamente mais digital e a união com o computador já era uma realidade na década passada, porém para grandes emissoras e estúdios. A boa nova é que a eletrônica traz movimentos de baixa de preços e essa união, agora com o microcomputador, se faz mais acessível para o produto de vídeo de orçamento limitado. (ARMES, 1999, p. 249)

Com a popularização de aparelhos tecnológicos como câmeras de alta resolução e até mesmo alguns celulares mais avançados, o processo de comunicar-se através da rede ficou muito mais fácil e ao alcance de boa parte da população devido ao baixo custo.

A consequência é mais produtores produzindo para muitos. A Internet é um caso extremo dessa consequência. A digitalização progressiva tem colocado muitos falando para muitos e, logo em seguida, muitos produzindo sites com movimentos para muitos. É o fim da barreira de se publicar qualquer obra: um livro, um manifesto, um filme, um programa de televisão ou um disco. (ARMES, 1999, p. 249)

Essa tendência vem produzindo cada vez mais novos mercados, oferecendo aos que estão conectados segmentos dos mais variados. É importante ficar atento no que está acontecendo e evoluindo no mundo, que rapidamente existirá algum produto relacionado digitalizado. Arnes (1999, p. 249) confirma que “o produtor deve ficar atento aos nichos que existem e aos que serão criados pela popularização crescente da digitalização e, por decorrência, do vídeo digital”.

É através dessa convergência de mídias voltados para a Internet que o resultado final deste trabalho acadêmico acontecerá, com a produção de um programa de cunho jornalístico sobre NBA na Internet, através da plataforma chamada Youtube.

3 A NBA

Desde muito tempo, o basquete sempre foi um dos esportes mais praticados e de maior cunho social nos Estados Unidos. Em junho de 1946, a Basketball Association of America (BAA) foi criada, a primeira liga a tentar em jogar em grandes arenas nas grandes cidades. Já em 1949, a BAA aceitou se fundir com a NBL (National Basketball League) e assim surgiu a NBA (National Basketball Association). A partir deste momento, a liga cresceu de forma abundante e tornou-se uma das marcas mais conhecidas dos norte-americanos. (NBA..., década de 1990).

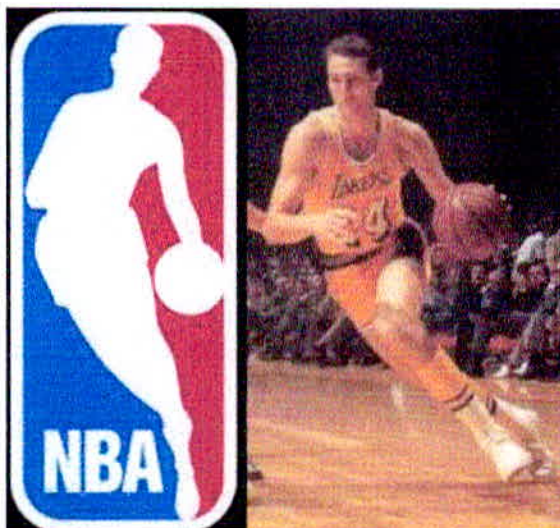
Foi somente no começo dos anos 1950 que a NBA formou seu primeiro superastro. George Mikan, atleta do Minneapolis Lakers ganhou cinco dos seis títulos inaugurais. Nos anos seguintes, a liga foi passando por mudanças nas regras – como a criação do relógio de 24 segundos de posse de bola. Em 1956, começaria o maior período de dominância de uma equipe: o Boston Celtics sob o comando de Bill Russell (considerado um dos maiores da história), conquistou 11 campeonatos em 13 anos. (ROMANELLI, 2014a, p.3)

Após alguns anos com a NBA ganhando força nos EUA e crescendo seus números, parecia que cada vez mais ela se consolidava entre o público. No entanto, 1967 a evolução teve uma pausa.

Em 1967, a NBA parecia consolidada como a maior liga de basquete na América do Norte. No entanto, isso mudaria com a fundação da American Basketball Association (ABA). A rivalidade entre os campeonatos tornou-se intensa e cada contratação de peso feita por um dos times de uma das ligas era comemorada por todas as outras franquias. (ROMANELLI, 2014a, p.1)

Ainda na década de 1960, inspirado por uma foto de Jerry West, astro da época, Alan Siegel elaborou o logotipo da NBA que é utilizado até hoje.

Figura 1 – Criação do logotipo da NBA



Fonte: (ROMANELLI, 2014a, p.6)

Se a primeira década de existência foi marcada por dinastias e expansão da liga, a segunda ficou eternizada pela rivalidade existente entre a NBA e a ABA. Esse cenário permaneceu por quase dez anos. Foi somente em 1976 que as ligas se fundiram, totalizando 22 equipes. Apesar do potencial, o crescimento não aconteceu de imediato por causa de questões sociais.

Com isso, a NBA se tornou uma superliga: um total de 22 franquias e enorme potencial mercadológico que se confirmaria posteriormente. O crescimento não foi possível de imediato porque o basquete norte-americano enfrentou um processo de marginalização na década, com jogadores vistos como descompromissados e o consumo desenfreado de drogas nos bastidores abalando a imagem da NBA e criando uma crise de credibilidade. O comportamento dos atletas na liga pós-fusão não era o exemplo com que o público gostaria de conviver. (ROMANELLI, 2014b, p.3)

Já a década de 1980 a fortíssima rivalidade entre os times do Boston Celtics e Los Angeles Lakers fizeram a NBA se consolidar como principal liga de basquete norte-americana. Além disso, outros fatores também contribuíram para a expansão no país.

Ao longo de suas três primeiras décadas, a NBA expandiu-se pelos Estados Unidos e consolidou-se como a principal liga de basquete do país. Com a construção de diversas franquias sólidas do ponto de vista financeiro e administrativo, tudo estava pronto para que deslanchasse a nível global. Na década de 1980, o salto de popularidade veio por uma série de fatores – o combate ao vício em drogas entre os jogadores, aumento das transmissões na televisão, a maior abertura para a contratação de craques internacionais, a chegada de um comissário visionário chamado de David Stern, etc (ROMANELLI, 2014c, p.3)

A década de 1990 foi muito importante por alguns motivos. Primeiramente, foi o auge da carreira de para muitos, o do maior atleta de basquete de todos os tempos. Michael Jordan conquistou seis anéis de campeão, ficou famoso mundialmente e após três aposentadorias, deixou as quadras de vez em 2003. Em 1999, ocorreu o primeiro locaute expressivo, quando liga e jogadores demoraram a chegar em um novo acordo coletivo de trabalho.

A década de encerraria com o nascimento de outro grande campeão, em meio a uma circunstância curiosa. O primeiro ano em que ocorreu um locaute expressivo na NBA foi 1999, quando liga e jogadores demoraram meses para decidir o novo acordo coletivo de trabalho. A temporada ficou parcialmente comprometida e os times disputaram apenas 50 jogos. (ROMANELLI, 2014d, p.5-6)

Esta década também foi quando o basquete marcou presença na grande mídia, com o crescimento de sua popularidade nos grandes centros, principalmente entre o público afrodescendente. Além disso, duas equipes canadenses entraram na liga. O ramo do entretenimento ingressou no meio, como a produção de vestuários e jogos voltados para o basquete.

O impulso serviu para os anos 1990 produzirem vários fatos culturais importantes para o basquete – como, por exemplo, o advento dos tênis de grandes companhias incorporados ao vestuário de atores e cantores de hip hop. Videogames, como NBA Jam, ajudaram a popularizar o estilo livre de jogo e o *streetball*, basquete de rua e sem regras, ganhou maior popularidade. (ROMANELLI, 2014d, p.6)

Os anos 2000 foi a grande década da internacionalização de dentro da NBA. Jogadores de vários lugares do mundo começaram a ser protagonistas de suas equipes e isso começou a atrair visibilidade de fora dos Estados Unidos, com vários jogos sendo transmitidos em outros países, inclusive no Brasil.

Ginobili, por sinal, foi um dos expoentes da expansão global da NBA que marcou a década. Nomes como Yao Ming (China), Leandrinho Barbosa, Anderson Varejão, Nenê Hilário (Brasil), Carlos Delfino e Luis Scola (Argentina) capitanearam uma invasão estrangeira que mudou a cara da NBA. (ROMANELLI, 2014e, p.3)

Se na década passada a NBA recebeu jogadores de vários países, a década atual vem sendo a expansão de sua marca mundialmente. Vários jogos vem sendo feitos em países que a liga acredita ser ótimos lugares para se investir, como o Brasil, China,

México e Inglaterra. Em 2013, a liga adotou o nome da estratégia de marketing como NBA Global Games. O sucesso foi tanto, que as equipes norte-americanas passaram a jogar não só entre elas, mas contra times do mundo todo.

3.1 A NBA no Brasil

A relação do Brasil com a NBA começou no final da década de 1980 e início da década de 1990. O primeiro atleta brasileiro que atuou na liga norte-americana foi Rolando Ferreira, que na temporada de 1988/89, disputou 34 minutos e somou nove pontos em sua carreira. Pode parecer pouco, mas o então jogador de 24 anos iniciou uma relação do país com a liga que cresce a cada dia.

Rolando foi o primeiro brasileiro a atuar no melhor basquete do mundo. Escolhido pelo Portland Trail Blazers na 26ª escolha de novatos da temporada 1988/89, o pivô, então com 24 anos, permaneceu na liga por uma temporada e entrou em quadra em 12 partidas oficiais. (MESA, 2014, p.2)

Após um hiato sem brasileiros na liga, o Houston Rockets resolveu apostar em Nenê Hilário em 2002. O atleta conquistou seu espaço na liga e por todos esses anos mostrou seu valor e em 2017 já com 35 anos, ainda se encontra em uma equipe forte que briga pelas primeiras colocações.

Leandrinho Barbosa foi o segundo jogador que conseguiu destaque na NBA. Contratado pelo Phoenix Suns em 2003, ele foi o primeiro brasileiro a conquistar um prêmio individual, sendo eleito o “melhor sexto homem” na temporada 2006/07.

Há quatro anos, quando o Brasil ainda engatinhava na NBA, ninguém acreditava que a liga mais poderosa do planeta poderia se render ao basquete verde-amarelo. Ou melhor, quase ninguém. O franzino Leandrinho, hoje com 1,91m e 85kg, jamais desistiu do sonho. E a primeira recompensa acaba de chegar. Um dia depois de comandar o Phoenix Suns na estreia dos playoffs, o ala-armador recebeu nesta segunda o título de melhor sexto homem da temporada. (ALVES, 2007, p.1)

Tiago Splitter chegou na liga em 2010, após grande destaque na liga espanhola, no qual ganhou vários prêmios. Chegou com status como um dos melhores atletas atuando na Europa e em 2014, se tornou o primeiro brasileiro a conquistar um título.

Um homem de 2,11m teoricamente só sonha alto. Mas nem nos seus maiores sonhos, Tiago Splitter imaginava que um dia ele seria campeão da NBA e que ao atingir tal glória ele também se tornaria o primeiro brasileiro a fazer

parte da galeria de vencedores da liga norte-americana de basquete, a mais valorizada do mundo. (ABRAMVEZT, 2014, p.1)

Anderson Varejão é o último brasileiro com certa notoriedade na NBA. Além de ser um bom pivô, o atleta possui um carisma como poucos e conquistou os torcedores por sua aparência e por ser amigo de LeBron James (um dos maiores jogadores da história)

É com certeza o jogador brasileiro de maior sucesso na história da NBA. Contratado em 2004 pelo Cleveland Cavaliers após ótima passagem pelo Barcelona-ESP, Varejão logo caiu nas graças da torcida. Sua vasta cabeleira é conhecida por todos na NBA e virou até peruca para os torcedores fanáticos. Foi o primeiro brasileiro a disputar uma final da liga com o mesmo Cavaliers mas sua equipe saiu derrotada. Na temporada 2009/10 foi escolhido para o segundo time de defesa da liga ao final da competição. Foram 12 anos defendendo o Cleveland onde disputou incríveis 591 partidas. (GALDINO, 2016, p.5)

3.1.1. A NBA na TV

As primeiras transmissões também começaram na década de 1990. A TV Bandeirantes iniciou aquelas que seriam as únicas ao vivo da televisão aberta até hoje. Com a narração de Luciano do Valle e comentários de Álvaro José, este foi o início de uma era que foi se expandindo ao longo dos anos.

No começo da década de 90, quem via as partidas da NBA na TV Bandeirantes ouvia aquela voz forte e empolgada nos comentários. Era de Álvaro José, que, ao lado do narrador Luciano do Valle, trazia as emoções da melhor liga de basquete do mundo pela primeira vez no Brasil. (BALASSIANO, 2012, p.1)

Também em meados da década de 1990, a ESPN, canal de origem norte-americana mas que possui espaço na grade de canais no Brasil já há mais de duas décadas, começou a transmitir a NBA.

No entanto, foi somente de alguns anos para a atualidade que o crescimento não só da liga, mas um esporte como todo vem ocorrendo no país. Uma das razões deste fenômeno, se dá por conta do processo e das estratégias de marketing que a liga vem aplicando nos últimos anos.

O número de grandes jogadores na NBA e de marcas importantes sendo quebradas é impressionante. O nível de caras como LeBron James, Stephen Curry e Kevin Durant... estatísticas mostram que a NBA está vivendo um momento mágico, e isso atrai torcedores. O fato de a liga ter aberto um escritório no Brasil também ajudou muito a divulgar o campeonato com suas

ações junto ao público e à imprensa aqui. (HARTENSEIN apud SETO, 2017, p.2)

O canal que faz parte do Grupo Disney, é detentor dos direitos de transmissão até a temporada 2024/2025. O crescimento de audiência vem sendo gradativo. Da temporada 2014/2015 para a 2015/2016, o aumento foi de 74%. Já de 2015/2016 para 2016/2017, houve um crescimento de 64%. Em quantidade, 4.2 milhões de pessoas assistiram aos jogos na ESPN, segundo dados do Kantar IBOPE (2017). Para a temporada 2017/2018, a emissora transmite 134 jogos da temporada regular.

Outro canal que desde 2015 percebeu os grandes resultados que a liga vem tendo no Brasil foi o Sportv, que fechou um contrato com a NBA para transmitir três jogos por semana, totalizando 92 partidas ao longo da temporada regular. Ainda sem possuir os direitos das finais – exclusivos da ESPN – o Sportv possui a exclusividade de transmitir as finais de uma conferência, enquanto seu canal rival transmite a outra, alternando entre as temporadas. O site oficial da liga no país, ainda é hospedado pelo site do canal.

Acho que o nível de crescimento foi uma surpresa, o tamanho do crescimento que nós tivemos. As finais de Conferência agora sendo transmitidas no SporTV, nunca havíamos tido uma audiência nem parecida. Tem a ver com a mais alta exposição dos jogos, no SporTV, nos outros parceiros, na internet, e também com o nível que tem aumentado todo ano. Ano passado foi um grande ano para o Steph Curry, para o Golden State e para outros times também, e esse ano foi diferente, com vários recordes sendo batidos, a NBA com uma pauta esportiva quase que diariamente, os nossos nove jogadores brasileiros trouxeram ainda mais atenção e isso fez com que o basquete crescesse muito no Brasil no último ano (DE MELLO apud CANEDO, 2017, p.2)

Outros canais também já fizeram parte da história de transmissões da NBA no Brasil. O Space, pertencente ao Grupo Turner, transmitiu a liga por seis anos se encerrando em 2015, quando começou a ser transmitido pelo Sportv. Inclusive, este seria o motivo do término do contrato, já que os executivos da Turner se sentiram incomodados com a ida da NBA para o outro canal.

O Sport + também chegou a realizar transmissões dos jogos. Ele foi criado em 2013 somente disponível na operadora Sky Brasil e encerrado em 2015.

3.1.2 A NBA na Internet

Com o surgimento e expansão da Internet, nossa cultura e tecnologia acabaram sendo transferidas para o novo meio de comunicação, gerando uma cultura de da virtualidade real. Este aspecto multimídia ou de convergência, acaba alterando as experiências humanas.

Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 1999, p.414).

Partindo de que a NBA é uma cultura que veio se popularizando com o passar dos anos no Brasil, na década de 2000 com o advento da internet, foram sendo criados incontáveis sites, blogs e perfis em redes sociais independentes, ou seja, sem a presença de grandes empresas, com bastante conteúdo sobre o tema. Existe espaço para este número significativo de várias mídias de informação, já que cada mídia possui uma maneira diferente de dialogar com seu público sobre o assunto.

Um dos primeiros e que se faz presente até os dias atuais, é o Jumper Brasil. Criado em 2006 por Gustavo Freitas e Tiago Vasconcellos, o site já teve o formato de blog e desde 2008, é reconhecido como um melhores portais de notícias independentes e embora exista quase nenhuma remuneração aos seus colaboradores, nunca ficou inativo neste período.

Desde 2015, o Jumper Brasil fechou uma parceria com o Diário Lance, um dos portais de notícias sobre esporte mais famosos no país. O acordo é somente sobre sua hospedagem, ou seja, o Jumper Brasil passou a ser o portal de notícias da NBA do Diário Lance, sem qualquer remuneração, mas gerando uma visibilidade até então nunca conquistada antes.

Já um dos blogs mais famosos com características singulares é o Bola Presa. Também com mais de uma década no ar, o blog é reconhecido no meio por possuir textos de análises extremamente longos, com bastante fundamentação no conteúdo.

Além disso, eles possuem um podcast semanal no qual já foram produzidos mais de 130 edições. Assim como os seus textos, os programas são maiores para seu formato (em média de 90 minutos) e geram interação com seus ouvintes, com um quadro do programa somente dos apresentadores respondendo perguntas do seu público.

É importante também destacar sites de notícias de times específicos da NBA. Dois exemplos de sites com longa data é o Spurs Brasil e o Lakers Brasil. Também

independentes, eles trazem o resumo de cada jogo de suas equipes, notícias relevantes e uma cobertura jornalística mais próxima que apenas neste formato de uma equipe pode conseguir.

Já as páginas de Facebook e contas do Twitter possuem uma comunicação mais direta – principalmente no Twitter – e oferecem ao seu público um imediatismo ainda maior do que sites e blogs sobre NBA.

É importante destacar que com a popularização da liga no Brasil, todas estas mídias digitais de informação tendem a também ir para outras mídias, por exemplo, além de existir o site Jumper Brasil, também existe o perfil no Facebook, no Twitter e no Instagram.

O objetivo deste trabalho é inclusive este, de criar uma nova plataforma de notícias de uma marca já existente.

3.1.3. Conteúdo audiovisual dedicado a NBA no Brasil

Ao longo dos anos, o desenvolvimento e crescimento da liga no Brasil foi aumentando cada vez mais e por razão disso, vários programas, principalmente de televisão, foram sendo criados.

O que possui maior visibilidade e alcance é o ESPN League, do canal ESPN. Antigamente com o nome “The Book is on the Table” que ficou no ar por dez anos, o programa foi repaginado após um acordo comercial com uma marca de cerveja.

Apesar de não falar somente da NBA e sim dos esportes americanos, o programa reflete o aumento de popularidade destes esportes no Brasil com boas audiências. Além disso, ele vem abrindo espaço para convidados especiais a cada semana, inclusive, para criadores de sites e blogs sobre a liga que possuem visibilidade.

O ESPN League também se mostra inovador ao trazer a mulher ao seu elenco de comentaristas. Recentemente, Paula Ivoglo foi contratada para comentar NFL, enquanto Alana Ambrosio chegou para comentar sobre a NBA.

Também da ESPN, o “NBA Countdown” é um programa semanal que é exibido através do site da emissora. Ele é apresentado por Gustavo Hoffman que introduz os assuntos da pauta, enquanto o comentarista Eduardo Agra discorre sobre o assunto. Além disso, o “NBA Countdown” recebe entrevistados especiais a cada semana, geralmente sendo jogadores ou ex-jogadores para falarem sobre o tema.

Na plataforma Youtube, o “Canal Chuá” apresenta um conteúdo sobre basquete e boa parte de seus vídeos é dedicado à NBA. Inclusive, eles possuem um quadro chamado “Rodada NBA”, em que exibe alguns jogos que se destacaram nas rodadas da semana.

Um dos recursos que mais chama a atenção do “Canal Chuá”, é a utilização de uma técnica muito comum na Internet chamada PiP (Picture in Picture), ou seja, cria-se uma pequena janela dentro do vídeo com a imagem do apresentador, enquanto a maior parte do vídeo é coberta por imagens das partidas.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO FINAL

Facilmente hoje se encontra no Youtube produções independentes dos mais variados assuntos. Da mesma forma que a cada dia novas produções são criadas, muitas não possuem sequência e os projetos acabam sendo deixados de lado.

Por isso, é necessário uma cautela no desenvolvimento das ideias a serem tratadas, para que não seja somente mais um conteúdo entre milhões que existem em um espaço cada vez mais utilizado e concorrido.

Para a construção do produto final proposto neste trabalho, foi desenvolvido um “programete” de pouco menos de sete minutos. Em uma sociedade tão corrida e as pessoas com pouco tempo, optou-se por não passar deste tempo de vídeo para não causar desinteresse por parte do público.

Sendo assim, foi criado o Semana Jumper. O nome é referente ao site Jumper Brasil que os vídeos serão veiculados e divulgados imediatamente após sua publicação no canal. A logomarca utilizada foi a do próprio site, já que toda a divulgação e veiculação será feita através dele.

A proposta inicial do projeto é ser veiculado uma vez na semana, com o programa indo ao ar nos domingos, dia em que a maioria do público-alvo tende a ter mais tempo livre para assistir aos vídeos.

O programa será apresentado por Pedro Nery, integrante do Jumper Brasil que possui conhecimento e experiência do assunto tratado já há dez anos. O mesmo elaborou a roteirização do conteúdo e também realizou o processo de edição. A filmagem ocorreu também em um quarto de sua residência, totalmente adaptado para o projeto.

A proposta do canal é promover um conteúdo conciso e rico em informações sobre o que aconteceu na NBA na última semana. Ele servirá de base para quem não dispõe de tempo livre durante semana para se manter atualizados sobre a liga.

5 PRÉ-PRODUÇÃO

É neste momento que é feito o planejamento. É aqui que existe a necessidade de criar um roteiro e fazer ajustes para ser aplicado a próxima etapa, que é a produção. Após ser realizado um “brainstorming”, as ideias foram sendo definidas para serem colocadas em prática e implementadas a longo prazo.

Outro dilema comum ao planejamento consiste na cultura de curto prazo que a maioria das organizações preconiza. Apesar de o planejamento ser de natureza estratégica, grande parte das empresas opera de forma tática e encontra enormes dificuldades em pensar a médio e longo prazos. (POLIZEI, 2011, p. 2)

5.1 A equipe

Esta produção audiovisual foi realizada por dois integrantes. A equipe foi designada para que cada integrante trabalhasse com pró atividade. O primeiro profissional realizou as funções de: Produtor, diretor, diretor de fotografia, técnico audiovisual, diretor de arte, câmera, efeitos visuais, efeitos sonoros, editor e montagem. O segundo profissional se atribuiu das seguintes funções: Roteirista, apresentador, figurinista, pauteiro, cenógrafo e trilha sonora.

5.2 Roteiro

Após a realização do “brainstorming”, inicia-se o processo de produção do roteiro do vídeo. Sendo assim, foi realizado uma coleta de informações para que a sequência dos fatos tomasse forma, tomando sempre o cuidado de pensar no macro do projeto.

O conceito com que todo roteirista deve lidar é o da visão fundamental da sequência dos eventos, e isso inclui não só os diálogos ditos pelos atores como também a atividade física que exercem, o ambiente que os cerca, o contexto dentro do qual a história se desenrola, a iluminação, a música e os efeitos sonoros, os figurinos, além de todo o andamento e ritmo da narrativa. (HOWARD; MABLEY, 1996, p. 30)

Para elaborar o roteiro do canal Semana Jumper, foi necessária uma estrutura na abertura e encerramento de vídeo com uma vinheta com a logo do site hospedeiro. Além

disso, as notícias que foram abordadas na produção serão deixadas os links que direcionará o público para o site com todas as informações do fato.

No vídeo produzido, o apresentador Pedro Nery realiza uma introdução sobre o que será mostrado como conteúdo. Na sequência, ele inicia a sequência das notícias divididas em tópicos para que o programa fique harmônico e com sentido.

Dessa forma, os primeiros assuntos tratados foram sobre as lesões de importantes jogadores no começo de temporada. Dando sequência, depois foi mostrado uma das equipes que vem ganhando destaque dentro da liga e posteriormente as equipes que postulam como os principais candidatos ao título.

Para finalizar, é mostrado uma notícia de demissão de um treinador e uma polêmica envolvendo um dos principais jogadores deste time. O vídeo se encerra com o apresentador chamando o público para visitar o site com todas as notícias sobre o tema.

5.3 Levantamento de custos de produção

O custo de um canal no Youtube é relativamente baixo, comparado a outras produções como televisão e cinema. Dessa forma, foram apontados todos os valores como: construção do cenário, figurino, transporte e combustível que foram subsidiados pelo produtor. Enquanto que equipamentos de luz, equipamentos de áudio, câmera, transporte e combustível foi subsidiada pelo diretor.

Todo este levantamento de custo é apresentado como um esforço de investimento pessoal. Somente desta maneira foi possível viabilizar toda a produção. O “Semana Jumper” é um canal considerado de baixo custo, mas com boas perspectivas de monetização através do plataforma de vídeos Youtube.

6 PRODUÇÃO

A fase da produção é onde ocorre as gravações. Adversidades fazem parte do percurso, mas saber lidar com elas é um processo de aprendizagem e conhecimento. Os profissionais entram em um acordo para definir o dia e horário de gravação. Neste momento, é feita uma checagem para que não falte nada e ocorra da forma desejada.

6.1 Logística técnica e operacional

Para que seja realizado um produto de alta qualidade, é necessário avaliar tudo o que envolve na questão técnica. Para isso, foi realizada uma logística de transporte de equipamentos para o local da gravação, residência de um dos integrantes. Dessa forma, foi possível o preparo necessário para que a imagem e áudio do vídeo saísse com boa qualidade para ser apresentada ao público.

6.2 Equipamentos

Uma produção audiovisual requer um grupo de equipamentos que se faz totalmente indispensável na realização de um projeto como este. O canal Sumper Brasil dispõe de todo este equipamento para sua produção, como câmera profissional, microfone de lapela, gravador de voz, iluminação adequada e tripé.

Figura 2: Câmera Panasonic GH3



Fonte: <http://www.panasonic.com>

Figura 3: Microfone lapela

Fonte: <http://www.google.com>

Figura 4: Gravador de áudio Zomm H1

Fonte: <https://www.google.com>

Figura 5: Tripé profissional Canon Deluxe 300

Fonte: <https://www.socameradigital.com.br/tripe-profissional-canon-deluxe-300.html>

6.3 Locações

Para a realização da gravação, foi identificada uma necessidade de realizar a gravação em uma área interna, pensando sempre na preocupação de não ocorrer nenhuma interferência externa de imagem ou principalmente som que pudesse atrapalhar o desenvolvimento do projeto.

Após uma reunião, foi decidido que o local a ser escolhido deveria ser de total domínio e controle dos profissionais, portanto, a escolha por um quarto fechado na residência de um dos integrantes foi a melhor opção disponível. Dessa forma, o local poderia ser devidamente preparado para a produção e os custos com locações seriam dispensados.

6.4 Figurino

Num canal que fala sobre basquete, a definição de um figurino adequado busca ir de encontro com uma cultura que o esporte traz envolvendo também seu visual. Por isso, optou-se por utilizar uma das camisas de um dos times da liga, o Los Angeles Lakers. A cor amarela da camisa fornece um bom contraste com um fundo acinzentado.

O figurino representa um forte componente na construção do espetáculo, seja no cinema, no teatro ou na televisão. Além de vestir os artistas, respalda a história narrada como elemento comunicador: induz a roupa a ultrapassar o sentido apenas plástico e funcional, obtendo dela um estatuto de objeto animado. Percorre a cena no corpo do ator, ganha a necessária mobilidade, marca a época dos eventos, o status, a profissão, a idade do personagem, sua personalidade e sua visão de mundo, ostentando características humanas essenciais e visando à comunicação com o público (LEITE; GUERRA, 2002, p. 62)

Neste tipo de cultura, a utilização de bonés de aba reta também é bastante comum. Por isso, optou-se por utilizar um na apresentação do programa. O público-alvo do vídeo se identificará com este tipo de figurino e se sentirá próximo.

Figura 6: Figurino do apresentador



Fonte: autor

6.5 Iluminação

O trabalho de iluminação foi completamente montado pelo diretor, que teve todo o cuidado para que não ficasse nenhuma sombra em qualquer parte do enquadramento. Foram utilizados uma lâmpada de 60w, dois leds de 300w com luz setada para 4000k e uma lâmpada de 15w para preenchimento.

Durante a gravação, foi tomado todo o cuidado possível para que aos movimentos do apresentador, não ocorresse nenhuma sombra ou qualquer variação de iluminação no decorrer do vídeo.

Figura 7: Lâmpada fluorescente 60w

Fonte: <http://lista.mercadolivre.com.br/iluminacao-residencial/lampada-fluorescente-60w>

6.6 Fotografia

Para produzir um programa de qualidade é necessário que as imagens sejam captadas com uma boa resolução. No entanto, além disso é importante que os

enquadramentos sejam feitos de acordo com a necessidade, visando agregar valor para a cena.

Desta forma, optou-se por utilizar no Semana Jumper somente o Plano Médio, tendo em vista que os programas já apresentados na Internet seguem esse padrão. É importante destacar que em vários momentos, o apresentador foi substituído por imagens das notícias que foram sendo mostradas no vídeo. Além disso, em determinada parte, foi elaborada uma arte para facilitar o entendimento do público sobre o tema tratado.

6.7 Cenário

A proposta da elaboração um cenário era extremamente importante na composição do trabalho. Com ele, seria agregado um valor crucial que dialogasse com o público, porém tomou-se o cuidado de não agregar muitos signos para que a composição não ficasse poluída e confusa.

Por isso, o fundo do cenário foi composto por um tecido com estampa de tijolos da cor cinza. Este tecido é feito para dar impressão de 3D (3 dimensões), gerando realismo ao cenário.

Para compor a imagem, foi custeado uma luminária no formato de uma bola de basquete, signo extremamente importante para o público-alvo. Esta luminária possuía um adesivo que ao ser colado na parede, dá a impressão de que o objeto estaria furando a parede.

Figura 8: Cenário



Fonte: Autor

6.8 Captação de áudio e vídeo

Para compor um programa de qualidade de áudio e vídeo, foi utilizado a câmera Câmera Panasonic GH3, juntamente com o tripé profissional Canon Deluxe 300 para dar estabilidade. O áudio foi captado através de um microfone lapela acoplado em um gravador de áudio Zomm H1.

6.9 Decupagem de material

Uma fase bastante importante na produção de um canal, é o momento da decupagem. É neste processo que é cortado todo o material que não será utilizado. Neste momento, um olhar diferenciado de quem está realizando a tarefa pode fazer toda a diferença no material produzido.

Durante todo o processo de decupagem o objetivo foi tirar o melhor do melhor, buscando formar um conteúdo com qualidade e com foco no que o programa buscava informar, sincronizando bem com a narração que ocorria durante o decorrer das imagens.

Dessa forma, podemos definir decupagem como: “Uma seleção, no material bruto, dos elementos úteis (os que são rejeitados constituem os cortes)”. (AUMONT, 1995, p. 54).

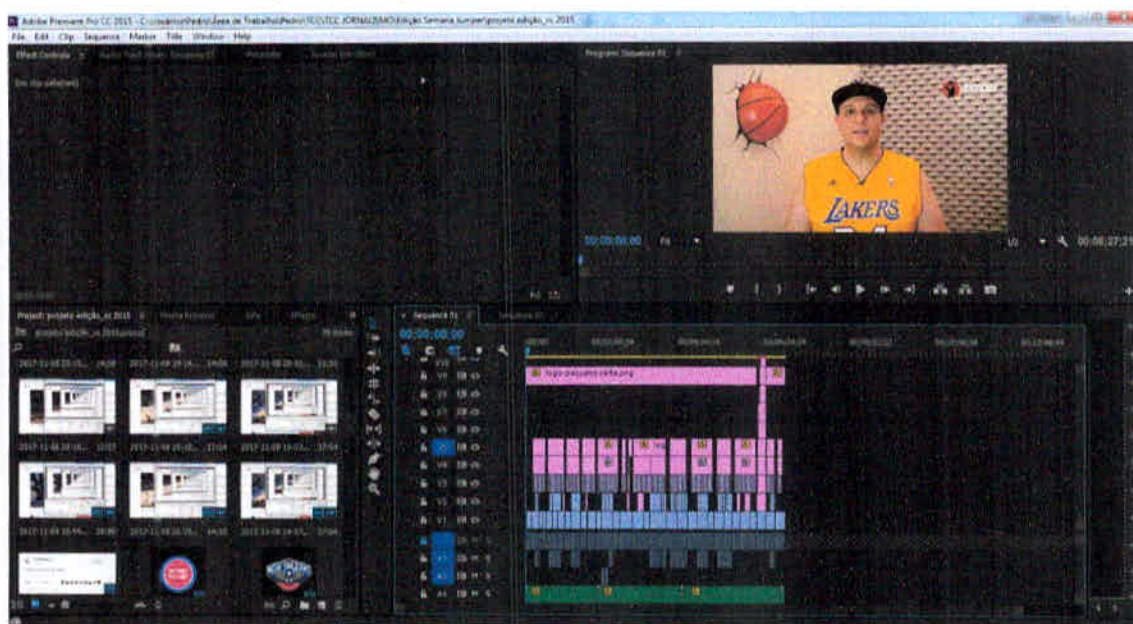
7 PÓS-PRODUÇÃO

Após o encerramento da gravação e escolha do material para decupagem, chegou a vez da pós-produção. É neste momento em que se trabalha todo o processo de edição de imagens, efeitos visuais e sonoros, inserção de imagens e caracteres previamente estipuladas no roteiro, entre outros recursos que foram sendo colocados para ser apresentado no Youtube de maneira correta e atrativa.

7.1 Montagem

Para a fase da edição do material, os programas utilizados foram da franquia da Adobe, sendo: Adobe Premiere CS6 e Adobe Premiere CC.

Figura 9: Imagem do Software Adobe Premiere em execução



Fonte: O autor

Após todo o conteúdo ser passado para um computador, foi aberto o programa Adobe Premiere e criado um projeto para iniciar o processo de edição. A partir daí, é criada uma linha do tempo onde os arquivos foram colocados para a sincronização de áudio e vídeo.

As imagens foram separadas em várias camadas de vídeos e colocadas na ordem em que entram em cena, enquanto o áudio foi sincronizado com o vídeo para haver harmonia no projeto. É importante destacar que houve uma preocupação constante para

que não ocorresse uma edição forçada, perdendo a credibilidade e realidade do vídeo gravado.

Todavia, a proximidade do vídeo com o computador, principalmente na área de pós-produção, permitiu o desenvolvimento de uma infinidade de recursos eletrônicos. A velocidade do surgimento desses novos recursos criou situações extremamente arriscadas para os videoartistas, uma vez que muitas vezes os limites da arte e da tecnologia se tornavam imprecisos. A diversidade de *softwares* criados para a área de vídeo permite atualmente a criação de trabalhos inteiros gerados eletronicamente dentro da ilha de edição, sem qualquer captação de imagens. (ARMES, 1999, p. 253)

7.2 Divulgação

Após o vídeo estar pronto, o processo de divulgação se dará através do site Jumper Brasil. No site, será divulgado um post com destaque para o programa e imediatamente após a publicação no Youtube, será divulgado em todas as suas mídias digitais o programa: Facebook, Twitter e Instagram.

Vale lembrar que, em razão de sua parceria com o Diário Lance, o programa será discutido com membros do Lance para que também seja veiculado em suas mídias.

8 CONCLUSÃO

O trabalho desenvolvido neste projeto teve como ponto de partida a percepção de que, apesar de tanto conteúdo que é veiculado na Internet, existe pouca exploração sobre NBA em um formato audiovisual. Além disso, pode-se notar que através da utilização de recursos digitais na criação de conteúdo, o áudio e vídeo segue como uma tendência na Internet, especificamente apresentado na forma de um produto para o Youtube.

Durante os estudos, foi importante perceber e entender de como surgiu a história do vídeo e suas modificações e adaptações ao longo dos anos. Em uma época de convergência, quem não se adapta acaba deixando de ser utilizado. Em um mundo cada vez mais tecnológico e moderno, as mídias estão cada vez mais se convergindo e atuando em vários segmentos.

Sobre o produto final, é de extrema importância que haja um conteúdo produzido especialmente para aqueles que não dispõem de tanto tempo para acompanhar sobre a NBA. Em um mercado em plena expansão, o assunto está sendo cada vez mais falado nas grandes mídias e atraindo mais pessoas. Após passar por todas as fases do projeto, o resultado foi bastante interessante, superando todas as expectativas criadas por seu autor. Dessa forma, foi engrandecedor o fato de que foi possível produzir um conteúdo de alta qualidade para um grande público.

Conclui-se então que o produto final apresentado está altamente qualificado para ser um dos pioneiros desta maneira de se fazer notícia, atendendo as tendências e gerando alta perspectiva de crescimento.

REFERÊNCIAS

- ABRAMVEZT, David. **Globoesporte.com**, São Paulo, 16 jun. 2014.
Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/basquete/noticia/2014/06/primeiro-brasileiro-campeao-da-nba-splitter-vive-sonho-custo-acreditar.html>> Acesso em: 22 out. 2017.
- ALVES, Rodrigo. **Globoesporte.com**, São Paulo, 23 abr. 2007.
Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/0,,AA1523276-5459,00.html>> Acesso em: 21 out. 2017.
- ARMES, Roy. **ON VIDEO: o significado do vídeo nos meios de comunicação**. Tradução George Schlesinger. São Paulo/SP: Summus, 1999.
- AUMONT, Jacques. **A estética do filme**. Tradução de Marina Appenzeller. São Paulo: Papyrus, 1995.
- BALASSIANO, Fábio. **Uol**, São Paulo, 24 out. 2012.
Disponível em: <<https://balanacesta.blogosfera.uol.com.br/2012/10/24/referencia-comentarista-alvaro-jose-relembra-com-saudade-comeco-da-nba-em-tv-aberta/>> Acesso em: 21 out. 2017.
- CARITÀ, Enrico. O olho universal. In: GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na Comunicação: do sílex ao silício**. Tradução Wilma Freitas Ronald de Carvalho. 3. Ed. Rio de Janeiro/RJ: Nova Fronteira, 1987. p. 281-374.
- CANEDO, Victor. **Sportv**. Estados Unidos, 06 jun. 2016.
Disponível em: <<http://sportv.globo.com/site/nba/noticia/2016/06/diretor-ve-nba-em-evolucao-no-pais-e-exalta-importancia-da-tv-no-processo.html>> Acesso em: 25 out. 2017.
- CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 6ª Ed.; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Impresso no Brasil, 2011. p. 10-87.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 322-447.
- GALDINO. **Abre o Jogo**. São Paulo, 13 jun. 2016.
Disponível em: <<http://blogabreojogo.blogspot.com.br/2016/06/os-brasileiros-da-nba.html>> Acesso em: 22 out. 2017.
- HOWARD, David; MABLEY, Edward. **Teoria e prática do roteiro**. Rio de Janeiro: Globo, 1996.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. p. 27-51
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEITE, A., GUERRA, L. **Figurino, uma experiência na televisão**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 23-84.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. Título Original: *Cyberculture*

MESA, Gustavo. **Band**, São Paulo, 10 out. 2014.

Disponível em: <<http://esporte.band.uol.com.br/noticia/100000713166/primeiro-brasileiro-da-nba-relembra-carreira.html,%20primeiro-brasileiro-da-nba-relembra-carreira>> Acesso em: 19 out. 2017.

NBA. **Data aproximada 2000**.

Disponível em: <http://www.nba.com/brasil/historia_nba_030814.html> Acesso em: 21 mar. 2017.

POLIZEI, Eder. **Plano de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning 2011.

ROMANELLI, Ricardo. **Jumper Brasil**, Curitiba, 20 set. 2014a

Disponível em: <<http://jumperbrasil.lance.com.br/2014/09/20/a-historia-da-nba-parte-1/>> Acesso em: 14 set. 2017.

ROMANELLI, Ricardo. **Jumper Brasil**, Curitiba, 26 set. 2014b

Disponível em: <<http://jumperbrasil.lance.com.br/2014/09/26/a-historia-da-nba-parte-2/>> Acesso em: 14 set. 2017.

ROMANELLI, Ricardo. **Jumper Brasil**, Curitiba, 02 out. 2014c

Disponível em: <<http://jumperbrasil.lance.com.br/2014/10/02/a-historia-da-nba-parte-3/>> Acesso em: 14 set. 2017.

ROMANELLI, Ricardo. **Jumper Brasil**, Curitiba, 25 out. 2014d

.Disponível em: <<http://jumperbrasil.lance.com.br/2014/10/25/a-historia-da-nba-parte-5/>> Acesso em: 14 set. 2017.

ROMANELLI, Ricardo. **Jumper Brasil**, Curitiba, 09 nov. 2014e

Disponível em: <<http://jumperbrasil.lance.com.br/2014/11/08/a-historia-da-nba-parte-6/>> Acesso em: 14 set. 2017.

SARTORI, Carlo. O olho universal. In: GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na Comunicação**: do sílex ao silício. Tradução Wilma Freitas Ronald de Carvalho. 3. Ed. Rio de Janeiro/RJ: Nova Fronteira, 1987. p. 249-341.

SETO, Guilherme. **Folha**, São Paulo, 01 jun. 2017.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/06/1889331-boom-da-nba-faz-espn-ter-aumento-de-audiencia-em-64-nos-playoffs.shtml>> Acesso em: 12 jun. 2017.

APÊNDICE – Roteiro Completo

Vídeo/Imagens	Áudios	Letter	Trilhas/sons	Tempo
Vídeo - Semana Jumper				
Vinheta	Logo em movimento (animação)			00'' – 05''
Saudação Background: Logo Apresentador	Olá pessoal, está começando mais um Semana Jumper! E no vídeo de hoje, nós vamos falar dessas primeiras duas semanas de temporada 2017/2018 da NBA, que começou no dia 17 de outubro.		Background: MK 2 - Tarantula	05'' – 15''
Apresentador Imagens da lesão do Gordon Hayward	E logo no jogo de estreia, entre Boston Celtics e Cleveland Cavaliers, aconteceu uma das lesões mais chocantes em muito tempo. <u>O ala Gordon Hayward, que estreava com a camisa do Celtics, nos primeiros minutos de jogo caiu de mal jeito e torceu o tornozelo esquerdo.</u> <u>O lance foi tão feio, que deixou os jogadores dos dois times em choque e a partida ficou parada por vários minutos.</u> Para quem quiser ver o vídeo da lesão, eu vou deixar aqui na descrição, mas se prepara porque foi realmente assustador. Resultado: uma das contratações mais impactantes na liga está fora desta temporada.	Título: Hayward está fora da temporada Subtítulo: Ala lesionou em jogo de estreia	Sobe som	15'' – 37''
Apresentador Vídeo da lesão do Jeremy Lin	E antes fosse só ele que está machucado. <u>Também em seu primeiro jogo, Jeremy Lin sofreu uma ruptura do tendão da patela do joelho direito.</u> <u>Só pelo tempo para falar dessa lesão, dá pra ver que é coisa séria. Ele até demorou pra entender o que</u>	Título: Lin rompe tendão e perde a temporada Subtítulo: Armador caiu desajeitado em lance	Sobe som	37'' – 1'05''

	<p><u>de fato tinha acontecido e depois chegou a chorar.</u> Pra vocês terem uma ideia, é a mesma lesão que o Ronaldo Fenômeno sofreu antes da Copa de 2002.</p>			
<p>apresentador</p> <p>vídeo da lesão de Milos Teodosic</p>	<p>Outra perda lastimável é a de Milos Teodosic. O sérvio que é considerado um dos principais armadores do basquete internacional, chegou à NBA neste ano cercado de muitas expectativas.</p> <p><u>O jogador de 30 anos sofreu uma fascite plantar no pé esquerdo, em outras palavras, a famosa dor na sola do pé. O tempo de recuperação varia de acordo com o jogador, mas espera-se que ele ainda desfalque o Clippers por algumas semanas.</u></p>	<p>Título: Teodosic é desfalque por tempo indeterminado</p> <p>Subtítulo: Sérvio chegou à NBA cercado de expectativas</p>	Sobe som	1'05" – 1'28"
<p>apresentador</p> <p>imagem Mirotic e Portis</p> <p>imagem luva de boxe</p>	<p>Falando ainda de lesão, mas causada de um jeito diferente, aconteceu uma briga interna no Chicago Bulls no primeiro dia da temporada.</p> <p><u>Nikola Mirotic e Bobby Portis saíram na mão.</u> Mirotic sofreu fraturas no maxilar e teve concussão. Ele está fora das quadras por tempo indeterminado. Já Portis recebeu uma suspensão de oito jogos da franquia e deverá estreiar nos próximos embates da equipe.</p>	<p>Título: Mirotic e Portis brigam no Bulls</p> <p>Subtítulo: Espanhol está hospitalizado; Portis suspenso</p>	Efeito sonoro: ringue	1'28" – 1'51"
<p>apresentador</p> <p>vídeo lances do Celtics</p>	<p>Agora falando de coisa boa, o Boston Celtics após perder seus dois primeiros confrontos, engatou uma sequência de sete vitórias seguidas e lidera a conferência leste</p> <p><u>Mesmo sem Hayward, a equipe treinada por Brad Stevens vem sendo comandada por Kyrie Irving, com médias de 22.5 pontos, 5,7 assistências e 2.6 roubadas de bola</u></p>	<p>Título: Celtics engatam 7 vitórias seguidas</p> <p>Subtítulo: Irving lidera time de Brad Stevens</p>	<p>Background: Silent Partner- Slide</p> <p>Sobe som</p>	1'51" – 2'26"

	<p><u>por jogo. Além dele, os jovens Jaylen Brown e Jason Tatum vêm tendo ótima produção e contribuindo bastante.</u></p> <p>Vale lembrar que sobraram somente quatro jogadores da campanha passada e mesmo com tantas mudanças, Brad Stevens conseguiu aplicar seu sistema de jogo que vem dando muito certo.</p>			
<p>apresentador</p> <p>imagens dos jogadores contratados</p> <p>imagem do técnico Tyron Lue</p> <p>vídeo de jogadas de LeBron James</p>	<p>Já o seu principal concorrente de conferência, o Cleveland Cavaliers não começou a temporada muito bem das pernas. Mesmo cedendo Irving para o Celtics, a franquia se reforçou bastante na offseason, trazendo Derrick Rose, Dwyane, Wade, Jae Crowder e Isaiah Thomas. O baixinho ainda não se recuperou de uma lesão sofrida no quadril e deve estreiar só em janeiro.</p> <p>Apesar de tantos nomes de peso, os atuais campeões do Leste venceram somente quatro partidas em nove disputadas. O técnico Tyron Lue afirmou que os reforços estariam intimidados por jogar ao lado de LeBron James e que leva um tempo até eles se acostumarem com o astro e se soltarem.</p> <p>Já Lebron, declarou em uma entrevista que dava pra notar o desgaste dentro e fora de quadra e que o time teria que se ajustar ao longo do campeonato.</p> <p><u>Enquanto o coletivo não funciona, Lebron vai liderando sua equipe às vitórias e foi o que aconteceu na partida contra o Washington Wizards, quando ele anotou incríveis 57 pontos, além de pegar onze rebotes e dar sete assistências.</u></p> <p><u>Esta foi a sua segunda maior</u></p>	<p>Título: Cavs tropeça em começo de temporada</p> <p>Subtítulo: Equipe vem jogando mal neste início</p> <p>Título: Reforços estariam intimidados por LeBron</p> <p>Subtítulo: LeBron: “Ajustes devem ser feitos durante o campeonato”</p> <p>Título: LeBron tem atuação fantástica com 57 pontos</p> <p>Subtítulo: Esta foi sua 2ª maior marca da carreira</p>	Sobe som	1'51" – 3'36"

	<p><u>pontuação na carreira (o recorde é de 61 contra o Miami Heat em 2014) e se igualou ao Kyrie Irving como maior pontuador em uma partida na história do time de Cleveland.</u></p>			
<p>Apresentador</p> <p>Vídeos de lances de Giannis Antetokounmpo</p>	<p>Apesar desta atuação épica do LeBron, quem sai na frente na corrida pelo MVP é Giannis Antetokounmpo. <u>O grego de 22 anos vem tendo atuações fantásticas pelo Milwaukee Bucks, mesmo com uma campanha até aqui regular de sua equipe, que soma quatro vitórias e cinco derrotas.</u></p> <p><u>Com médias de 31.0 pontos, 9.9 rebotes e 5.0 assistências, ele lidera sua equipe em todos esses quesitos. Além disso, vem mostrando que pode sim existir um outro sistema de jogo além das bolas de três pontos que vem dominando a NBA nos últimos tempos.</u></p>	<p>Título: Antetokounmpo na frente pelo MVP</p> <p>Subtítulo: Grego vem tendo jogos fantásticos pelo Bucks</p>	<p>Sobe som</p> <p>Background: Gunnar Olsen – Park Bench</p>	<p>3'36" – 4'08"</p>
<p>Apresentador</p> <p>Vídeo Curry e Durant sendo expulsos</p>	<p>E por falar em bolas de três pontos, vamos para a conferência oeste. O Golden State Warriors também não começou a temporada embalado, perdendo duas das três primeiras partidas, inclusive com Curry e Durant sendo expulsos do jogo contra o Grizzlies.</p> <p><u>O armador arremessou seu protetor bucal que acabou acertando um dos árbitros. Já Durant foi excluído depois de reclamar acintosamente. Ele ainda respondeu as provocações dos torcedores sinalizando que possuía um anel de campeão. Só que o gesto pode ser mal compreendido por ter mostrado o dedo do meio.</u></p> <p>Depois disso, parece que as coisas</p>	<p>Título: Warriors perde dois dos três primeiros jogos</p> <p>Subtítulo: Curry e Durant foram expulsos em partida</p>	<p>Sobe som</p>	<p>4'08" – 4'47"</p>

	voltaram ao normal, com a equipe vencendo cinco dos últimos seis duelos e já ocupando a terceira colocação na conferência oeste.			
apresentador vídeo lances do Rockets	<p>Quem lidera a disputada conferência Oeste é o Houston Rockets, com sete vitórias em dez jogos. <u>Apesar da ausência de Chris Paul, principal contratação da franquia para a temporada, que machucou o joelho e está fora por um mês, James Harden continua como um dos melhores da liga.</u></p> <p><u>Eleito técnico do ano da última temporada, Mike D'Antoni continua com seu sistema de jogo que deu muito certo no ano passado e o Rockets vem como um dos principais adversários do Warriors nas fases decisivas de playoffs.</u></p>	<p>Título: Rockets lidera conferência Oeste</p> <p>Subtítulo: Harden comanda equipe com sistema de jogo ofensivo</p>	Sobe som	4'47" – 5'14"
apresentador print do Tweet de Bledsoe parte da possível	<p>Do outro lado da tabela, o Phoenix Suns perdeu os três primeiros jogos de maneira vexatória, levando <u>386 pontos somados e tratou logo de demitir Earl Watson.</u></p> <p>Para piorar ainda mais a situação, o armador Eric Bledsoe declarou em sua conta do Twitter a seguinte frase: <u>"Eu não quero estar aqui". Desde então, ele não vem sendo aproveitado por Jay Triano, assistente que vem comandando a equipe até a contratação de outro treinador.</u></p> <p>Além disso, Bledsoe vem tendo seu nome envolvido em rumores de trocas com vários times da liga. O rumor mais forte seria uma troca envolvendo o Detroit Pistons e o New Orleans Pelicans. <u>O Pistons receberia Bledsoe, enquanto o Suns adquiriria os pivôs Alexis Ajinca e Omer Asik do Pelicans, além das</u></p>	<p>Título: Crise no Suns: Watson demitido</p> <p>Subtítulo: Bledsoe pede para sair</p> <p>Tarja: 386 pontos em 3 jogos</p>		5'14" – 6'18"

<p>oca</p> <p>vídeos de lances de Bledsoe</p>	<p><u>escolhas de primeira rodada de 2019 do Pistons. Já o Pelicans ficaria com o armador Reggie Jackson.</u></p> <p><u>Bledsoe luta para conseguir ficar em quadra desde a temporada 2013/2014. Nas duas últimas campanhas, ele perdeu 72 jogos por lesão ou decisão da franquia. Vamos aguardar os próximos episódios dessa novela.</u></p>	<p>Título: Bledsoe perdeu 72 jogos em duas temporadas</p> <p>Subtítulo: Armador deverá ser negociado em breve</p>	<p>Sobe som</p>	
<p>apresentador</p>	<p>Vale lembrar que essas e outras informações sobre a NBA você encontra <u>no jumperbrasil.lance.com.br.</u></p> <p><u>Eu vou deixar na descrição os links das notícias que foram faladas neste vídeo. Eu vou ficando por aqui. Valeu e até a próxima!</u></p>	<p>Título jumperbrasil.lance.com.br</p> <p>Subtítulo: Notícias na descrição do vídeo</p>		<p>6'18" – 6'32"</p>