



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO**

**FERNANDA SPÍNOLA DE ALMEIDA**

**PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO  
PORTAL PASSE DELAS: UMA NOVA NARRATIVA DO FUTEBOL FEMININO EM  
SERGIPE**

São Cristóvão/SE  
2025



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO**

**FERNANDA SPÍNOLA DE ALMEIDA**

**PROJETO EXPERIMENTAL EM JORNALISMO  
PORTAL PASSE DELAS: UMA NOVA NARRATIVA DO FUTEBOL FEMININO EM  
SERGIPE**

Projeto Experimental em Jornalismo apresentado como requisito básico para a aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Jornalismo do Centro de Educação e Ciências Humanas da Universidade Federal de Sergipe.

**Orientador:** Josenildo Guerra

São Cristóvão/SE

2025

## **A GRADECIMENTOS**

Agradeço a mim mesma por toda coragem nesses quatro anos. Ao meu professor e orientador, Josenildo Guerra, que aceitou embarcar neste projeto de corpo e alma. Ao meu pai, Sérgio Almeida, que esteve ao meu lado durante toda a minha trajetória e foi meu melhor amigo em todos os momentos. À Ailly, minha psicóloga — e, acho, amiga — que me manteve sã durante todo esse processo que é o TCC. E a todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização deste trabalho.

## RESUMO

Com dois times de futebol tradicionais, o estado de Sergipe é conhecido pela disputa acirrada e emocionante entre Confiança e Sergipe. Durante as competições de futebol masculino, a cidade de Aracaju se divide em duas cores, azul e vermelho. No entanto, enquanto essa rivalidade histórica se destaca entre os homens, apenas um dos clubes, a Associação Desportiva Confiança, possui um time feminino ativo. Mesmo após conquistas significativas, como o Campeonato Estadual de Futebol Feminino de 2023, a cobertura da modalidade feminina continua escassa e pouco conhecida pelos sergipanos. A falta de material jornalístico nos veículos locais tornou evidente a necessidade de criar um espaço para dar voz e visibilidade a essas atletas. Diante dessa realidade, o *Passe Delas* é um projeto experimental que, por meio de reportagens, notícias e entrevistas, se propõe a ser um veículo digital dedicado à cobertura jornalística do futebol feminino. O projeto utiliza o WordPress para a hospedagem do site e conta com quatro mídias sociais — Instagram, TikTok, X e YouTube. Seu objetivo é abordar não apenas a preparação das jogadoras para as competições e os campeonatos que elas participam, mas também o envolvimento familiar, abrangendo desde os sonhos até os direitos dessas mulheres. Todos esses canais serão utilizados tanto para promover o site quanto para disseminar informações e aumentar o reconhecimento do futebol feminino sergipano. Assim, o *Passe Delas* visa não apenas preencher a lacuna na cobertura desse esporte, mas também fomentar um ambiente onde as conquistas e histórias das atletas do estado possam ser contadas e acompanhadas pela mídia sergipana e nordestina.

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo; futebol feminino; futebol nordestino; empreendedorismo; mídia independente.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Capa da edição nº1106 da Revista Placar .....	25
<b>Figura 2</b> – Principal razão para não acompanhar o futebol feminino .....	40
<b>Figura 3</b> – Paleta de cores .....	42
<b>Figura 4</b> – Logo na vertical .....	44
<b>Figura 5</b> – Logo na horizontal .....	45
<b>Figura 6</b> – Logo para a aba do site .....	45
<b>Figura 7</b> – Template inicial para as redes sociais .....	46
<b>Figura 8</b> – Template final para as redes sociais .....	47
<b>Figura 9</b> – Protótipo desenhado para o site .....	48
<b>Figura 10</b> – Versão final do menu .....	48
<b>Figura 11</b> – Página do Passe Delas no Catarse .....	51
<b>Figura 12</b> – Página inicial do site do Passe Delas .....	69
<b>Figura 13</b> – Bloco do site com tabela de jogos .....	70
<b>Figura 14</b> – Banner no site do projeto .....	70
<b>Figura 15</b> – Bloco para demais reportagens .....	71
<b>Figura 16</b> – Seção de notícias do Passe Delas .....	72
<b>Figura 17</b> – Seção de reportagens do Passe Delas .....	73
<b>Figura 18</b> – Página do Quem Somos do projeto .....	74
<b>Figura 19</b> – Matéria do Passe Delas mostrando erro da FSF .....	77
<b>Figura 20</b> – Parte do suposto plágio na legenda da publicação da página .....	79
<b>Figura 21</b> – Notícia feita pelo Passe Delas .....	80
<b>Figura 22</b> – Machucado no joelho ocasionado pelo gramado mal cuidado .....	83
<b>Figura 23</b> – Atleta ferida devido às más condições do gramado .....	84
<b>Figura 24</b> – Gramado do Anchieta durante a 4 <sup>a</sup> rodada .....	84
<b>Figura 25</b> – Atleta sendo retirada de maca após suposta torção .....	85
<b>Figura 26</b> – Notícias diferentes sobre as conquistas dos times .....	86
<b>Figura 27</b> – Chat de mensagens entre a autora e a página não identificada .....	87
<b>Figura 28</b> – Mesa de premiações .....	88
<b>Figura 29</b> – Final do Campeonato Sergipano de Futebol Feminino .....	90
<b>Figura 30</b> – Arte do Passe Delas para a consagração do campeão .....	90
<b>Figura 31</b> – Relatório do Instagram sobre o alcance do projeto .....	91

<b>Figura 32</b> – Arte de pré-jogo da final .....	92
<b>Figura 33</b> – Arte da tabela do campeonato .....	93
<b>Figura 34</b> – Relatório de cidades que o público alvo se encontra.....	96

## **LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1</b> – Funções editoriais .....	53
<b>Quadro 2</b> – Produtos oferecidos ao público .....	54
<b>Quadro 3</b> – Calendário das Competições Femininas em Sergipe 2025.....	57
<b>Quadro 4</b> – Síntese de conteúdo .....	58
<b>Quadro 5</b> – Mapeamento de fontes.....	60
<b>Quadro 6</b> – Escala de cobertura dos jogos do campeonato feminino .....	76

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Valor investido nos dois primeiros meses do projeto .....	52
<b>Tabela 2</b> – Estrutura detalhada de custos variáveis e fixos mensal .....	55
<b>Tabela 3</b> – Margem de despesas e receitas atuais .....	56
<b>Tabela 4</b> – Despesas dos próximos anos.....	62
<b>Tabela 5</b> – Venda de Anúncios Publicitários Anual .....	63
<b>Tabela 6</b> – Receita estimada com o Apoie Anual .....	63
<b>Tabela 7</b> – Resumo das receitas estimadas Anual.....	64

## **LISTA DE SIGLAS**

FSF	Federação Sergipana de Futebol
UFS	Universidade Federal de Sergipe
USP	Universidade de São Paulo
JPEG	Joint Photographic Experts Group
JPG	Joint Photographic Experts Group

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	12
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 Jornalismo Especializado.....	16
2.2 Responsabilidades do Jornalismo .....	17
2.3 Ética no jornalismo .....	19
2.4 Gêneros jornalísticos.....	20
2.5 Agenda pública no jornalismo esportivo .....	22
2.6 Futebol feminino e a mídia .....	24
2.7 Novo ecossistema de mídias .....	29
3. PASSE DELAS .....	33
3.1 Conceito .....	33
3.2 Objetivos .....	33
4.2.1 Objetivos gerais .....	33
3.2.2 Objetivos específicos .....	33
4. JUSTIFICATIVA.....	35
5. DIRETRIZES EDITORIAIS .....	36
5.1 Projeto Editorial .....	36
5.2 PÚBLICO ALVO IDEALIZADO.....	38
5.2.1 Perfil dos respondentes .....	39
5.2.2 Consumo de informação sobre o futebol feminino.....	39
5.2.3 Engajamento com o futebol feminino.....	39
5.2.4 Análise e implicações .....	39
5.3 PÚBLICO ALVO ALCANÇADO .....	40
5.3.1 Perfil do PÚBLICO-ALVO no Instagram .....	40
5.4 CONCEPÇÃO VISUAL .....	41

5.4.1 Conceito .....	41
5.4.3 Tipografia.....	42
5.4.4 Logotipo.....	44
5.4.5 Aplicação da Identidade Visual .....	45
5.5 Modelo de Negócios .....	49
5.5.1 Segmento de Clientes.....	49
5.5.2 Proposta de Valor.....	49
5.5.3 Canais .....	50
5.5.4 Relacionamento com os Clientes .....	50
5.5.5 Fontes de Receita .....	50
5.5.6 Recursos Principais .....	51
5.5.7 Recursos Humanos .....	53
5.5.8 Atividades-Chave.....	53
5.5.9 Parcerias Principais .....	54
5.5.10 Estrutura de Custos .....	54
5.7 Plano de Trabalho .....	57
5.8 Plano de Conteúdo .....	60
5.9 Plano de Produção .....	61
5.10 Custos e Investimentos .....	62
5.11 Receitas .....	63
5.12 Memorial Descritivo .....	65
5.12.1 Pré-Cobertura.....	65
5.12.2 Mudanças no Campeonato .....	67
5.12.3 Site .....	68
5.12.4 Campeonato Sergipano de Futebol feminino.....	74
5.12.5 Redes Sociais .....	91
5.12.6 Pós cobertura do campeonato .....	93

5.12.7 Apuração .....	94
5.12.8 Conclusão.....	95
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97
ANEXO A – CONTRATO ESTABELECIDO ENTRE PROGRAMADOR E A AUTORA .....	100

## **1. INTRODUÇÃO**

O projeto experimental desenvolvido propõe a criação de um produto jornalístico focado no futebol feminino em Sergipe, nomeado de ‘Passe Delas’. A iniciativa surge de uma necessidade de preencher uma lacuna existente na cobertura jornalística local, que ainda não cobre com frequência o futebol praticado por mulheres na região.

No decorrer do curso, me apaixonei pela área esportiva, em específico, o futebol feminino. Embora eu tenha feito alguns trabalhos acadêmicos focados nessa área, existia uma grande dificuldade ao pesquisar sobre o assunto nos veículos de comunicação locais. Diante desse obstáculo pessoal, surgiu o questionamento: será que outras pessoas também enfrentam essa mesma dificuldade?

O estado de Sergipe possui dois clubes tradicionais que fomentam uma rivalidade geracional, Confiança e Sergipe, porém, apenas um deles possui um time feminino ativo, que iniciou em 2023 e conquistou o Campeonato Sergipano Feminino do mesmo ano. Apesar de ser o maior campeonato de futebol do estado que estimula o lado torcedor de cada sergipano na modalidade masculina, a cobertura não só dessa competição, como as demais continua sendo negligenciada e invisibilizada, dificultando a possibilidade de acompanhar o esporte. Segundo Martins e Moraes (2007), ainda não existe tratamento igualitário por parte da mídia quando falamos de futebol. Os autores destacam o silêncio persistente dos veículos de comunicação, mesmo em eventos de grande destaque, como os Jogos Olímpicos, em relação ao futebol praticado por mulheres.

Não interessa qual país e evento são estudados, os resultados consistentemente mostram que os esportes envolvendo mulheres são proporcionalmente mal representados na mídia esportiva e considerados como de menor emoção e de menor dignidade para 42 notícias do que os esportes envolvendo homens. (Sterkenburg; Knoppers apud Martins & Moraes, 2007, p.70)

Inicialmente, a minha intenção era desenvolver uma monografia que abordasse o descaso da mídia e do Estado em relação ao futebol feminino. No entanto, a escassez de material jornalístico disponível na internet e nas bibliotecas municipais de Aracaju tornaria uma missão quase impossível a abordagem do tema. Então, ao invés de criar mais um conteúdo sobre esse esporte que poderá ficar guardado na gaveta, por que não desenvolver um meio, diferente dos

outros, que desse voz e espaço a essas atletas e a toda uma comunidade que as acompanha e resiste à falta de informação?

Dessa forma, tornou-se inevitável a necessidade de criar esse ambiente para discutir todas essas questões não expostas e nem aprofundadas pela imprensa sergipana. Diferente dos demais veículos, o projeto busca não apenas noticiar a população sobre os campeonatos, mas humanizar essas jogadoras, mostrar como a participação de famílias influencia no resultado dessas coberturas e contar o que estar por trás de todo um sistema predominantemente masculino que segregava as competições femininas.

Para entender algumas problemáticas como a falta de público nos jogos, investimento e apoio da mídia impactam esse esporte, foi preciso conversar com atletas e mulheres que atuam na área. Ainda nessa perspectiva, precisei reunir informações com o objetivo de conhecer de maneira mais aprofundada o assunto, além de analisar o calendário apresentado pela Federação Sergipana de Futebol (FSF) para o Campeonato Sergipano de Futebol Feminino de 2024 e observar o comportamento da FSF e do Estado em relação à competição. Isso porque, o campeonato foi a competição experimental que colocou o projeto em prática. Com os resultados, percebi que há um descaso maior do que o esperado. Durante todo o processo da competição, a FSF se negou a dialogar com a Secretaria de Estado do Esporte e Lazer de Sergipe para solicitar auxílios para os times, como investimentos na competição ou transporte para equipes do interior. Além disso, as informações divulgadas no site da Federação sobre o futebol feminino estão constantemente desatualizadas, dias após os jogos, e carecem da divulgação do calendário organizado, uma vez que os jogos do campeonato sofreram alterações frequentes. Após o término da competição, a plataforma da FSF ainda não havia recebido nenhuma atualização sobre o placar da partida final, as equipes que estavam competindo e outros detalhes sobre o jogo.

Essa conduta da federação não reflete apenas uma má gestão e organização, mas também uma cultura enraizada em disputas de espaço e poder, que não considera os diversos aspectos necessários para olhar o futebol feminino sob uma perspectiva estratégica e global, envolvendo o esporte, a gestão e a formação de públicos.

É preciso uma mudança cultural para que de fato as mulheres recebam o incentivo necessário na profissão. Urge a necessidade de uma maior visibilidade da prática do esporte por mulheres na cobertura da mídia. A disseminação de um discurso mais equânime acerca da participação de

homens e mulheres em um esporte que se configura como fenômeno social e popular, como o futebol, é também promover uma mudança na cultura e na sociedade. (Januário, 2017, p.43)

Diante dessa realidade e com base no que é apontado por Januário, o *Passe Delas* se propõe a ser uma plataforma que contará as histórias, desafios e conquistas das mulheres no futebol, em um espaço frequentemente ignorado pela mídia convencional. A criação de um site e das mídias sociais é fundamental para conectar a plataforma ao público e mantê-lo informado sobre as competições e temas relacionados à modalidade. Dessa forma, o projeto busca se consolidar como um veículo independente e especializado, promovendo maior conhecimento e reconhecimento do futebol feminino na região. A mídia teve (e ainda tem) sua importância tanto na produção quanto na interpretação de sentidos que tangem esse esporte e, principalmente, na propagação do mesmo (Telles, p.25, 2017).

Antes de estruturar o projeto, foi essencial entender a quem o produto se destinaria e se seria capaz de suprir a demanda de jogos e acontecimentos da modalidade que não recebem cobertura jornalística da mídia tradicional. Para que o *Passe Delas* fosse desenvolvido, cada área foi tratada como um organismo, onde cada parte depende da outra para funcionar de maneira eficaz e integrada. Assim, foi elaborado um modelo de negócios do Canvas, que abrange desde os segmentos de clientes até a estrutura de custos. Além de uma agenda preliminar de pautas, também foi feito um cronograma para organizar quais jogos seriam cobertos nesse primeiro instante.

Após uma série de pesquisas sobre qual plataforma mais se adequaria ao que foi idealizado para o produto, o Wordpress foi recomendado pelo programador que auxiliou na criação do site. O desenvolvimento do site teve início em outubro, com o objetivo de estar em funcionamento até o meio de novembro. Para engajar o conteúdo produzido pelo portal, foi definido que as mídias sociais fizessem parte do projeto, em específico, o Instagram, X, Tiktok e Youtube. Essas redes sociais foram escolhidas uma por uma com o objetivo de possibilitar interações e compartilhamento de conteúdo, além de criar um canal para a divulgação das notícias produzidas. Cabe pontuar que todos os materiais disponibilizados nessas plataformas são gratuitos.

Ainda na implantação do produto como um negócio, foi preciso destacar quais seriam as atividades-chave. Logo, essas atividades incluem a produção de reportagens e conteúdo visual, cobertura de eventos e jogos, gerenciamento das mídias sociais e estratégias de marketing para atrair novos leitores e aumentar a visibilidade do futebol feminino em Sergipe.

Os custos do projeto contemplam tanto despesas fixas quanto variáveis, garantindo a viabilidade e a sustentabilidade da iniciativa.

O projeto experimental utilizou da revisão de literatura, entrevistas e pesquisas, para elaboração da sua linha editorial e reportagens. Com foco específico no futebol feminino sergipano, o site foi planejado para coincidir com a cobertura do Campeonato Sergipano de Futebol Feminino de 2024. O desenvolvimento do site foi concluído em meados de novembro, e durante esse período, foram destinadas três semanas para a elaboração das matérias que seriam publicadas no lançamento do portal. Esse período foi essencial para arquitetar um lançamento virtual que auxiliou na divulgação do produto.

O *Passe Delas* pretende oferecer um jornalismo especializado, voltado para o público feminino e amantes do futebol. Com reportagens, entrevistas, artes gráficas, o produto busca retratar, de forma eficiente e informativa, o cenário do futebol feminino em Sergipe e das atletas que fazem parte dele.

## 2. PASSE DELAS

### 2.1 Conceito

O Passe Delas é um projeto experimental jornalístico dedicado à cobertura do futebol feminino em Sergipe. Com foco em ser um portal esportivo, o projeto se posiciona como um espaço de narrativas onde atletas, familiares e apaixonados pela modalidade, historicamente marginalizados pela mídia tradicional, possam ter a opção de acessar conteúdos relacionados a modalidade.

A proposta do produto não se limita a uma cobertura factual, mas também a informações que apresentam perspectivas sobre a comunidade esportiva feminina. A criação deste não visa apenas documentar e registrar competições esportivas que têm pouca referência na mídia local, mas também fortalecer uma estrutura que pede por visibilidade há décadas, além de fornecer um ambiente onde as histórias de quem compõe o universo desse esporte possam ser contadas, abordando desde questões familiares até a preparação, saúde e comportamento.

### 2.2 Objetivos

#### 4.2.1 Objetivos gerais

O projeto tem como finalidade criar uma plataforma jornalística que consolide o futebol feminino na mídia, possibilitando a sua relevância de forma semelhante ao futebol masculino. Outro objetivo fundamental é estabelecer o Passe Delas como uma referência no jornalismo esportivo especializado em Sergipe, promovendo não apenas a cobertura de eventos esportivos, mas também um meio intuitivo e com uma linguagem acessível.

#### 3.2.2 Objetivos específicos

Embasado nos conceitos de jornalismo especializado, ética e empreendedorismo, os seguintes objetivos específicos foram delineados para atingir o objetivo geral:

- Criar um veículo que facilite o acesso à informação sobre o futebol feminino local;
- Atualizar frequentemente a população sobre a modalidade;
- Reduzir o déficit de informações relacionadas ao futebol feminino em Sergipe.

Criar um modelo sustentável de produção e veiculação de conteúdo, considerando o público alvo visado;

Orientar-se por padrões éticos que não Abram mãos das diretrizes firmadas no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros da Fenaj (Federação Nacional dos Jornalistas).

### 3. JUSTIFICATIVA

O projeto *Passe Delas* foi desenvolvido devido à dificuldade de acesso a informações sobre o futebol feminino em Sergipe. Ao investigar as notícias acerca da modalidade para estruturar o produto, percebeu-se a escassez de cobertura midiática nos veículos de comunicação locais o que resulta em uma visibilidade mínima desse esporte. Essa ausência de notícias e reportagens evidencia uma desigualdade de gênero principalmente no futebol, ao comparada com a modalidade masculina, limitando o reconhecimento e o incentivo ao esporte feminino.

Portanto, este projeto busca preencher essa lacuna, oferecendo um espaço dedicado à cobertura do futebol feminino sergipano, não somente a competições em um momento no ano. Além de informar o público, o *Passe Delas* quer valorizar as atletas que atuam em Sergipe e contribuir para a democratização do acesso à informação esportiva. Ao destacar o futebol feminino no cenário midiático, o projeto também reforça a importância da equidade na cobertura e na luta por melhores investimentos, promovendo maior visibilidade e reconhecimento para as mulheres no esporte.

Para a realização do trabalho, foi necessário entender quantas vezes o assunto era mencionado na mídia sergipana, seja com notícias de jogos, investimento ou informações acerca. Para isso, foi feito um levantamento em seis veículos de notícias e duas instituições públicas sergipanas no período de 01/01/2023 a 31/12/2023. O objetivo era identificar quantas vezes o futebol feminino sergipano foi tema de publicações nesses meios em um ano inteiro. O GE Sergipe divulgou cerca de 16 notícias, já o Governo do Estado de Sergipe 6 notícias, e o portal A8 Sergipe, 4. O F5 News publicou 2 matérias, enquanto o FAN teve apenas 1. Os portais Itnet, Infonet e a Prefeitura de Aracaju não apresentaram nenhuma publicação sobre o tema no ano de 2023. Esse levantamento mostra como a modalidade ainda ocupa um espaço limitado na mídia local, mesmo diante de uma realidade em que o futebol feminino tem ganhado visibilidade em nível nacional e internacional.

## 4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 4.1 Jornalismo Especializado

Segundo Tavares (2007), em uma definição objetiva, o jornalismo é uma prática social sobre o “contar histórias”. No caso do jornalismo especializado, podemos dizer que é sobre contar histórias de assuntos específicos. Tavares aponta que o jornalismo especializado presentificam-se certos “acontecimentos invisíveis” que permeiam a sociedade e que são fundamentais em sua constituição. Dessa forma, esse tipo de jornalismo desempenha um papel crucial na qualidade e profundidade da cobertura de temas específicos, como o futebol feminino. A partir dele, é possível adentrar em assuntos e utilizar tanto das linguagens características dessa comunicação, quanto preencher lacunas de informações para um público-alvo.

Embora não construam contatos regulares com as fontes, os jornalistas generalistas possuem maior liberdade mas são menos profundos e corretos nas suas análises, enquanto os jornalistas especialistas têm uma grande precisão científica no que escrevem. (Leme e Darde, 2018, p.55)

Para os autores, a especialização contribui para um aumento das produções investigativas, já que há um aprofundamento no conhecimento da área de atuação e no fortalecimento das relações com as fontes. Dessa maneira, os autores observam que essa forma de jornalismo agrupa pessoas conforme suas afinidades e interesses, assim, é possível atender as especificidades de cada grupo social.

O papel do jornalismo especializado seria o de orientar o indivíduo que se encontra perdido em meio à proliferação de informações das mais variadas fontes, o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agrregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo (Leme e Darde, 2018, p.54)

O desenvolvimento do jornalismo especializado foi fundamental para enriquecer a qualidade das reportagens e atender a demanda da sociedade que procura informar-se sobre assuntos que o jornalismo generalizado não abrange de maneira aprofundada. Além disso, a utilização de uma linguagem que tenha compatibilidade com o público-alvo, cria uma conexão significativa entre histórias e leitores.

Em Sergipe, os “acontecimentos invisíveis” ficam evidentes quando procuramos entender sobre o futebol feminino. Ao aprofundar-se em pesquisas para compreender como os veículos abordam a modalidade, concluímos que existe uma fragmentação de notícias resumidas a uma breve, ou às vezes nenhuma, cobertura. Os veículos jornalísticos da região

demonstram um déficit na transmissão de informação não desenvolvendo esse esporte, o que resulta em um jornalismo especializado precário e raso. Essa falta de profundidade na cobertura ocasiona em uma narrativa limitada, que não apenas subestima a relevância do futebol feminino, mas também cria uma lacuna na mídia regional.

#### **4.2 Responsabilidades do Jornalismo**

Ao criarmos um novo produto jornalístico, é necessário entender quais são as responsabilidades que o jornalismo carrega. No livro ‘Os Elementos do Jornalismo’, Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003) elaboraram uma lista com nove itens necessários para a prática da profissão:

A primeira obrigação do jornalismo é a verdade. 2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos. 3. Sua essência é a disciplina da verificação. 4. Seus profissionais devem ser independentes dos acontecimentos e das pessoas sobre as que informam. 5. Deve servir como um vigilante independente do poder. 6. Deve outorgar um lugar de respeito às críticas públicas e ao compromisso. 7. Tem de se esforçar para transformar o importante em algo interessante e oportuno. 8. Deve acompanhar as notícias tanto de forma exaustiva como proporcionada. 9. Seus profissionais devem ter direito de exercer o que lhes diz a consciência. (Kovach; Rosenstiel, p.22-23, 2003)

Nesse contexto, a responsabilidade do jornalista vai além de simplesmente relatar fatos; ele deve investigar, questionar e contextualizar eventos, oferecendo ao público as ferramentas necessárias para formar suas próprias conclusões com base em informações verídicas e imparciais. Essa responsabilidade é especialmente importante em um cenário onde a desinformação pode proliferar rapidamente, tornando-se um desafio constante para a profissão. Os autores também destacam que a credibilidade do jornalismo está ligada ao compromisso de oferecer ao público informações exatas e pertinentes, fundamentais para a compreensão da realidade.

Além disso, ao empregar os princípios do jornalismo responsável e especializado, o jornalista é capaz de produzir conteúdos mais detalhados e contextualizados, que informam de forma eficaz e promovem uma compreensão mais profunda dos temas abordados. O aprofundamento em áreas específicas permite que o profissional vá além da superfície dos acontecimentos, oferecendo perspectivas mais amplas e fundamentadas.

Historicamente, o jornalismo tem desempenhado um papel crucial na construção de narrativas que vão além das fronteiras. No Brasil, por exemplo, durante as manifestações dos

Diretas já<sup>1</sup>, a imprensa brasileira criou uma narrativa para aquele acontecimento que atingiu uma alta visibilidade pública. Da mesma forma que a mídia deu essa visibilidade para esse evento, ela também fez parte da estruturação do regime civil-militar no Brasil. Esses exemplos ilustram o imenso poder narrativo da imprensa e, por isso, é crucial que os jornalistas atuem com consciência de sua responsabilidade. Portanto, o compromisso com a verdade, a ética e a precisão é algo indispensável para a criação de um jornalismo responsável.

A imprensa, concebida como ‘Quarto Poder’, estaria comprometida apenas com o cidadão, com o interesse público. Por isso, a função do jornalista nas sociedades democráticas se assemelharia em alguns pontos com a do educador, responsável por impor uma certa claridade ao caos dos acontecimentos. (Pereira apud Neveu, 2004).

Partindo desse ideal, o dever do jornalista é informar. É através do jornalismo que as pessoas obtêm informações sobre todo o mundo. Esse princípio é especialmente relevante ao analisar as lacunas no jornalismo local, como na cobertura do futebol feminino em Sergipe. Embora a mídia sergipana cumpra os princípios essenciais do jornalismo, conforme estabelecido por Bill Kovach e Tom Rosenstiel, há um verdadeiro deserto de notícias quando se trata desse esporte. Não há informações claras ou acessíveis sobre os jogos de futebol, o que dificulta o acesso do público a questões básicas que movem o torcedor. Está falta de visibilidade e cobertura midiática torna quase impossível o acompanhamento do futebol feminino em Sergipe, o que reflete uma ausência de comprometimento da mídia em cumprir seu papel de informar sobre todas as áreas relevantes da sociedade. Segundo Telles (2007), a visibilidade e a relevância de um esporte na sociedade dependem diretamente do trabalho contínuo da imprensa em informar o torcedor. Com base nisso, o papel da imprensa vai além de simplesmente registrar os eventos esportivos; ela faz parte de uma estrutura que tem potencial para manter o interesse do torcedor, por meio de uma agenda de temas que seja da expectativa das audiências interessadas no futebol feminino, contribuindo para o crescimento e a popularização da modalidade.

Grandim, (2000) em ‘Manual do Jornalismo’, enfatiza que o dever de informar deve sobrepor-se a interesses mercadológicos. A responsabilidade jornalística deve estar alinhada com a ética e o compromisso com a verdade, evitando que a busca por audiência comprometa a qualidade da informação. Nesse sentido, o presente trabalho busca abordar esses desafios,

---

<sup>1</sup> Movimento político popular no Brasil que teve como objetivo a retomada das eleições diretas ao cargo de presidente da República no Brasil, durante a ditadura militar.

formulando novos interesses empresariais enquanto reafirma seu compromisso com a democratização da informação. Vale ressaltar que a linguagem usada no meio esportivo é mais leve, despojada e coloquial do que em outras editorias.

### 4.3 Ética no jornalismo

A ética no jornalismo é fundamental para garantir que a informação divulgada seja precisa, justa e responsável. Quando adentramos no mundo do jornalismo, precisamos entender que a ética também é um valor associado à responsabilidade no jornalismo. Isso porque é essencial reconhecer que os jornalistas têm o dever de informar os cidadãos de maneira clara e objetiva como explicado no tópico anterior, evitando a disseminação de notícias falsas e até sensacionalistas.

No Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, os princípios que norteiam a prática jornalística são claramente estabelecidos por diversas diretrizes. Entre elas, destaca-se a responsabilidade pela informação divulgada, a presunção de inocência e a necessidade de tratar todas as pessoas com respeito. Essa fundamentação ética é crucial para garantir que a informação veiculada seja confiável e justa. Além disso, também entendemos que os jornalistas devem sempre buscar ouvir as partes envolvidas antes de publicar, fundamentar suas informações com provas e promover a correção de notícias falsas, construindo assim uma relação de confiança com os leitores.

Nesse Código, comprehende-se que o jornalista deve manter a dignidade para exercer sua profissão. O Artigo 7 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros diz: não aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho.

Utilizando o Código como base ética, o projeto se alinha aos princípios fundamentais que visam garantir a dignidade, a justiça e a responsabilidade na cobertura do futebol feminino. Essa fundamentação ética não apenas reforça a importância de uma prática jornalística comprometida com a verdade, mas também estabelece um padrão de respeito às figuras e narrativas presentes no esporte. Para Villegas (2019), a democracia e a informação andam lado a lado.

A qualidade da democracia é baseada no grau de liberdade informativa dos cidadãos. Não há democracia sem jornalismo ou jornalismo sem jornalistas. Nos tempos atuais, quando parece que todos os cidadãos se tornaram informantes graças às novas tecnologias, convém reivindicar o papel profissional do jornalista. Sua condição é distinguida por um compromisso

ético com a cidadania, marcada por princípios de ação destinadas a garantir a precisão da informação de interesse público. É uma tarefa que requer uma independência de qualquer interesse que possa condicionar a verdade essencial dos fatos, diligência na verificação e clareza na apresentação desses fatos. Assim, a democracia depende em grande medida da existência de bons jornalistas, certos do que informam, independente de outras vozes e interesses particulares. (Villegas, p.117-118, 2019).

#### 4.4 Gêneros jornalísticos

Assim como a literatura tem os gêneros literários, no jornalismo existem os gêneros jornalísticos. Para Paula Cristina Lopes (2010), os gêneros jornalísticos organizam o material informativo, ou seja, funcionam como categorias que estão relacionadas a estrutura e a mensagem do produto. Podem apontar-se duas razões para a existência de uma grande variedade de gêneros no jornalismo contemporâneo: a multiplicidade de assuntos tratados e a diversidade do público (Lopes apud Crato, p.8, 2010).

A autora também explica que existem dois grandes grupos onde os gêneros jornalísticos se ordenam, o gênero informativo e o opinativo. O que serve para dar a conhecer factos/acontecimentos, através da sua descrição e narração; e o que visa dar a conhecer ideias, através da exposição de comentários e juízos de valor acerca de factos/acontecimentos. (Lopes, p.8, 2010). Dentro do gênero informativo, encontramos formatos como notícias, reportagens e entrevistas. Por outro lado, no gênero opinativo, destacam-se o editorial, os artigos de opinião, os comentários e as crônicas. Essa organização permite que o jornalismo atenda a diferentes necessidades informativas do público.

Lopes ressalta que, a partir de 1850, a história do jornalismo pode ser dividida em três grupos principais: jornalismo ideológico, jornalismo informativo e jornalismo explicativo. O jornalismo ideológico predominou até o final da Primeira Guerra Mundial e era caracterizado por sua função de promover causas políticas. Nesse contexto, os jornais serviam como plataformas para a disseminação de ideias e ideologias, focando em uma abordagem opinativa, mas geralmente evitando polêmicas. Esse tipo de jornalismo se dirigia principalmente a um público intelectual, oferecendo conteúdos que refletiam debates e discussões de ideias em esferas sociais e políticas. Assim, as publicações buscavam não apenas informar, mas também moldar a opinião pública de acordo com determinadas visões de mundo, tornando-se veículos de reflexão e análise crítica.

O jornalismo informativo desenvolve-se na década de 70 do século XIX e coexiste, durante algum tempo, com o jornalismo ideológico. Apoia-se fundamentalmente na informação, na transmissão de factos. O jornalismo

assume-se como o relato de factos da actualidade, como espelho da realidade social. Serve a opinião pública, um público mais vasto e heterogéneo. O jornalista afirma-se como servidor do público, vigilante dos poderes, defensor da verdade e da imparcialidade. Após a I Guerra Mundial, impõe-se enquanto modelo, tendo por base a trilogia fundamental de géneros informativos: notícia, reportagem, entrevista. (Lopes, p.9, 2010).

Este novo modelo é caracterizado por uma ênfase na transmissão de fatos, funcionando como um relato dos acontecimentos contemporâneos e refletindo a realidade social. O jornalismo informativo busca atender a um público mais amplo e heterogêneo, distanciando-se da exclusividade intelectual do modelo anterior. Essa transição entre o jornalismo ideológico e o jornalismo informativo representa uma democratização da informação, onde o jornalista não é apenas um transmissor de notícias, mas um facilitador da compreensão da realidade.

Por fim, o terceiro gênero é o jornalismo explicativo, surge no período pós-Segunda Guerra Mundial, em meio a um contexto de acelerada evolução tecnológica. Com o surgimento de novas tecnologias nasce também uma nova linguagem especialmente nas mídias emergentes, onde a rapidez na transmissão de informações é essencial. A concorrência da Rádio e da Televisão obriga a Imprensa a uma nova abordagem do material informativo, favorecendo um trabalho de explicação, interpretação, dos factos. (Lopes, p.11, 2010). No jornalismo explicativo, torna-se fundamental a distinção clara entre opinião e informação, possibilitando ao público compreender melhor o que está sendo relatado. Nesse gênero, a análise dos fatos e o contexto em que estão inseridos ganham relevância, permitindo ao público não apenas saber o que aconteceu, mas também entender as causas e consequências daquele fato.

Os gêneros jornalísticos nascem como herdeiros dos literários, mas a necessidade de gêneros no jornalismo é mais imediata e urgente que na literatura. Na literatura, há a assinatura de um autor, enquanto que num jornal ou telejornal é combinado o trabalho de muitas pessoas (...) um texto é elaborado por várias mãos que permanecem anônimas (...) A informação que um preparou, o outro tem que editá-la e ajustá-la ao espaço e ao tempo (...) É preciso saber, portanto, não somente o que está se dizendo, mas o que se está fazendo: se trata- de uma notícia, uma reportagem, uma crônica, um editorial (Bertocchi apud Gomis, p. 1294, 2005).

O ponto é: independente da classificação feita por estudiosos da comunicação, os gêneros jornalísticos servem para facilitar no processo comunicativo. Para os jornalistas é um formato a ser seguido. Para o público, um horizonte de expectativas. (Zamora, p. 232, 2004). Dessa forma, os gêneros jornalísticos organizam a forma como a informação é transmitida e recebida, contribuindo para que o processo de comunicação seja mais claro e eficiente, tanto para quem produz quanto para quem consome a notícia.

#### 4.5 Agenda pública no jornalismo esportivo

Na década de 1970, foi criada e popularizada a teoria do agendamento ou *agenda-setting*, uma das teorias da comunicação que define que através das notícias, os veículos de comunicação influenciam potencialmente nos assuntos que terão destaque na sociedade. Segundo essa teoria, a mídia não diz às pessoas o que pensar, mas ela potencializa sobre o que pensar, ao selecionar e enfatizar assuntos, moldando a percepção do público sobre o que é relevante. Há fatores que tornam o efeito potencial maior ou menor. Por exemplo, se o público tem necessidade de orientação, o potencial de influência é maior; mas se o público conhece bem o tema, o potencial é menor, pois o leitor é mais crítico.

A influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver. (Hohlfeldt, 1997, p.49)

Conforme argumenta Hohlfeldt, há uma tendência da sociedade de absorver ou ignorar informações com base nas escolhas feitas pelos mass media<sup>2</sup>, que atuam como filtros para o que será disseminado. Os meios de comunicação, ao selecionarem quais temas serão potencializados, acabam moldando a percepção pública sobre o que é relevante. Nesse processo, o comunicador exerce um papel central ao definir os assuntos que ocuparão a agenda pública. As notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento" (Traquina, 1993, p.168)

Nesse sentido, Pena (2010) reforça que o público tende a prestar mais atenção a determinados elementos ou negligenciar outros com base na ênfase que a mídia atribui a certos temas. Ou seja, os veículos de comunicação não apenas apresentam os fatos, mas destacam os assuntos que mais serão discutidos, debatidos e considerados importantes pela sociedade. Ao selecionar as informações e priorizar determinados temas, os comunicadores influenciam a hierarquização de temas, dando visibilidade para alguns e esquecendo outros.

A intensa competição entre os temas para um lugar na agenda é o mais importante aspecto desse processo. A qualquer momento há dezenas de temas disputando a atenção do público. Mas sociedade alguma e suas instituições podem prestar atenção a não mais do que alguns assuntos de cada vez. (McCombs, 2009 p. 67)

---

<sup>2</sup> Mass media ou meios de comunicação de massa são canais que distribuem informações a um grande número de pessoas.

Segundo McCombs (2009), a mídia exerce uma influência significativa sobre a opinião pública, ao determinar quais acontecimentos ganham visibilidade e como esses eventos são percebidos pela sociedade. Ele sintetiza a essência da teoria do agendamento ao afirmar que a mídia tem o poder de projetar os acontecimentos na consciência coletiva, o que reforça seu papel fundamental na configuração da realidade. Para McCombs, os veículos de comunicação não apenas reportam os fatos, mas também moldam a forma como as pessoas entendem o mundo ao seu redor. Os veículos de comunicação são mais do que um simples canal de transmissão dos principais eventos do dia. A mídia constrói e apresenta ao público um pseudoambiente que significativamente condiciona como o público vê o mundo. (McCombs, 2009, p.47).

Ainda para o autor, jornalistas e veículos de comunicação desempenham um papel fundamental na construção de diversos aspectos da sociedade, indo muito além da simples disseminação de notícias. Dessa forma, a mídia não apenas informa, mas também molda questões como cultura, política, a memória coletiva e também o esporte. Através da seleção e do destaque de determinados temas e narrativas, a mídia evidencia o que será discutido e considerado relevante. McCombs argumenta que essa influência se estende para a formação de opiniões e juízos de valor, moldando os padrões culturais e o senso comum.

Quando partimos para entender a história do jornalismo esportivo, conseguimos compreender que ele passou por um processo gradual de consolidação e participação na agenda pública. Com o avanço da industrialização e a especialização da imprensa, o jornalismo esportivo começou a reivindicar mais espaço na mídia, que antes era visto como algo periférico. Apenas por volta de 1922 os grandes jornais começaram a dar algum destaque ao esporte, refletindo uma mudança no interesse da sociedade e na forma como os veículos de comunicação adentraram a modalidade nos produtos jornalísticos.

Ao longo do tempo, o jornalismo esportivo se estabilizou como uma prática legítima e essencial para a proliferação de informações. Além disso, com a entrada de veículos especializados, como a revista Placar, que surgiu na década de 1970, a imprecisão das informações esportivas começou a diminuir, e o esporte passou a ser tratado de forma mais séria e técnica. À medida em que a opinião pública demonstrava maior interesse pelo tema, o espaço dedicado ao esporte na mídia aumentava, o que fez com que o esporte deixasse de ser apenas uma cobertura de jogos ou competições, tornando-se um elemento de relevância social que movimenta debates e influências culturais.

Oselame (2012) revela que o jornalismo especializado está ligado ao modo como se trata a informação e os fatos, além disso, é necessário existir um balanço entre falar de modo com que aqueles que entendem sobre o que está sendo tratado se sintam bem informados e satisfeitos com a notícia, e, ao mesmo tempo, conseguir transmitir a mensagem de modo que quem não conhece o assunto também consiga entender o que foi dito. Já Bitencourt (2007, p. 10) afirma que “O termo ‘esportivo’ dá ao jornalismo uma ‘qualidade’, designa uma especificidade não só de produção, mas de linguagem e formato”. Vale ressaltar que a linguagem usada no meio esportivo é mais leve, despojada e coloquial do que em outras editorias. (Carvalho; Grohmann, 2016, p.3).

Em vista disso, o esporte na mídia se consolida como muito mais do que a simples cobertura de jogos ou eventos específicos. Ele envolve diversas camadas, desde a preparação de atletas e equipes até debates sobre questões sociais relacionadas à modalidade. A inclusão do esporte na agenda pública evidencia o impacto significativo da mídia na forma como o esporte é consumido e percebido pela sociedade. Dentro desse cenário, o futebol emerge como o principal esporte destacado pela mídia, tornando-se central na agenda pública, enquanto a sociedade não apenas se adapta, mas responde de forma receptiva a essa prioridade.

Com isso, podemos definir um conceito de ‘agendamento esportivo’, uma extensão da teoria do agendamento aplicada ao universo esportivo. Aqui, a seleção e ênfase dos temas esportivos pela mídia – seja em veículos especializados ou em seções dedicadas dos meios tradicionais – seguem o mesmo princípio, potencializando o que o público pode considerar relevante e digno de atenção. Ou seja, o público só poderá avaliar a relevância do que acontece no futebol feminino se tiver acesso a informações que apresentem esta realidade. Esse é o papel do jornalismo, ampliar o conhecimento do público para que ele tenha melhores condições de avaliar suas escolhas temáticas. Novaes (2010) destaca o papel crucial da mídia esportiva na promoção e visibilidade das diversas modalidades, afirmando que o acesso e o consumo desses esportes dependem diretamente da cobertura jornalística. Sem a devida divulgação pela imprensa, muitos esportes acabam restritos aos próprios praticantes, sem alcançar um público mais amplo.

#### **4.6 Futebol feminino e a mídia**

A cobertura do futebol feminino reflete uma trajetória de uma sociedade que historicamente associou o esporte à masculinidade. Embora o futebol feminino seja sido praticado no Brasil há mais de 100 anos, apenas em 1979 ele foi legalizado, após 38 anos de proibição. Desde então, o esporte praticado por mulheres passou a ser encarado como uma performance, em que as atletas muitas vezes eram sexualizadas e vistas não como competidoras,

mas como um produto que gerava alguma forma de entretenimento, desconsiderando seu papel como atletas.

Em 1995, a Revista Placar, conhecida por ser um dos veículos de comunicação mais famosos da época, publicou a edição de número 1106, dedicada à Copa do Mundo Feminina daquele ano, competição da qual a seleção brasileira participou. Com modelos pousando como jogadoras na capa, a manchete da edição foi “Futebol feminino: As garotas batem um bolão (e até trocam as camisas depois do jogo)”. A escolha dessa estética e viés editorial exemplifica como a imagem vendida do futebol feminino era, na maioria, construída a partir de estereótipos de gênero, priorizando a sensualização de corpos em vez da valorização das competições esportivas em si.

**Figura 1 – Capa da edição nº1106 da Revista Placar**



**Fonte:** Arquivo de Revista Placar

Com bastante trocadilhos, os textos jornalísticos referentes ao futebol feminino eram feitos majoritariamente para o público masculino, visto que era o público-alvo da revista na época. Dessa forma, as jogadoras passaram a ser retratadas com maquiagem, cabelos arrumados e em poses sensuais, como forma de torná-las mais “aceitáveis” ao olhar masculino. Logo, o lugar da mulher na mídia esportiva acabou oscilando entre dois extremos: a invisibilidade ou a representação estereotipada.

Em 1984, a atleta Vandira, volante do clube Pinheiros de Paraná, pousou para a Placar de calcinha e camisa. Apesar da manchete apresentar algo realmente informativo, como a quantidade de times brasileiros e o número de atletas mulheres que jogavam por eles, o apelo visual escolhido pela publicação acabava por reduzir a atleta a um objeto de desejo, mais uma vez desviando o foco do conteúdo esportivo e reforçando a sexualização da mulher no esporte.

**Figura 2** – Capa da Revista Placar com Vandira



**Fonte:** Arquivo de Revista Placar

Além de todo o processo envolvendo o copo dessas mulheres, a imagem das atletas na mídia também era fortemente influenciada por padrões estéticos. Em nossa sociedade, os garotos são elogiados por sua competitividade e agressividade, e as meninas por sua submissão e charme (Souza; Knijnik, 2007). Essa discussão criada e alimentada durante anos sobre o porquê a mulher deve se manter em um padrão vai muito além do esporte. De fato, ela está enraizada na sociedade e para entendê-la a fundo é preciso muito além do que um pequeno bloco de um trabalho de conclusão de curso. Ainda assim, mesmo sendo um tema vasto, a discussão sobre o machismo estrutural permeia todo este documento. Isso porque o entender o futebol feminino envolve reconhecer como as oportunidades — tanto as conquistadas quanto as negadas às mulheres — foram moldadas por um espaço historicamente limitado e delimitado por homens.

Além disso, as meninas são incentivadas a brincar com bonecas e utensílios de cozinha, enquanto os meninos são inseridos precocemente em escolinhas de futebol ou artes marciais, reforçando o incentivo constante a práticas esportivas. Essas práticas refletem construções sociais e históricas que associam determinadas atividades ao universo masculino, reforçando papéis de gênero que se espera que sejam reproduzidos. Por isso, ainda nos dias atuais, pode ser difícil encontrar categorias de base no futebol feminino que ofereçam o mesmo incentivo e estrutura adequada disponíveis no futebol masculino para a formação de atletas.

As meninas não possuem incentivo para o esporte durante a infância, não jogam bola, não sobem em árvores, não correm, ou seja, não realizam quando pequenas nenhuma atividade que beneficiará sua inserção ao esporte. Basta observar os brinquedos e as brincadeiras que permeiam a infância feminina fazendo com que a sociedade as identifique como fracas e inábeis ao esporte, principalmente no futebol (Viana, 2008, p. 645).

Voltando a falar da relação da mídia com o futebol feminino, toda essa desigualdade apontada na formação esportiva reflete um sistema que, desde a infância, orienta meninas e meninos para papéis distintos, com base em normas de gênero profundamente enraizadas. Por muitos anos e até hoje, em alguns locais, o futebol feminino não é visto como profissional. É possível que ainda existam instituições que se neguem a visualizar mulheres inseridas em esportes tradicionalmente associadas ao universo masculino. No caso das mulheres, a limitação ao acesso ao esporte não está apenas nas estruturas físicas ou no incentivo familiar e escolar, mas também na forma como o futebol feminino é representado pela mídia. A mídia, nesse sentido, não apenas reproduz, mas legitima essas desigualdades.

É notória a falta de apoio da mídia em disseminar o esporte, há poucos portais realizando a cobertura dos campeonatos de futebol feminino e os que falam não dão importância a dar voz a outras jogadoras. [...] Não há respeito com os torneios oficiais, o presidente não aparece nas cerimônias, não há esforço para divulgação, deixam as meninas jogarem em gramado sintético etc. Isso reflete no conteúdo que a mídia passa e consequentemente na falta de patrocínio. (Januário, 2017, p. 41).

Os primeiros jogos televisionados ocorreram esporadicamente a partir dos anos 1990, em canais abertos como a TV Bandeirantes. Apesar de representar um grande avanço na época, o espaço para essas atletas ainda era bastante limitado. A ausência de cobertura jornalística expõe o preconceito de gerações de que o esporte feminino não seria 'tão divertido' quanto o masculino. Pode-se afirmar que a mídia, ao longo das décadas, desempenhou um papel ambíguo na relação com o futebol feminino. Por um lado, havia uma cobertura sensualizada, na qual os corpos das jogadoras eram sexualizados, em detrimento do reconhecimento de seu desempenho atlético — algo frequentemente observado nas capas da revista Placar entre os anos 1990 e 2000. Por outro, um completo deserto de informação acerca de acontecimentos na modalidade — como jogos, desempenho das atletas, vida pessoal e informações especializadas — cenário que persiste até hoje, com pouca atenção da mídia. Sem a visibilidade proporcionada principalmente pelos meios de comunicação, o futebol feminino permaneceu por anos marginalizado. Isso se refletia não apenas no silêncio da imprensa, mas também na falta de investimentos, patrocínios e na escassa valorização das atletas.

Enquanto o masculino alcançava grande destaque internacional com a conquista do Tricampeonato em 1970, o futebol feminino era impedido de ser ensinado nas escolas, quando foi oficialmente regulamentado, em 1983, pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Esta regulamentação aconteceu devido à influência das lutas feministas, à resistência das jogadoras e à persistência em superar as barreiras. (Marques, 2023, p.11)

A falta de cobertura consistente faz com que o esporte feminino não tenha o mesmo espaço na agenda midiática, o que afeta diretamente sua presença na agenda pública. Sem a visibilidade proporcionada pela mídia, o futebol feminino permanece marginalizado, e isso não reflete apenas no silêncio da imprensa, mas também na falta de investimentos, patrocínios e na carência na valorização dessas atletas. Enquanto o futebol masculino é constantemente promovido, com uma cobertura aprofundada, colocando-o como "esporte nacional", o futebol feminino em Sergipe e até no Nordeste, chega a ser ignorado ou mal coberto, mantido às margens de uma explosão de sensações colocadas pela imprensa para os torcedores. Essa

disparidade não apenas reflete uma desigualdade histórica, mas também um processo contínuo de exclusão da mulher no esporte.

Assim, identificamos na história do esporte que a atividade esportiva, enquanto símbolo de um imaginário de força, poder e músculo, se enquadraria como atividade masculina, portanto a mulher deveria ser poupada deste possível processo de masculinização, ou seja, não deveria estar presente da mesma forma que o homem no mundo esportivo. Em decorrência deste conceito, notamos a pequena participação das mulheres e também de um tratamento pela mídia que não é o mesmo dado aos homens. (Martins & Moraes, 2007, p.70)

Através da visão de Martins e Moraes, fica mais claro como a realidade que cerca a cobertura midiática dos esportes praticados por mulheres é preocupante. A representação do futebol feminino em relação ao masculino não possui a mesma qualidade e reconhecimento, resultando em uma cobertura desproporcional.

Em 2024, jogadoras do Corinthians que disputaram a Libertadores, um dos maiores campeonatos continentais de futebol, reclamaram de uma série de dificuldades relacionadas principalmente à organização da competição, incluindo o baixo investimento, a falta de divulgação e o descaso generalizado. Esse cenário é criado por um problema sistêmico, onde a cobertura do futebol feminino no Brasil é resultado de uma trajetória histórica que sempre associou o esporte à masculinidade. Pode-se afirmar que a cobertura midiática do futebol feminino brasileiro, embora tenha crescido gradualmente, ainda enfrenta grandes desafios, especialmente no estado de Sergipe, onde permanece atrasada.

#### 4.7 Novo ecossistema de mídias

No Brasil, o jornalismo foi reconhecido como prática profissional na segunda metade do século XX. Desde então o mercado, assim como a sociedade, passou por mudanças com a massificação da tecnologia. A partir do século XXI há uma transição na forma de produzir jornalismo e até nas funções dos profissionais. Agora, o jornalista passa por questões profissionais que exigem mais do que antes. Há uma reestruturação do ser jornalista.

O movimento mercadológico que diminuiu o capital vindo da publicidade e transformou a forma de distribuição de informação através da internet e das mídias sociais gerou nas redações mudanças profundas, do setor gerencial à atuação profissional dos repórteres. Essas mudanças alteraram as lógicas e pediram diferentes posturas dos profissionais, que passam a produzir para diferentes plataformas com uma equipe cada vez mais reduzida. Nesse cenário de precarização das condições de trabalho nas empresas tradicionais surge a necessidade de transformar a adversidade em oportunidade, e muitos profissionais saem das empresas com o objetivo de criar alternativas

profissionais em jornalismo, que sejam sustentáveis como negócio e que os satisfaçam enquanto profissionais com ambições e ideologias próprias. (Pozzobon, p. 9, 2015)

Com o surgimento e a disseminação da internet, as pessoas passaram a ter acesso à informação não apenas pelos veículos tradicionais de comunicação, mas também pelos espaços digitais. O acesso à informação deixou de ser exclusivo dos veículos tradicionais de comunicação, expandindo-se para os espaços digitais. Essa migração para o ambiente online tem se intensificado ao longo dos anos, forçando os meios de comunicação a se adaptarem a uma nova realidade, na qual a internet ocupa um papel central na distribuição de conteúdo. Como resultado, muitos profissionais do jornalismo começaram a criar conteúdo para plataformas digitais, seja em blogs, redes sociais ou canais de vídeo, como uma forma de ampliar sua visibilidade, alcançar novos públicos e, ao mesmo tempo, aumentar suas fontes de renda e reconhecimento.

As mudanças tecnológicas que têm alterado o ambiente midiático não alteram somente a tecnologia disponível, mas afetam quem cria os conteúdos, como estes são criados, os métodos de trabalho das notícias, a forma como as empresas noticiosas são organizadas e – mais importante – o modo como os indivíduos utilizam e interagem com o conteúdo (Picard, p.33, 2013).

Embora a convergência entre os meios tradicionais e digitais tenha facilitado a proliferação de informações, essa mudança também trouxe desafios significativos para os jornalistas. Em muitos casos, o que antes era uma prática organizada, com profissionais especializados em funções distintas — como repórteres, editores, fotógrafos e diagramadores — tem se concentrado em um único profissional. Isso pode impactar tanto a produção jornalística quanto a estrutura das equipes em diversas empresas.

Na era da nova mídia, muitas organizações exigem que os jornalistas acumulem múltiplas funções e atuem com agilidade. Esse modelo de trabalho pode resultar na precarização da profissão. No entanto, é importante observar que esse cenário não se aplica a todas as empresas. Algumas grandes corporações e mesmo empresas independentes ou alternativas, seguem modelos editoriais diferentes, com equipes mais especializadas, evitando a sobrecarga de funções. Assim, a relação entre a multifuncionalidade e a qualidade do trabalho jornalístico pode variar de acordo com o tamanho e o projeto editorial da empresa, sendo necessário considerar os diferentes contextos em que essa dinâmica se apresenta.

Além disso, nos veículos tradicionais, como o jornal impresso que ainda circulam no mercado, a produção, mão de obra e circulação, tornaram-se significativamente mais caros em comparação aos meios digitais, que oferecem maior alcance e um custo reduzido. Isso tem acelerado a migração das empresas de comunicação para plataformas online, contribuindo ainda mais para a instabilidade do setor jornalístico tradicional.

Dessa forma, o empreendedorismo se apresenta como uma alternativa viável tanto para os profissionais que não conseguiram se adaptar ao novo modelo de organização do mercado, quanto para aqueles que foram dispensados pelos veículos de comunicação tradicionais. Ao criar seus próprios projetos, esses jornalistas encontram no empreendedorismo uma oportunidade para continuar exercendo a profissão de maneira autônoma, explorando novos nichos de mercado e buscando formas inovadoras de se conectar com o público, mesmo diante da crise e das transformações no setor.

Com as redações no curso de grandes mudanças, os profissionais passam por momentos de fragilidade que podem se tornar o primeiro passo para desenvolver produtos e oferecer serviços de forma independente, ou em pequenos coletivos. (Pozzobon, p. 13, 2015)

A relação entre o empreendedorismo e o jornalismo é um fenômeno relativamente recente, que vem ganhando força à medida que o cenário midiático passa por profundas transformações. De acordo com Pozzobon, os jornalistas empreendedores se destacam pela capacidade de inovar nesses novos espaços, utilizando diferentes narrativas e formatos, seja pela segmentação de conteúdos específicos, seja pela criação de novos serviços e formas de interação com o público. Em um mercado em constante transformação, o jornalismo vive um momento de transição em várias frentes.

Esse cenário de mudanças, ao mesmo tempo que representa desafios, também oferece oportunidades para jornalistas que adentram no empreendedorismo. A flexibilidade para explorar nichos pouco cobertos, como o futebol feminino, e a possibilidade de inovar em narrativas e serviços, permite a criação de um jornalismo mais diversificado e próximo das demandas contemporâneas, além de mais barato. Logo, o empreendedorismo no jornalismo se configura não apenas como uma ressalva às crises do setor, mas como um caminho promissor à exploração.

O jornalismo freelance, o empreendedorismo independente e a precarização do trabalho são proeminentes, particularmente entre os jovens repórteres e os recém-chegados no campo. O que é importante notar aqui é que os

profissionais que trabalham de forma atípica hoje compõem a maior parte dos jornalistas. (Deuze; Witschge, p. 8, 2015)

A internet possibilitou uma alternativa de produção descentralizada que transformou radicalmente a maneira como os jornalistas trabalham. Com a digitalização dos meios de comunicação, os profissionais de imprensa não estão mais restritos a um ambiente físico único, como uma redação tradicional, nem às rígidas estruturas corporativas, como a necessidade de seguir regras específicas ou cumprir horários fixos. Em vez disso, esses jornalistas passaram a exercer suas atividades de forma mais autônoma, gerenciando suas próprias rotinas e tomando decisões sobre o formato, os prazos e os métodos de produção. Assim, o profissional torna-se responsável pelo conteúdo que criou e pela divulgação dele, sendo um empresário da sua própria mídia ou criando a mídia independente.

Entendemos que essa inclusão identitária pode ser desenvolvida a partir da luta de movimentos sociais junto à mídia independente, a qual encontra na noção de esfera pública habermasiana a possibilidade de pautar suas demandas e gerar um debate público, por meio de questões como defesa dos direitos humanos e da democracia. (Calado, 2019, p.26)

Embora seja uma alternativa para se manter no mercado de trabalho, a precarização da profissão faz com que essa liberdade se torne um ponto crítico. Isso ocorre porque pode haver uma maior facilidade em ceder a propostas comerciais ou políticas financeiramente vantajosas, em troca da perda da qualidade do jornalismo. Nesses casos, a firmeza ética do profissional deve estabelecer claramente os limites que não podem ser ultrapassados por propostas que busquem secundarizar o jornalismo em um projeto que se propõe a ser jornalístico.

## 5. DIRETRIZES EDITORIAIS

### 5.1 Projeto Editorial

Com base na perspectiva de que a democratização da informação é essencial para o fortalecimento do futebol feminino em Sergipe, o Passe Delas se propõe a atuar como uma plataforma que preencha as lacunas deixadas pela mídia tradicional no esporte praticado por mulheres. Ao priorizar a cobertura do futebol feminino sergipano, o projeto se atua com um viés feminista que visa dar voz a essas pessoas que passaram e passam por desafios dentro e fora de campo.

Para formular este projeto editorial, foi tomado como referência o documento editorial da edição nº 2 do Zona Contexto, projeto laboratorial do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe. Nesse documento, foi observado a ética do produto, como tratar fontes anônimas, o modelo textual do planejamento visual da marca e a linguagem empregada. A escolha dessa referência se deu tanto pela relevância do Zona Contexto quanto iniciativa acadêmica quanto pela facilidade de acesso ao material.

A linha editorial do Passe Delas se baseia em três pilares fundamentais: veracidade, imparcialidade e ética. O compromisso com a verdade, a transparência e a precisão das informações faz parte da identidade do projeto, que busca fornecer informações reais ao público. Já a imparcialidade, é um dos valores centrais, assegurando que o projeto aborde os temas de maneira que não favoreça ou negligencie qualquer lado, mas também sem esquecer seus princípios críticos. Quanto à ética, o projeto se propõe a ser um veículo que não tolera distorções de fatos, manipulações ou práticas que comprometam a credibilidade da informação. Dessa maneira, o produto também tem como princípio o respeito à lei e à ética jornalística, conforme normas do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

O repórter deve respeitar os argumentos das diversas partes e oferecer ao público um panorama das opiniões. Busca-se assegurar com ela a pluralidade, o embate entre diferentes pensamentos e o exercício da liberdade de expressão, por parte dos interessados. (Guerra, 1998, p.8)

Assim, como Guerra pontua, a responsabilidade com a pluralidade é um dos princípios essenciais do produto, garantindo uma cobertura que representa diferentes vozes e narrativas de forma diversa e inclusiva. Dessa forma, o compromisso do projeto vai além da simples representatividade, buscando oferecer um espaço que cultive o fomento pelo futebol feminino.

A fim assegurar a independência editorial, o Passe Delas atua sem a interferência dos seus doadores e apoiadores, seja nas pautas jornalísticas, edição ou publicação de conteúdo. Sendo assim, o atual produto não aceita que empresas e marcas patrocinem reportagens, apenas o projeto em si, sem poder opinar no conteúdo jornalístico.

Em relação a fontes anônimas, o Passe Delas prioriza não expor o entrevistado em caso de perigo. Para isso, cada caso será avaliado, além das consequências da exposição da identidade do entrevistado, bem como será explicado para a fonte o que pode estar envolvido na divulgação da informação, para que a escolha seja feita com consciência. O jornalismo do Passe Delas pretende evitar a espetacularização e o sensacionalismo gratuitos, assegurando que a captação de imagens ocorra com respeito às pessoas e com a devida identificação do jornalista, salvo em casos de investigações que exijam anonimato. Além disso, é fundamental preservar a privacidade e a dignidade dos indivíduos, protegendo a identidade de vítimas de crimes, menores de idade, delinquentes juvenis e profissionais do sexo.

Para o presente projeto, é inaceitável empregar a persuasão visual como ferramenta de manipulação, desinformação ou propaganda, assim como utilizar de forma descontextualizada fotografias e documentos gráficos enviados por assessorias de imprensa ou profissionais de relações públicas. O uso de imagens que possam ser injuriosas, como retratos que ridicularizem figuras públicas, deve ser evitado, assim como a captação de imagens com equipamentos dissimulados ou escondidos. Esses princípios garantem a credibilidade e a ética na produção jornalística, reforçando o compromisso com a verdade e a responsabilidade social.

Assim como o produto do Zona Contexto, edição nº2, o presente projeto adota uma linguagem simples e acessível, garantindo que a comunicação seja clara para todos os públicos. A contextualização das informações, considerando o momento e o histórico dos acontecimentos, é essencial para informar o leitor. Quanto a erros que possam ser publicados, eles serão corrigidos e uma errata será adicionada à matéria, informando aos leitores do erro e da alteração, bem como da data em que ela foi feita.

A missão do projeto é incentivar e fortalecer a prática do futebol feminino, a fim de dar visibilidade ao esporte no estado. Além disso, o produto pode oferecer ao público a oportunidade de conhecer e acompanhar a modalidade, proporcionando uma escolha consciente — algo que, atualmente, muitas vezes lhe é negado. Além disso, Passe Delas adota uma postura questionadora e feminista, indo para além da cobertura nos campos. O projeto também tem como principal objetivo contar as histórias das atletas, trajetórias, lutas e conquistas.

A missão do Passe Delas também inclui a promoção da igualdade de gênero no esporte, destacando o potencial e o talento das atletas sergipanas, que muitas vezes ficam à margem das coberturas esportivas convencionais. O projeto se constrói sobre uma base sólida de pesquisa e planejamento com a comunidade esportiva local, visando o impacto duradouro no cenário do futebol feminino em Sergipe. Com isso, o Passe Delas se posiciona como um projeto que, além de relatar o futebol feminino, pretende transformá-lo em parte ativa da agenda pública e midiática de Sergipe.

A linha editorial busca, assim, não só informar, mas também dar voz e ouvir comunidades esportivas que, muitas vezes, são negligenciadas pela mídia local. Ao seguir esse caminho, o Passe Delas entende que não se trata apenas de noticiar eventos, mas também de questionar as estruturas e os contextos que afetam o desenvolvimento do futebol feminino em Sergipe. Questões como a falta de investimento, o preconceito de gênero e as dificuldades que envolvem a ascensão do e no esporte serão abordadas com profundidade, sempre em um lugar de questionar.

Ainda utilizando o Zona como referência, a proposta do Passe Delas é desenvolver e aplicar um jornalismo insurgente, que ouve vozes por vezes deslegitimadas da mídia tradicional. Nesse sentido, a atenção a expressões que possam atingir o direito à dignidade do outro é inevitável. O objetivo do projeto deve ser pautado, principalmente, no combate a qualquer tipo de discriminação por motivos raciais, de gênero, de orientação sexual, de condição física ou mental, sociais, econômicos, políticos, religiosos ou de qualquer outra natureza. Por isso, é inaceitável utilizar expressões preconceituosas, ofensivas e que possam ferir a dignidade dos cidadãos. Para se referir a minorias étnicas e religiosas, serão usados os termos de preferência das próprias minorias. O mesmo critério será seguido quando forem tratadas questões de gênero, prevalecendo como a pessoa reconhece e percebe a si mesma.

## 5.2 PÚBLICO ALVO IDEALIZADO

Antes de executar o projeto, foi elaborado e aplicado um questionário online utilizando a plataforma Google Formulário, com o objetivo de investigar o interesse, o perfil demográfico e a possível recepção do público em relação ao futebol feminino em Sergipe. O questionário foi divulgado por meio do Instagram entre os dias 09/11/2024 e 16/11/2024, além do aplicativo de mensagens WhatsApp, alcançando um total de 316 respondentes.

### 5.2.1 Perfil dos respondentes

A pesquisa revelou uma predominância de jovens adultos, com a faixa etária de 18 a 24 anos representando 40,2% dos participantes, seguida por 25 a 34 anos (24,7%) e 35 a 44 anos (15,5%). A presença de respondentes menores de 18 anos foi de 2,2%, enquanto as faixas etárias acima de 45 anos apresentaram percentuais mais baixos: 9,8% para 45 a 54 anos, 7,3% para 55 a 64 anos e apenas 0,3% para 65 anos ou mais.

No quesito de gênero, 53,2% dos respondentes se identificaram como mulheres, 47,2% como homens, e 0,3% se declararam não binários. Outros 0,3% preferiram não identificar o gênero.

### 5.2.2 Consumo de informação sobre o futebol feminino

Ao serem questionados se conheciam algum veículo de notícias dedicado à cobertura do futebol feminino em Sergipe, 81% afirmaram que não, enquanto 19,3% responderam positivamente. Esses dados destacam uma lacuna significativa na disseminação de informações sobre o esporte no estado.

### 5.2.3 Engajamento com o futebol feminino

Quanto à frequência com que acompanham o futebol feminino:

- 36,4% afirmaram acompanhar ocasionalmente;
- 33,2% não acompanham, mas demonstraram interesse;
- 18,4% acompanham regularmente;
- 12% não têm interesse no tema.

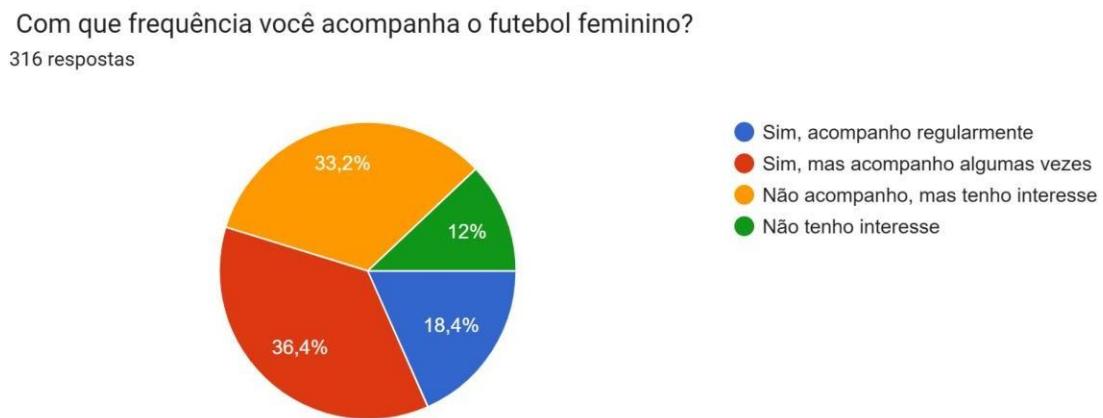
### 5.2.4 Análise e implicações

Os resultados reforçam a necessidade de um espaço que tente suprir a carência de informações sobre o futebol feminino em Sergipe, especialmente considerando que a maioria dos participantes desconhece veículos que realizem essa cobertura. Além disso, os dados antes do produto entrar em prática, indicam que há um público interessado no tema, mas que carece de acesso a informações regulares e de qualidade (Figura 1).

Essa análise subsidiou o direcionamento estratégico do projeto, destacando a importância de ampliar a visibilidade do futebol feminino na mídia sergipana, com foco em conteúdos que atendam tanto ao público já engajado quanto àqueles que demonstraram interesse Passedelas.com.br

latente. Dessa forma, após a finalização do produto, ele foi enviado individualmente para os interessados que gostariam de acompanhar a modalidade.

**Figura 3 – Principal razão para não acompanhar o futebol feminino**



**Fonte:** autoria própria (Google Formulário, 2025)

### 5.3 Público Alvo Alcançado

Após dois meses de execução do projeto, a análise das métricas do Instagram permitiu compreender o alcance da iniciativa até o dia 17 de janeiro. Logo, entre 1º de novembro a 17 de janeiro, o perfil do Passe Delas na rede social atingiu mais de 32 mil contas e registrou mais de 120 mil impressões – métricas que indicam o número total de vezes que as publicações foram visualizadas pelos usuários. Nesse período, cada postagem no feed obteve, em média, mais de 2 mil visualizações, evidenciando um engajamento significativo com o conteúdo publicado e como é grande a demanda por informação desse público.

#### 5.3.1 Perfil do Públco-Alvo no Instagram

- **Faixa etária predominante**

- 25 a 34 anos – 36,7%
- 18 a 24 anos – 33,4%
- 35 a 44 anos – 14,7%
- 45 a 54 anos – 8,3%

- **Principais cidades**

- Aracaju – 33,2%
- Nossa Senhora do Socorro – 10,8%
- São Paulo – 5%
- Estância – 4,3%

- **Distribuição por gênero**

- Mulheres – 54,2%
- Homens – 45,7%

- **Principais países**

- Brasil – 99,5%
- Paraguai – 0,2%
- Estados Unidos – 0,2%

Esses dados demonstram que o projeto tem um público majoritariamente jovem e engajado, com maior concentração na faixa etária de 25 a 34 anos. Além disso, o alcance expressivo em Aracaju e Nossa Senhora do Socorro indica um forte impacto local, enquanto a presença de seguidores de outros estados e países reforça a relevância do projeto para além das fronteiras sergipanas. Infelizmente, a métrica utilizada não exibe a faixa etária acima de 54 anos, o que dificulta a percepção em entender se o produto chegou para as pessoas dessa idade e se existe o interesse por parte delas.

## 5.4 Concepção Visual

### 5.4.1 Conceito

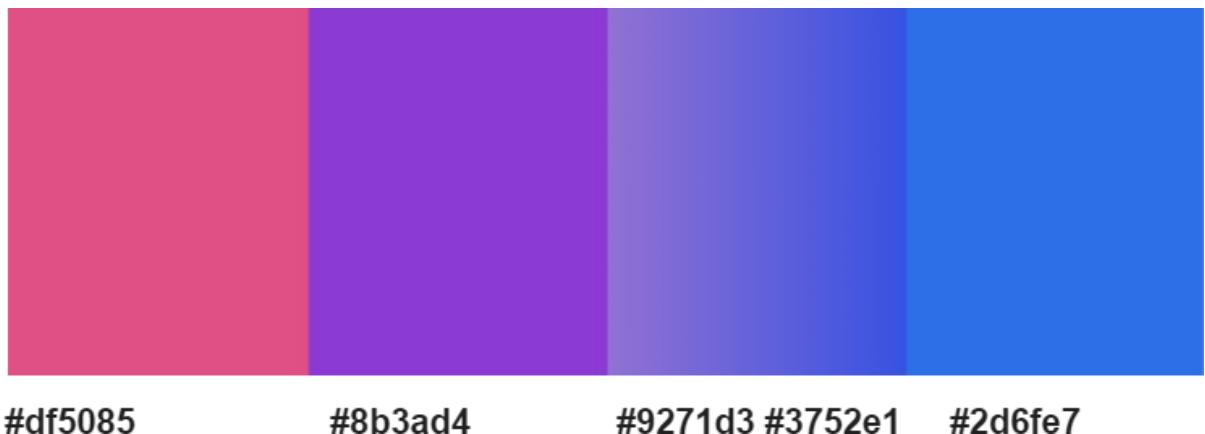
Ao criar um ambiente que possibilita a disseminação de informações e a ampliação da visibilidade do futebol feminino em Sergipe, foi pensado cores, tipografias e elementos gráficos que refletissem a proposta do projeto. Para isso, o modelo textual do Zona Contexto, edição nº2, também foi aplicado a fim de entender a estrutura organizacional de um projeto visual.

### 5.4.2 Cores

A identidade visual do produto foi dividida em quatro cores: azul, roxo, rosa e branco (Figura 2). Essas cores foram pensadas cuidadosamente para quebrar o padrão de que meninas remetem apenas ao rosa. Além disso, a ideia inicial antes de começar de fato o projeto, era usufruir de cores que chamassem a atenção do leitor e se diferenciasse dos demais veículos. O

azul carrega consigo o estereótipo social de cor para homens, já o rosa, é historicamente apresentado como paleta para meninas. A escolha dessas três cores carrega um significado que simboliza a busca pela equidade de gênero e a luta por um espaço onde as mulheres possam se expressar livremente sem as limitações impostas pelas expectativas sociais. Esse movimento visual é mais do que uma escolha estética, é uma afirmação de que as mulheres podem ocupar qualquer espaço, e que as cores, assim como os esportes e as oportunidades, pertencem igualmente a todos.

**Figura 3** – Paleta de cores



**Fonte:** autoria própria (Canva, 2025)

#### 5.4.3 Tipografia

Para a construção do texto no site, foram analisados portais jornalísticos como: Azmina, Nexo, Carta Capital, Portal Catarinas, Folha de S.Paulo, CNN Brasil, ESPN Brasil e LANCE!. O objetivo dessa análise foi identificar padrões estruturais e elementos em comum entre esses veículos, compreendendo o que funciona na organização e apresentação do conteúdo jornalístico. Foram observados títulos, linha fina, intertítulos, texto corrido e parágrafos. Com este estudo, foi possível mapear a padronização dos veículos online, garantindo que a redação do site estivesse sintonizada com o que o público que consome informações já está acostumado. Logo, nos títulos das notícias, foi utilizada a fonte Oswald, tamanho 20, garantindo uma aparência moderna e impactante. Para a linha fina, a fonte Roboto Condensed foi escolhida, com tamanho 14, que combina legibilidade com um design semelhante a fonte do título, sem destoar.

Já no corpo do texto, as fontes seguem um padrão do WordPress, com tamanho 14, com adaptações para cada sistema operacional, garantindo compatibilidade e uma experiência de leitura consistente. As fontes são:

- **-apple-system**: Fonte padrão dos dispositivos Apple (como "San Francisco" no iOS e macOS);
- **BlinkMacSystemFont**: Fonte usada no navegador Google Chrome no macOS;
- **Segoe UI**: Fonte padrão das interfaces do Windows (a partir do Windows Vista);
- **Roboto**: Fonte amplamente usada no Android e em muitos sistemas do Google;
- **Oxygen-Sans**: Fonte padrão do ambiente de desktop KDE (Linux);
- **Cantarell**: Fonte padrão para o ambiente GNOME (Linux);
- **Sans-serif**: Fonte genérica que será aplicada caso nenhuma das anteriores esteja disponível (como Arial).

Em relação a estrutura do texto corrido das matérias, a aplicação da formatação alinhada à esquerda, com espaçamento simples, visto que essa padronização foi observada nos veículos pesquisados, sendo uma prática comum para facilitar a leitura e garantir uma apresentação mais limpa e organizada. É importante destacar que o título com 69 caracteres é dividido em duas linhas. No entanto, a segunda linha terá um espaçamento diferente da primeira, ou seja, ela não se estenderá até o final da linha, criando uma espécie de recuo. Isso ocorre devido a limitações na programação, além da necessidade de um título curto e objetivo. A linha fina segue a mesma lógica, respeitando essa limitação de caracteres, a fim de manter a uniformidade e facilitar a leitura rápida e eficaz do conteúdo. Entretanto, a linha fina tem um limite de apenas uma linha.

No texto, a quantidade mínima é limitada a 2 mil caracteres e a máxima em 14 mil, assim, é possível divulgar notícias simples a grandes reportagens. Já em relação aos parágrafos, assim como CNN Brasil, LANCE! e ESPN, a quantidade de linhas é restrita de cinco a oito, no máximo. Para possíveis 'olhos', o número de caracteres fica entre 170 e 220 caracteres.

Por uma questão de preferência pessoal, optou-se por não inserir legendas nas imagens ao longo do texto, mantendo-se apenas os créditos com uma linha abaixo de cada foto. Já para citações, foi novamente adotado o mesmo formato que o Zona Contexto em que a ocupação da fonte é mencionada antes do nome, como no exemplo: "As árvores da UFS são bonitas", diz a aluna do 4º período de Biologia, Joana Batista. Para citações indiretas, a estrutura será: "De acordo com a professora de Direito da USP, Janaína Paschoal, [...]."

Quanto às imagens para o site, elas devem estar em formato de JPEG ou JPG. As fotos de capa podem ter tamanho 700 x 400 pixels. No decorrer do texto, as imagens que entrarão

devem ter tamanho inferior a 1000 x 1000 pixels. No caso de gráficos, será necessário seguir as paletas de cores do Passe Delas, garantindo a uniformidade visual e a identidade do projeto.

#### 5.4.4 Logotipo

Para a logotipo, foi analisado como passar uma identidade que desse a entender que o projeto é algo voltado para o esporte. Dessa forma, após diversas tentativas no aplicativo Canva, foi possível formular uma logo identitária e objetiva. No desenvolvimento do projeto, notou-se questões referentes à utilização apenas de uma logo fixa na vertical, porém devido às proporções matemáticas e estéticas, principalmente no portal do projeto, foi necessário reformulá-la em três, vertical, horizontal e para a aba da internet. Para a logotipo na vertical, uma bola de futebol se fundindo com as iniciais do nome (Figura 3). Para a escrita do Passe Delas, a fonte utilizada foi Adlery Blockletter que trouxe uma ideia de descontraído. Já para a identidade na horizontal, a bola de futebol ao invés de se fundir com as iniciais P e D, ela vai apenas para o lado da letra P (Figura 4). A pequena mudança surgiu em função da estética visual no site, único lugar onde a logo na horizontal ganha destaque. A logo da aba do site precisou ser ajustada devido à inadequação das proporções vertical e horizontal, que comprometem sua legibilidade (Figura 5). Dessa forma, foi essencial adaptá-la para garantir melhor visualização e reconhecimento da marca.

**Figura 4** – Logo na vertical



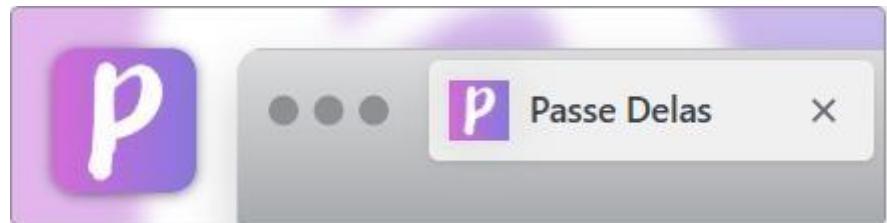
**Fonte:** autoria própria (Canva, 2025)

**Figura 5** – Logo na horizontal



**Fonte:** autoria própria (Canva, 2025)

**Figura 6** – Logo para a aba do site



**Fonte:** autoria própria (Canva, 2025)

#### 5.4.5 Aplicação da Identidade Visual

O site do projeto foi desenvolvido durante o mês de outubro a início de novembro. Em conversa com o programador Luís Humberto, a proposta inicial era criar um site intuitivo, de navegação simplificada e acessível, garantindo que todos os usuários pudessem utilizá-lo com facilidade. Para garantir que o desenvolvedor compreendesse com clareza a estrutura do site, foi elaborado um protótipo visual através do Canva. Esse esboço serviu como um guia para facilitar a execução do projeto conforme a proposta idealizada pela autora. (Figura 7). Colocando como base os veículos pesquisados e as sugestões do programador, foi definido a disposição da logo, o espaço reservado para futuros patrocinadores e a estrutura de cada seção.

Para o Instagram, a identidade visual foi pensada de maneira única com o objetivo que o público identificasse o produto sem precisar verificar de qual veículo aquela postagem faz

parte. Para isso, a ferramenta do Canva foi primordial na criação dos layouts idealizados para o projeto. Com as cores escolhidas, a proposta era gerar um conceito de singularidade. Após várias tentativas de produção, o layout final foi criado e aprovado pelo público-alvo (Figura 6).

**Figura 7** – Template inicial para as redes sociais



**Fonte:** autoria própria (2025)

Após quatro meses de projeto, foi pensado um novo modelo de postagem para as redes sociais. Isso porque a plataforma Instagram alterou as proporções de publicação no *feed* e o fundo roxo não agradava mais a autora. Essas mudanças serviram para chamar a atenção do público e deixar o veículo com uma visualidade mais suave. É importante destacar que apenas as proporções e o fundo mudaram.

**Figura 8** – Template final para as redes sociais



**Fonte:** autoria própria (2025)

Com um design objetivo, a arte das redes sociais para notícias e reportagens conta com uma caixa para um breve resumo de uma a três palavras, também conhecido como "chapéu" no jornalismo impresso. Abaixo do chapéu, assim como nos veículos tradicionais impressos e online, fica o título em destaque. Diferente da página inicial do portal, o título nas redes sociais pode ocupar até três linhas, mas suas linhas precisam estar alinhadas entre si, sem limite de caracteres. Além disso, todas as postagens exibem o logo do projeto para fins de identificação e prevenção de plágios visuais.

No site, a página principal do Passe Delas foi pensada em quatro blocos verticais, organizados estrategicamente para otimizar a navegação e a experiência do usuário. Segue a sequência:

1. **Seções do site** – Barra de menu
2. **Últimas matérias publicadas** – Espaço para as notícias consideradas mais relevantes do momento.

3. **Cobertura do campeonato que esteja acontecendo** – Área dedicada a notícias sobre os campeonatos locais, acompanhada de uma tabela de jogos atualizada.
4. **Outras reportagens** – Listagem das reportagens mais recentes.

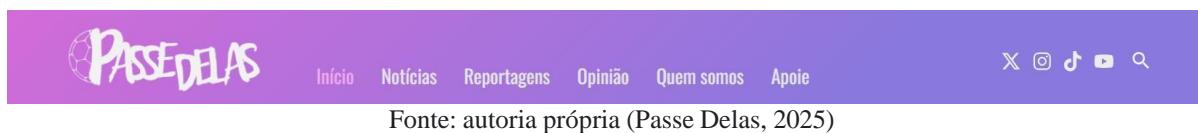
**Figura 9** – Protótipo desenhado para o site



Fonte: autoria própria (Canva, 2025)

Aplicando a identidade visual no site enquanto protótipo, ficou fácil a visualização e desenvolvimento dele. Após um pouco mais de um mês de programado, o site ganhou mudanças conforme o que era possibilitado pela plataforma Wordpress. Entre as mudanças implementadas, a barra de menu foi aprimorada com a inclusão das seções "Início" e "Quem Somos" (Figura 8).

**Figura 10** – Versão final do menu



Fonte: autoria própria (Passe Delas, 2025)

## 5.5 Modelo de Negócios

O modelo aplicado no presente documento foi o Business Model Canvas, conhecido apenas como Canvas. Essa é uma ferramenta que permite o planejamento estratégico para empreendedores e startups a fim de organizar como o produto vai operar e gerar valor ao mercado. O modelo é composto por nove blocos, sendo eles:

- Segmento de clientes: Qual é o público-alvo o produto vai atender;
- Proposta de valor: Qual é o produto oferecido;
- Canais: Meios em que o produto vai ser oferecido;
- Relacionamento com os clientes: Como conquistar e manter o público-alvo;
- Fonte de receitas: Como o projeto vai ganhar dinheiro através do fluxo de receita;
- Recursos principais: Recursos que irão atrair o cliente para o produto;
- Atividades chaves: As atividades que o projeto vai desempenhar;
- Parcerias principais: Possíveis parceiros que o projeto pode ter. Essa aliança pode ser com dinheiro, publicidade etc;
- Estrutura de custos: Mapeamento de custos gastos com o produto.

### 5.5.1 Segmento de Clientes

O projeto é voltado principalmente para mulheres, jogadoras, atletas, fãs de esportes, familiares de atletas e entusiastas do futebol feminino que residem em Sergipe e na região Nordeste. O Passe Delas busca atrair tanto aqueles que já acompanham o esporte quanto os que estão interessados em descobrir mais sobre o futebol feminino local.

### 5.5.2 Proposta de Valor

O produto oferece uma cobertura jornalística intensiva do futebol feminino em Sergipe, algo que atualmente não existe no mercado local. A proposta de valor inclui reportagens, entrevistas, notícias, e conteúdo audiovisual, como filmagens de jogos, entrevistas com jogadoras, e artes de jogos. O projeto visa preencher a lacuna na cobertura do futebol feminino, fornecendo informação de qualidade e conteúdo visualmente atrativo que destaque as histórias e conquistas das atletas e times sergipanos.

### 5.5.3 Canais

O projeto utiliza a plataforma Wordpress para publicação de reportagens e cobertura mais detalhada, além de uma conta no Instagram para interação com o público e compartilhamento de conteúdo visual, como vídeos de gols realizados nos jogos, entrevistas, e artes pré e pós jogos. A divulgação é realizada majoritariamente pelas redes sociais, com o Instagram desempenhando um papel de mediador dessas informações, mas também uma forma de interagir com os leitores. Além disso, também foram escolhidos canais como o Youtube, X e TikTok para uma maior divulgação e propagação do produto.

### 5.5.4 Relacionamento com os Clientes

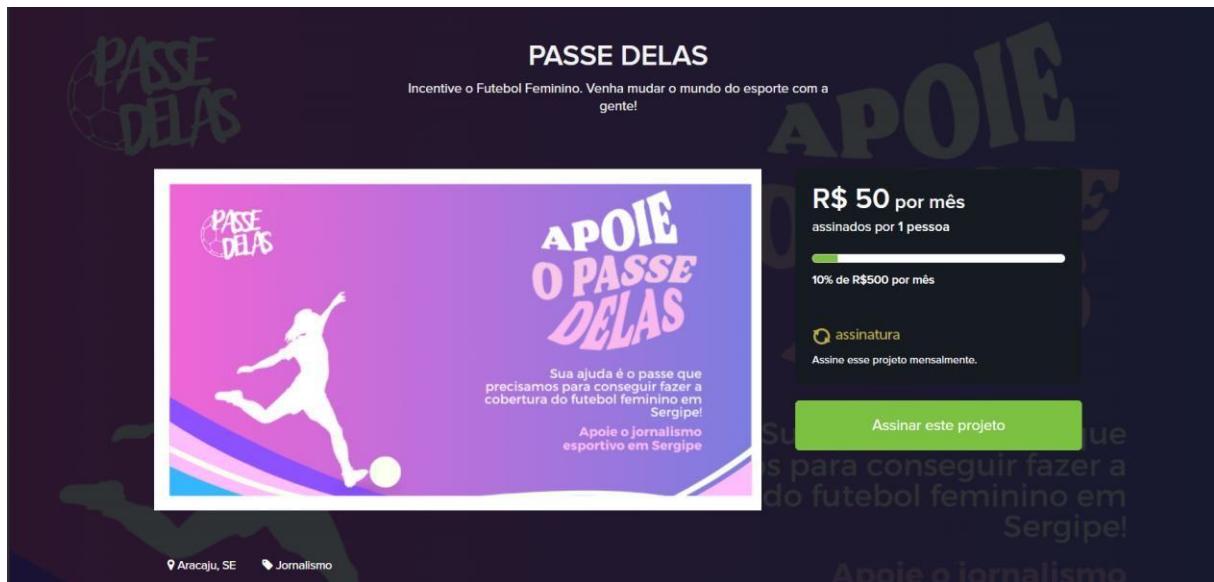
O Passe Delas mantém um relacionamento direto com o público por meio das redes sociais, onde a interação é um dos fatores diferenciais dos demais veículos. Além de oferecer recursos no site, como acesso a vídeos exclusivos durante os jogos, entrevistas completas, e materiais relacionados aos treinos das jogadoras e suas rotinas. O projeto busca oferecer o diferencial de uma cobertura focada exclusivamente no futebol feminino sergipano, algo que não é encontrado nas mídias tradicionais, nem nas locais.

### 5.5.5 Fontes de Receita

Durante uma pesquisa nos veículos futebolísticos, notou-se que não há conteúdo pagos para esse tipo de tema. As páginas de esporte sergipano, normalmente, cobram apenas por camisas, assinatura no “membros” do Youtube e conteúdos em áudio, como podcasts.

Diante dessa realidade e ao fato do projeto ter como objetivo facilitar o acesso a um conteúdo de qualidade e informativo sobre a temática discutida, ficou decidido manter os conteúdos disponibilizados de forma gratuita. Porém, acrescentando o “[Apoie](#)” que oferece aos leitores a possibilidade de apoiar o projeto financeiramente. Essa alternativa foi criada através do Catarse, uma plataforma de financiamento coletivo. Com ele, as pessoas que apoiarem o Passe Delas poderão doar mensalmente de R\$ 5,00 até R\$ 100 (Figura 9). Outras possíveis fontes de receita incluem futuras parcerias com marcas ou materiais esportivos, patrocínios e/ou publicidade no site. Para que o site do projeto pudesse ter a possibilidade de patrocínios, foram colocadosmeticulosamente espaços em abertos na página principal e secundárias.

**Figura 11** – Página do Passe Delas no Catarse



**Fonte:** autoria própria (Catarse, 2025)

### 5.5.6 Recursos Principais

Os principais recursos do Passe Delas incluem uma câmera no valor de R\$ 3.800 para as filmagens em campo e fotos dos jogos para um banco de imagem; um microfone de lapela de R\$ 25,00 para entrevistas; um celular comprado por R\$ 3.600 para a captação de áudio, edição e publicação de conteúdo nas mídias sociais; e um computador para edição e gerenciamento de conteúdo no site. Além disso, a plataforma Canva e o aplicativo CapCut foram assinados para a criação de todo o projeto visual e audiovisual do produto, sendo que o valor mensal do Canva é de R\$ 17,00 e o do CapCut, R\$ 32,90.

Com o objetivo de ampliar a divulgação do projeto, foi contratado um serviço de impressão de panfletos, no qual foram impressos 500 exemplares por R\$ 115,00. Para que o audiovisual do projeto não dependesse apenas de uma lapela, mais duas foram compradas por R\$ 25,00 cada, ficando uma para iphone e duas para Android.

Para que o site fosse ao ar, a hospedagem na plataforma do Wordpress e o domínio<sup>3</sup> precisaram ser adquiridas. A compra da hospedagem do site foi feita à vista no valor de R\$ 335,52, valendo por quatro anos. O domínio foi adquirido por R\$ 89,98, em uma compra única, sem necessidade de renovação anual ou mensal. Além disso, as despesas com transporte e

<sup>3</sup> [www.passedelas.com.br](http://www.passedelas.com.br)  
Passedelas.com.br

outros custos possíveis também foram introduzidas no planejamento para evitar quaisquer transtornos financeiros.

Ao todo, o investimento inicial foi de R\$ 1.294,30 em recursos chaves para elaborar uma boa cobertura jornalística, além de divulgação do produto em questão. Vale ressaltar que esse valor não contempla a compra de equipamentos como câmera e celular, uma vez que a aquisição desses materiais foi anterior ao processo de produção do produto. Para entender detalhadamente o valor de cada item, foi desenvolvida uma planilha que mapeia e descreve cada elemento que foi investido para a realização do Passe Delas nos meses de novembro e dezembro (Tabela 1).

**Tabela 1** – Valor investido nos dois primeiros meses do projeto

Categoría	Descrição	Valor	Data de Compra
Panfletagem	Impressão de 500 panfletos para divulgação	R\$ 115,00	12/11/2024
Hospedagem do Site	Servidor para hospedagem do site	R\$ 335,52	11/11/2024
Domínio do Site	Compra do domínio do site	R\$ 89,98	11/11/2024
Programador	Desenvolvimento do site	R\$ 174,00	15/11/2024
Transporte para Colaboradores	Custos com transporte de equipe	R\$ 50,00	23/11/2024
2 lapelas	Compra de lapelas para eventos e entrevistas	R\$ 50,00	08/11/2024
Canva	Criação de template para as redes sociais	R\$ 34,00	01/11/2024
CapCut	Edição de vídeo para as redes sociais	R\$ 65,80	13/11/2024
Deslocamento da autora	Valor da gasolina para o carro	R\$ 250,00	23/11/2024
Alimentação	Lanche após jogos	R\$ 80,00	23/11/2024
Possíveis imprevistos	Caso o projeto necessite de algum dinheiro reserva	R\$ 50,00	
Total		R\$ 1.294,30	

**Fonte:** autoria própria (2025)

### 5.5.7 Recursos Humanos

Durante a construção do projeto, foi preciso estruturar cada função e ação seria realizada para dar andamento ao produto. Com apenas uma única autora e responsável pela maior parte das atividades, o desenvolvimento de todas as áreas precisou de uma organização precisa e funcional. Para que a autora não ficasse sobrecarregada, a parte técnica do site foi aprofundada pelo programador Luis Humberto. Dessa forma, as funções editoriais do Passe Delas foram divididas conforme um veículo jornalístico atual, contendo repórter, fotógrafo, editores, pauteiros e social media (Quadro 1).

**Quadro 1 – Funções editoriais**

Função	Atribuições	Responsável
Repórter	Produção de reportagens, entrevistas, e notícias	Fernanda Spínola
Fotógrafo/Cinegrafista	Captação de imagens e filmagens	Fernanda Spínola
Editor de Conteúdo	Edição de vídeos, fotos e gerenciamento do site	Fernanda Spínola
Social Media/Designer Gráfico	Criação de artes e gerenciamento das redes sociais	Fernanda Spínola
Pauteira	Criação de Pautas relacionadas à prática do futebol feminino em Sergipe	Fernanda Spínola
Programador	Criação de site	Luis Humberto

**Fonte:** autoria própria (2025)

### 5.5.8 Atividades-Chave

As atividades-chave do projeto incluem a produção de reportagens, entrevistas, e conteúdo visual sobre futebol feminino; cobertura de eventos e jogos; gerenciamento das mídias sociais, com atualizações diárias nas redes sociais e interação com seguidores. Além disso, a elaboração de estratégias de marketing para atrair novos leitores e visibilizar o futebol feminino em Sergipe. A fim de organizar quais serviços o projeto visa oferecer, foi elaborada uma estrutura contendo detalhadamente essas tarefas (Quadro 2).

**Quadro 2 – Produtos oferecidos ao público**

Produtos	Reportagens	Notícias	Entrevistas/ Pós Jogo/ Pré Jogo/	Filmagens/ Fotos jogos	Arte de Jogo	Cobertura ao vivo pelos stories do instagram
Descrição	Cobertura detalhada do futebol feminino em Sergipe	Atualizações frequentes dos jogos femininos; Últimos acontecimentos; Resultados de jogos e outros eventos importantes.	Entrevistas com jogadoras, treinadores e outras figuras importantes do futebol	Captura de fotos para publicação no site e nas redes sociais.	Criação de artes visuais personalizadas para o pré jogo	Atualização dos jogos ao vivo pelos stories.
Oferecido pelos veículos locais	Não	Ocasionalmente	Não	Ocasionalmente	Não	Não

**Fonte:** autoria própria

### 5.5.9 Parcerias Principais

As principais parcerias do Passe Delas são marcas ou lojas que possam oferecer suporte, descontos ou algum tipo de benefício para o projeto, além de poder colaborar em patrocínios e eventos. Para facilitar e organizar esses relacionamentos comerciais, o Passe Delas possui um número dedicado e exclusivo, que visa otimizar a comunicação e a negociação com potenciais parceiros.

O projeto busca parcerias estratégicas que agreguem não apenas financeiramente, mas também que façam parte da proposta do projeto em promover e fortalecer o futebol feminino, especialmente em Sergipe. Além disso, o Passe Delas entrou em contato com a Secretaria de Estado do Esporte e Lazer (Seel), em busca de incentivar eventos e workshops que ofereçam visibilidade para o esporte na região.

### 5.5.10 Estrutura de Custos

No caso específico da estrutura de custos do projeto, os custos fixos englobam despesas recorrentes e necessárias para a manutenção e operação contínua do mesmo. Esses custos incluem a manutenção do site, despesas com equipamentos e softwares de edição e design. Já os custos variáveis são aqueles que mudam conforme a demanda do projeto. Logo, incluem o deslocamento para a cobertura de eventos e recursos necessários para a produção de conteúdo, que exigem tempo e ferramentas adicionais.

Embora o atual documento registre uma tabela indicando o investimento inicial para a realização do projeto, foi necessário criar uma nova planilha para esquematizar os custos que se mantêm além do investimento. A tabela abaixo corresponde ao mês de novembro e dezembro, quando o Passe Delas implementou o produto em prática no Campeonato Sergipano de Futebol Feminino 2024.

**Tabela 2** – Estrutura detalhada de custos variáveis e fixos mensal

Custos variáveis e fixos mensais		
Categoria de Custo	Descrição	Valor
<b>Custos Fixos</b>		
CapCut	Edição de vídeo para as redes sociais	R\$ 32,90
Canva	Criação de Arte e design	R\$ 17,00
<b>Total</b>		R\$ 49,90
<b>Custos Variáveis</b>		
Transporte colaborador	Deslocamento dos colaboradores	R\$ 50,00
Deslocamento	Viagens e transporte para cobertura dos jogos	R\$ 200,00
Panfletos	Panfletos para distribuir em competições femininas	R\$ 135,00
Alimentação	Valor gasto com lanches na cobertura	R\$ 80,00
<b>Total</b>		R\$ 465,00
<b>Total final</b>		R\$ 514,90

**Fonte:** autoria própria (2025)

Para conseguir uma margem de lucro, entender e estruturar o fluxo de caixa do projeto é essencial. O fluxo de caixa é a movimentação de entradas e saídas de dinheiro de uma empresa. Por isso, foi realizada uma tabela (Tabela 3) da movimentação de entradas e saídas do Passe Delas. As saídas de caixa incluem todos os gastos da empresa, como custos com serviços de terceiros, combustíveis, ferramentas e softwares (Canva, CapCut), além de despesas com panfletos, alimentação e transporte para colaboradores. O valor total das saídas varia ao longo dos meses, sendo mais alto em novembro devido ao gasto com panfletos e serviços de terceiros, e mais baixo em janeiro e fevereiro. Já as entradas de caixa são compostas, principalmente, pelas receitas provenientes de apoios e possíveis parcerias de publicidade.

Ao comparar as entradas e as saídas mensais da cobertura do Passe Delas, desde novembro até março, a projeção de lucro do projeto revela que, apesar das entradas de R\$ 50,00 por mês, as saídas superaram as receitas em quase todos os meses, resultando em um saldo

negativo. Ou seja, devido ao curto tempo de existência do projeto, o investimento inicial precisaria ser maior do que a projeção de lucro inicialmente prevista. Isso porque, para que um produto jornalístico se estabeleça como um veículo confiável e atraia novos investidores, é necessário um período de consolidação, que pode variar conforme a situação.

**Tabela 3** – Margem de despesas e receitas atuais

Serviço	Fluxo de Caixa				
	Mês	Mês	Mês	Mês	Mês
	Novembro	Dezembro	janeiro	fevereiro	março
<b>SAÍDAS</b>					
Lapela	R\$ 50,00	R\$ 0,00			
Serviços de terceiros	R\$ 174,00	R\$ 0,00		R\$ 15,00	
Combustíveis	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 0,00	R\$ 50,00	
Canva	R\$ 17,00	R\$ 17,00	R\$ 17,00	R\$ 17,00	R\$ 17,00
Domínio do Site	R\$ 89,98	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Hospedagem	R\$ 6,99	R\$ 6,99	R\$ 6,99	R\$ 6,99	R\$ 6,99
CapCut	R\$ 32,90	R\$ 32,90	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Panfletos	R\$ 135,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Alimentação	R\$ 40,00	R\$ 40,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Transporte colaborador	R\$ 0,00	R\$ 50,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Possíveis despesas	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 35,00	R\$ 50,00
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>	<b>R\$ 695,87</b>	<b>R\$ 296,89</b>	<b>R\$ 73,99</b>	<b>R\$ 123,99</b>	<b>R\$ 73,99</b>
<b>ENTRADAS</b>					
Apoie	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Publicidade	R\$ 0,00				
<b>TOTAL DAS ENTRADAS</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>R\$ 50,00</b>	<b>R\$ 50,00</b>
1(ENTRADAS - SAÍDAS)	<b>-R\$ 645,87</b>	<b>-R\$ 246,89</b>	<b>-R\$ 23,99</b>	<b>-R\$ 73,99</b>	<b>-R\$ 23,99</b>

**Fonte:** autoria própria (2025)

## 5.7 Plano de Trabalho

O produto desenvolvido neste projeto experimental é um site com reportagens e notícias, com a finalidade de fazer uma cobertura do futebol feminino sergipano. Para isso, inicialmente foi feita uma revisão da literatura a fim de compreender assuntos como empreendedorismo, ética no jornalismo, gêneros, responsabilidade no jornalismo e o próprio futebol feminino. Além disso, também foi estudado a forma como a mídia sergipana aborda a temática em questão para compreender quais lacunas o projeto busca preencher e como se diferenciar dessas mídias tradicionais. Sendo assim, optou-se por criar um meio de comunicação que aplique de maneira efetiva os princípios do jornalismo, adaptando-se às novas exigências e formatos do mercado. Por isso, além da revisão teórica, foram realizadas entrevistas com jogadoras e treinadores de equipes femininas locais, com o intuito de identificar qual é o diálogo atual entre a mídia e esses times.

Para conseguir um crescimento sustentável, em que durante todo o ano tenha a produção de conteúdo, foi necessário mapear cada etapa do projeto e definir metas de curto e médio prazo. Em 2024, foi possível cobrir o Campeonato Sergipano de Futebol Feminino. Já em 2025, a proposta é ampliar a cobertura para outras duas modalidades: o Fut7 Feminino e o Futebol de Base Feminino.

A fim de viabilizar essa expansão, foi feito um mapeamento detalhado dos calendários das competições. O objetivo é evitar sobreposições que dificultem a cobertura simultânea e assegurar que cada evento receba a devida atenção. A ideia de expandir gradualmente o projeto não se baseia apenas na ampliação do alcance, mas também na consolidação da identidade do Passe Delas como um veículo de referência no futebol feminino sergipano.

**Quadro 3 – Calendário das Competições Femininas em Sergipe 2025**

Competições que serão cobertas em 2025						
MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
FUT7		FUTEBOL			FUTEBOL	
Sub-13, Sub-15, Sub-17 e Adulto		Campeonato Sergipano Feminino Sub-17			Campeonato Sergipano Feminino Adulto	
29/03/2025 a 26/04/2025		03/05/2025 a 16/06/2025			05/10/2025 a 07/12/2025	

**Fonte:** autoria própria

Para mapear e organizar as pautas frias que podem ser abordadas durante essas competições, foi realizada uma síntese de conteúdos com o objetivo de identificar temas relevantes e de interesse do público-alvo. A partir disso, as pautas foram agrupadas por temas, competições e períodos vigentes, facilitando a abordagem de forma estratégica e alinhada ao contexto de cada evento (Quadro 4).

Essas pautas foram selecionadas para enriquecer as discussões durante as competições, abordando temas de interesse contínuo que possuem grande potencial educativo e informativo. Assim como o futebol masculino sergipano possui um registro histórico amplamente abordado e divulgado ao longo do ano, o futebol feminino também passará a contar com a mesma qualidade e quantidade de informação, garantindo maior visibilidade e valorização para o esporte.

**Quadro 4 – Síntese de conteúdo**

Tabela de Pautas por Competição				
Competição	Pauta	Tema	Período da Competição	
Fut7 - Base	A história do Fut7 em Sergipe	História	29/03/2025 a 26/04/2025	
	Arbitragem Feminina nos Campeonatos			
	Perfis de Atletas			
	Preparação Física e Técnica	Saúde		
	Lesões e Cuidados			
Fut7 - Profissional	Comportamento em Competição	Comportamento	29/03/2025 a 26/04/2025	
	Preparação e Reabilitação	Preparação		
	Treinamento e Alta Performance			
	A Representatividade das Atletas Negras no Fut7 Feminino Sergipano	História		
	Saúde Mental	Saúde		
	Nutrição e Dieta			
Campeonato Sergipano - Base	Comportamento dos Atletas	Comportamento	03/05/2025 a 16/06/2025	
	Preparação Física e Técnica	Saúde		
	Lesões e Cuidados			

	O Impacto dos Jogos Escolares no Futuro do Futebol Feminino	História		
	Perfis de Atletas			
	O Sonho de Jogar Profissionalmente: A Realidade das Jovens Jogadoras			
	A Evolução do Futebol Feminino de base em Sergipe			
	Futebol Feminino e Inclusão: Como o Esporte Promove a Diversidade			
Campeonato Sergipano - Profissional	Comportamento em Alta Performance	Treino/ Comportamento	05/10/2025 a 07/12/2025	
	Treinamento Avançado			
	Lesões e Recuperação	Saúde		
	Nutrição e Dieta			
	Saúde Mental			
	Treinadoras: Desafios e Conquistas no Comando de Equipes	História		
	Futebol feminino em Sergipe: Suas histórias e dificuldades			
	O Papel das Famílias no Apoio às Atletas Femininas			

**Fonte:** autoria própria (2025)

A área comercial do produto também foi algo que precisou passar por desenvolvimento uma vez que ele possui grande potencial para possíveis patrocínios e propagandas futuras. Esse setor tem como objetivo captar recursos, estabelecer parcerias estratégicas e desenvolver ações que tragam retorno financeiro. Para entender os diferenciais e oferecidos entre os veículos de comunicação locais, foi realizada uma análise aprofundada do mercado de trabalho em que esses estão inseridos. Esse estudo permitiu identificar oportunidades e desafios na captação de patrocínios, além de entender como esses veículos estruturam suas estratégias comerciais. Embora tenha surgido como um projeto acadêmico, o Passe Delas busca uma transição gradual para se consolidar como um veículo de comunicação independente.

A estrutura organizacional da área comercial segue como base o modelo de negócios já criado para o projeto. Com um público-alvo bem definido e um nicho pouco explorado na mídia

local, o Passe Delas tem como meta se tornar referência na cobertura do futebol feminino em Sergipe. Para alcançar esse objetivo, a estratégia foi dividida em três etapas: mapeamento de possíveis patrocinadores e parcerias; desenvolvimento de formatos publicitários; organização de ações promocionais relacionadas ao esporte para fortalecer a presença do projeto no cenário local. Todas essas funções inicialmente serão feitas por mim até que o produto consiga retorno financeiro para a colaboração ou contratação de um profissional.

### 5.8 Plano de Conteúdo

Para manter o projeto em constante atualização e informativo, foi desenvolvido uma agenda de pautas a serem cumpridas que consta no quadro acima (Quadro 4). Além dessa agenda criada para otimizar a produção das reportagens, foi elaborado um mapeamento de fontes, contendo atletas, treinadores, dirigentes, especialistas e demais envolvidos no futebol feminino e sergipano. Esse levantamento foi possível devido às conexões que o projeto fez durante a cobertura em 2024, permitindo um acesso mais qualificado às informações.

**Quadro 5 – Mapeamento de fontes**

Nome	Função	Contato
Natali Coimbra	Representante do Estanciano Feminino	79 9975-6481
Danielle Ferreira	Vice-presidente do Conselho administrativo do Confiança	79 9124-5827
Airton Lima	Narrador de jogo	79 9958-2081
Eliatriz Almeida	Técnica do Confiança	79 9142-2642
Ana Paula	Árbitra	79 9872-7894
Felipe de Pádua	Repórter GE	79 9102-6766
Mileny Oliveira	Apresentadora do Programa Maria Chuteira	79 8168-2198
Emerson Pereira	Assessor Falcon	21 99382-4932
Joan Luz	Assessor Dorense	79 99914-4899
Maycon Fernandes	Assessor Gloriense	79 99941-7132
Junior Matos	Assessor Sergipe	79 8119-7986
Juliana	Jogadora de futebol	79 9144-2849
Chardson Machado	Diretor ITTV	79 9946-0334

Camile Araujo	Jogadora de futebol	79 9928-8443
Neandes Rafael	Narrador	79 9913-3010
Lucas Matheus	Comentarista de futebol	79 9673-3973

**Fonte:** autoria própria

## 5.9 Plano de Produção

Para garantir um planejamento de conteúdo bem estruturado de produção e publicação de conteúdo. Foi necessário desenvolver uma rotina de trabalho em que as reuniões de pautas e os cronogramas estivessem presentes. Dessa forma, as reuniões para discutir os tópicos do projeto se firmaram às quarta-feiras, uma vez que é o dia da semana em que a autora possuía mais disponibilidade para trabalhar de maneira intensa no planejamento. Durante esses momentos, era discutido as próximas coberturas de jogos, incluindo o retrospecto dos times e das últimas partidas. Além disso, também era colocado em pauta estratégias para engajar nas mídias sociais e possíveis sugestões de perguntas para entrevistas durante os jogos. Nos dias que acontecem os jogos, o plano de produção segue uma estratégia organizada para otimizar o tempo e evitar sobrecarga durante a cobertura. Sendo assim, o fluxo funciona da seguinte forma:

- **Pré-jogo** (dia anterior ou no dia do jogo pela manhã):
  - Publicação com informações sobre a partida, horário, local e contexto do confronto;
  - Destaque para atletas-chave e histórico do confronto.
- **Cobertura em tempo real** (durante a partida):
  - Postagens com os melhores lances e atualizações do placar;
  - Publicação nos stories do Instagram e interação com os seguidores sobre o jogo.
- **Pós-jogo** (logo após o término da partida):
  - Publicação da notícia com o resultado do jogo e impacto na tabela do campeonato;
  - Entrevistas com representantes das equipes em disputa;
  - Atualização da tabela de classificação e destaque individuais do jogo.

Em relação às postagens no Instagram, X e TikTok, a produção não era diferente. Durante o Campeonato de Futebol Feminino, as publicações das redes sociais acompanhavam as do site, principalmente em dias de jogo quando a cobertura nas mídias era mais intensa. O

feedback do público em relação ao Passe Delas foi positivo e, inesperadamente, rápido. Em apenas um mês, a conta no Instagram ganhou mais de 500 seguidores, mostrando como existia uma demanda que precisava ser suprida.

### 5.10 Custos e Investimentos

Considerando que a tabela de investimentos e custos já foi detalhadamente explicada e apresentada neste documento, uma nova tabela que projeta possíveis investimentos necessários para sustentar o crescimento futuro do projeto foi elaborada. Isso inclui, mas não se limita, aos custos com jornalistas, vendedores, administradores, manutenção do site, além de despesas com marketing e divulgação.

Atualmente, o Passe Delas é conduzido apenas por uma pessoa, o que limita o projeto em questões de tarefas. Essa estrutura restrita dificulta o acompanhamento eficiente de todas as atividades e o crescimento da iniciativa, exemplo disso é a criação de conteúdo e a gestão operacional. O acúmulo de responsabilidades que não são específicas para um jornalista sobrecarrega a responsável e prejudica o projeto. Por isso, a tabela abaixo conta com profissionais especializados e a projeção de um investimento anual para o crescimento sustentável da iniciativa (Tabela 4).

**Tabela 4** – Despesas dos próximos anos

Despesas anuais		
Categoria	Descrição	Valor
Canva	Criação de Arte e design	R\$ 204,00
Domínio do Site	Compra do domínio do site	R\$ 89,98
Drone	Imagens e filmagens em drone	R\$ 100,00
CapCut	Edição de vídeo para as redes sociais	R\$ 394,80
Gasolina para carro	Abastecimento do carro para transporte	R\$ 3.000,00
Executivo de vendas freelancer	Vender o espaço publicitário no site	R\$ 12.000,00
Gerente financeiro	Organizar as finanças do projeto	R\$ 18.000,00
Jornalista freelancer	Criação de notícias para o site e mídias sociais	R\$ 12.000,00
Total por ano		R\$ 45.788,78

**Fonte:** autoria própria (2025)

## 5.11 Receitas

As principais expectativas de receita serão provenientes de duas ações de captação: a venda de anúncios publicitários e o apoio financeiro dos leitores por meio de uma vaquinha virtual no Catarse. A tabela a seguir (Tabela 5) detalha as expectativas de receitas oriundas dessas ações de captação, oferecendo uma visão clara das diferentes fontes de receita e suas estimativas mensais, com base em análises iniciais do público-alvo e do modelo de negócios adotado. Importante frisar que para a venda de anúncios publicitários, todos os conteúdos devem conter a informação de que é um conteúdo patrocinado.

**Tabela 5** – Venda de Anúncios Publicitários Anual

Tipo de anúncio	Descrição	Preço unitário	Receita estimada
Banner	Anúncios nas laterais do site	R\$ 500,00 por mês	R\$ 6.000,00
Banner	Anúncios no topo do site	R\$ 700,00 por mês	R\$ 8.400,00
Publicidade nativa	Artigos ou posts patrocinados em formato de conteúdo	R\$ 1.500,00 por post	R\$ 18.000,00
Postagem nas redes sociais	Conteúdo patrocinado nas redes sociais	R\$ 800,00 por mês	R\$ 9.600,00
Total			R\$ 42.000,00

**Fonte:** autoria própria (2025)

Sugerido pelo programador do site, a seção "Apoie" do site oferece uma forma de captar doações regulares dos leitores para ajudar no financiamento do projeto. O apoio pode ser de R\$ 5,00 até R\$ 100,00 por mês, dependendo da contribuição do apoiador. Atualmente o projeto conta apenas com um apoiador que contribui com R\$ 50,00 mensal. A tabela a seguir é sobre o objetivo do apoie futuramente e a receita que ele renderá.

**Tabela 6** – Receita estimada com o Apoie Anual

Valor da Doação Mensal	Estimativa de Apoiadores (Mensal)	Receita estimada Anual
R\$ 5,00	100 apoiadores	R\$ 6.000,00

R\$ 25,00	50 apoiadores	R\$ 15.000,00
R\$ 50,00	30 apoiadores	R\$ 18.000,00
R\$ 100,00	20 apoiadores	R\$ 24.000,00
Total		R\$ 63.000,00

**Fonte:** Autoria própria (2025)

**Tabela 7** – Resumo das receitas estimadas Anual

Venda de Anúncios Publicitários	R\$ 42.000,00
Apoio via Catarse	R\$ 63.000,00
Total	R\$ 105.000,00

**Fonte:** Autoria própria (2025)

Ao comparar o total de entradas com o total de saídas, é possível organizar a estrutura do fluxo de caixa, fornecendo uma visão clara da saúde financeira do projeto ao longo dos anos. Embora o presente documento apresente todas as informações necessárias para a compreensão do lucro futuro, ele não inclui a previsão de impostos, ou seja, esse fluxo será apresentado como líquido (Tabela 8). Isso ocorre porque, para calcular os impostos devidos, é necessário considerar uma série de variáveis adicionais, que só poderão ser levadas em conta quando o projeto deixar o âmbito acadêmico.

**Tabela 8** – Resumo final de entradas e saídas futuras anuais

Total de Entradas	R\$ 105.000,00
Total de Saídas	R\$ 45.788,78
Saldo Final	R\$ 59.211,22

**Fonte:** Autoria própria (2025)

## 5.12 Memorial Descritivo

### 5.12.1 Pré-Cobertura

Durante o início do projeto, muito se questionava sobre qual nome ele poderia assumir, como seria feito todo esse processo de cobertura, especialmente por uma pessoa só a frente de um grande nicho que carece de informação. Apesar de ser considerada a parte mais simples do produto, o nome tinha um papel fundamental: ele precisava ser chamativo, objetivo e ter a capacidade de captar a atenção do público-alvo. Além disso, o nome deveria fazer referência direta ao futebol feminino, sem perder de vista a ideia de inclusão e pertencimento. A ideia de unir palavras que sintetizassem a proposta de todo o projeto era algo além de uma simples escolha, precisava ser bem pensado e estratégico. Dessa forma, surgiu o Passe Delas. O "Passe" remetia à ação do esporte, simbolizando a dinâmica, o movimento e a conexão entre jogadoras. Já o "Delas" trazia consigo a força da identidade feminina, reafirmando que o projeto era dedicado às mulheres.

A junção dessas duas palavras teve como objetivo transmitir uma mensagem de pertencimento. Um simples nome não só destacou a proposta do projeto de promover o esporte feminino, como também reforçou a ideia de um ambiente onde as mulheres pudessem se ver, crescer e se destacar.

Para além da escolha do nome, a decisão de quais cores representariam o Passe Delas foi primordial para toda a identidade visual já revelada no presente documento. Em 2019, no Brasil, a até então ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damares Alves, afirmou em suas redes sociais que “menino veste azul e menina veste rosa”. Devido a essa visão compartilhada por diversas pessoas, o Passe Delas se opõe a ela na sua identidade visual. Como já mencionado anteriormente, cada cor foi escolhida para possibilitar a transmissão de uma mensagem, como provocar uma reflexão sobre os estereótipos sociais associados ao gênero. Essa combinação entre roxo, azul e rosa, além de desafiar essas convenções, promove uma reinterpretação do azul, que, ao ser colocada como uma das cores do futebol praticado por mulheres no projeto, passa a ser um símbolo do feminino, reforçando a ideia de que as cores não pertencem exclusivamente a um gênero.

Ao desenvolver o Passe Delas como um negócio, foi possível entender que o produto estava além de um projeto de conclusão de curso. A partir da primeira postagem no site e nas redes sociais, notou-se como a modalidade precisava de um meio para depositar suas conquistas e suas frustrações relacionadas ao esporte. Ao iniciar o projeto, imaginava-se que haveria

demanda, no entanto, não esperava-se a grande quantidade atingida de atletas e familiares que utilizaram do veículo como forma de divulgação, compartilhando as notícias, além dos campos de futebol. Inserido rapidamente no meio, o Passe Delas foi nomeado pelas próprias, em poucas semanas, como a voz do futebol feminino sergipano.

No dia 6 de novembro, a Federação Sergipana de Futebol (FSF) convocou uma reunião com os representantes das equipes inscritas no Campeonato Sergipano de Futebol Feminino 2024. Durante o encontro, foram amplamente discutidos temas como a duração do campeonato, os locais e horários das partidas e, principalmente, os recursos que poderiam ser disponibilizados para as equipes. Vale ressaltar que, em nenhum momento, foi abordada a questão da cobertura da mídia local, algo incomum em discussões sobre um campeonato de futebol. Além disso, apenas a autora e a radialista Mileny Oliveira estavam presentes representando a imprensa. Após mais de uma hora de diálogo, foi decidido que a competição teria início no dia 23 de novembro e se encerraria em 21 de dezembro, ou seja, em menos de um mês. É importante destacar que o curto calendário gerou descontentamento entre os representantes das equipes e, futuramente, entre as atletas.

Com pouco tempo para finalizar a estrutura do site e criar conteúdo para seu lançamento, foi necessário repensar a inclusão de grandes reportagens inicialmente planejadas. A proposta original era garantir que o produto apresentasse, ao menos, três reportagens e cinco notícias no momento do lançamento. No entanto, diferentemente do que foi programado, o site foi lançado com duas reportagens e seis notícias. Essa mudança ocorreu devido às dificuldades encontradas na obtenção de informações sobre a modalidade, bem como ao curto prazo para desenvolver conteúdos mais extensos. A reportagem que abriu o projeto e ganhou destaque logo de início foi desenvolvida em parceria com o Jornal da Cidade, um veículo jornalístico que atua há 54 anos no estado de Sergipe. Intitulada 'Campeonato Sergipano de Futebol Feminino', a reportagem, a pedido do editor-chefe Dilson Ramos, foi capa na editoria de esportes do jornal, abordando a falta de investimento e as dificuldades enfrentadas pelas jogadoras do futebol sergipano.

A ideia inicial era tratar de pautas frias até o começo da competição. Entretanto, uma série de acontecimentos surgiu antes das postagens dessas matérias. A não participação do Lagarto F.C., vice-campeão de 2023 na modalidade, foi uma grande surpresa para todos os que acompanham o campeonato. Em seguida, a desistência do Estanciano afetou drasticamente o calendário da competição. Ambas as equipes alegaram falta de investimento para manter seus times. Embora essa realidade já fosse uma das dificuldades esperadas pelo projeto, ao se

aprofundar nesse cenário, foi possível vivenciar de perto as problemáticas que afetam o futebol feminino há anos.

### 5.12.2 Mudanças no Campeonato

Durante um mês, foram cobertos sete jogos do Campeonato Sergipano de Futebol Feminino 2024. Essa cobertura aconteceu in loco, com notícias, entrevistas, fotografias, vídeos e interação ao vivo através das redes sociais, em especial, o instagram. Segundo o calendário da FSF, 15 jogos estavam programados para acontecer no decorrer das cinco rodadas, sendo três jogos por rodada e uma competição com sistema de pontos corridos, ou seja, quem estivesse com a maior pontuação venceria a disputa pelo troféu. É importante destacar que, conforme informado pela FSF, havia a previsão de que, aproximadamente, oito clubes participariam do campeonato, porém, apenas seis equipes concluíram as inscrições.

Iniciando de fato o calendário da competição, esperava-se que existisse um clima de rivalidade conhecida no ambiente esportivo. Entretanto, as emoções e o sangue que deveria fever pela busca por um título não era o que chamava atenção. Existia a força e a vontade de ganhar, mas era evidente que o que estava em jogo era muito mais do que uma medalha de ouro. A briga não era apenas pela vitória, elas lutavam por espaço, visibilidade, iluminação e reconhecimento. Lutavam por apoio e, muitas vezes, por condições básicas como alimentação e estrutura adequada. Para algumas, aquela competição não era mais do que mais uma no calendário, com o sabor amargo de que, ao final, nada mudaria. Para outras, representava uma oportunidade rara de se afirmar como atletas, de serem vistas e, quem sabe, valorizadas no cenário esportivo em clubes fora do estado.

Antes das rodadas de fato começarem, o Estanciano, uma das maiores equipes de futebol feminino em Sergipe, se retirou da competição. Em entrevista ao projeto, a presidente do clube feminino, Natali Coimbra, afirmou que tentou o que pôde, mas que não havia condições de manter o time. Para quem vê de fora, a desistência era apenas mais uma em um campeonato, algo que seria facilmente contornado. Porém, a retirada do time teve uma grande importância nos caminhos que a competição trilharia.

A informação da saída do time repercutiu bastante, o que ajudou o Passe Delas a ser divulgado e compartilhado. Quem acompanhava a modalidade, estava interessado em saber o que tinha acontecido com um dos times mais reconhecidos do estado quando se falava de futebol praticado por mulheres. A entrevista com a presidente foi primordial e abriu portas para uma relação que futuramente seria além da notícia. Natali ajudou em toda a divulgação do

projeto e o apresentou para possíveis patrocinadores. De acordo com ela, é preciso abraçar quem escolhe o futebol feminino porque a trajetória a se enfrentar pode ser brutal.

O Estanciano se retirou da competição aproximadamente cinco dias antes do início das partidas. No entanto, a federação não alterou o calendário, apenas atualizou a tabela, registrando o time como desistente. Assim, conforme estipulado no regulamento da competição, as partidas em que o time desistente deveria jogar seriam consideradas como W.O., e todas as equipes que o enfrentassem a seguir venceriam por W.O., conquistando automaticamente três pontos. Essa mudança, não divulgada nos portais de notícias, deixou o público confuso ao observar o campeonato começar com todas as cinco equipes pontuadas. As alterações impactaram o projeto, uma vez que foi decidido que o campeonato começaria zerado e, a cada partida contra o time desistente, a vitória seria registrada como W.O. Ao adotar esse formato diferente, surgiram críticas antes mesmo das coberturas em campo.

Após um longo diálogo com Natali, a presidente sugeriu a criação de um grupo intitulado Mulheres do Futebol Feminino de Sergipe (MUFFS), com o objetivo principal de buscar melhorias para a modalidade na região. A autora aceitou a proposta de iniciar o grupo e fazer parte da construção dessa história. No grupo do WhatsApp, estavam presentes a técnica do time feminino do Confiança, Eliatriz Almeida; a técnica do time feminino do Força Jovem, Ana Paula; Natali Coimbra; a idealizadora do projeto Programa Maria Chuteira, Mileny Oliveira; a atleta do Socorro Sport, Juliana Almeida; e a autora. O grupo, que começou em novembro com apenas seis pessoas, hoje conta com 15 mulheres que representam diversas modalidades, como o futebol feminino adulto e de base, futsal, fut7 e beach soccer.

### 5.12.3 Site

Antes de adentrar na cobertura do campeonato feminino de 2024, é importante pontuar todo o processo anterior a ela. A ideia de contratar um programador para o site do projeto foi devido às falhas tentativas em desenvolver um protótipo na plataforma Wix, também utilizada pelos projetos laboratoriais do curso de jornalismo da UFS. Devido a essa dificuldade, tornou-se imprescindível a necessidade de procurar alguém que assumisse essa função e entendesse toda a proposta do produto. Após uma série de procura, o estudante Luís Humberto foi recomendado por um colega a partir do X. No dia 22 de outubro, um acordo foi firmado e um contrato assinado (em anexo 1) para a programação do site. Como já mencionado no atual documento, a parte visual do projeto já estava montada e o estudante seguiu o modelo proposto

para o site, recebendo alguns aprimoramentos. De acordo com o contrato, a entrega final do veículo deveria ocorrer até 15 de novembro, o que foi devidamente cumprido.

A execução do site do Passe Delas contou com três reuniões via Google Meet, além de atualizações e checagens diárias. Após finalizar a estrutura do produto na plataforma WordPress, as notícias e reportagens, já escritas de forma breve, puderam ser publicadas entre os dias 15 e 16 de novembro, para o lançamento previsto para o dia 17 à tarde. Vale ressaltar que as matérias produzidas nesses dois dias foram programadas para serem publicadas na manhã do lançamento.

A estrutura do site foi organizada da seguinte forma: barra de menu; matérias em recentes; notícias sobre a competição em andamento, além de uma tabela listando os jogos semanais; banner de ilustração para o “apoie”; e mais reportagens. Esse planejamento teve como base a análise de outros veículos. No primeiro bloco da página inicial, para tornar a visualização mais atraente, foram destacadas quatro matérias, sendo uma em evidência e as outras três em sequência lateral na vertical. Apesar da tentativa de selecionar as matérias para o destaque, uma limitação do sistema impossibilitou a implementação dessa proposta, ficando, portanto, as matérias mais recentes em evidência (Figura 10).

**Figura 12** – Página inicial do site do Passe Delas



**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

Abaixo das matérias recentes, foi criada uma seção exclusiva para campeonatos em disputas, o que proporciona um diferencial na organização do produto em relação aos demais (Figura 11). Além disso, na lateral direita da seção, foi inserida uma tabela com os jogos da

semana, incluindo detalhes sobre o dia, horário e os participantes da disputa. Essa abordagem facilita o acompanhamento do leitor, não apenas pelas notícias, mas também oferecendo informações sobre os jogos, permitindo que ele tome a decisão de comparecer aos eventos.

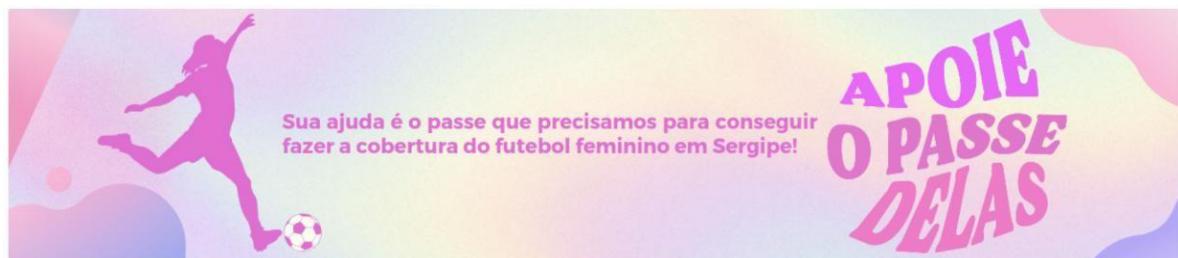
**Figura 3** – Bloco do site com tabela de jogos



**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

Durante o processo de criação do site, foi idealizado alguma forma de levar o leitor até o “apoie” sem precisar clicar na aba. Para isso, foi pensado um banner introduzido na página principal que ornasse com a identidade visual e instigasse as pessoas a lerem. Em constante diálogo com programador devido às proporções que o banner receberia, a arte foi criada com elementos que remetessem ao futebol feminino e ao Passe Delas (Figura 12).

**Figura 14** – Banner no site do projeto



**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

Por fim, a última seção do produto foi pensada para abrigar as reportagens que não estão em recentes, nem estão restritas ao campeonato em disputa. Ela surge para abrigar outras matérias sem sobrecarregar as demais seções do site (Figura 13).

Importante frisar que cada matéria postada possui uma hashtag para poder enquadrá-la nas seções. Dito isso, algumas terão nomes como ‘notícias’, outras ‘reportagens’. Para que assim, a plataforma Wordpress reconheça e separe-as.

**Figura 15** – Bloco para demais reportagens



**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

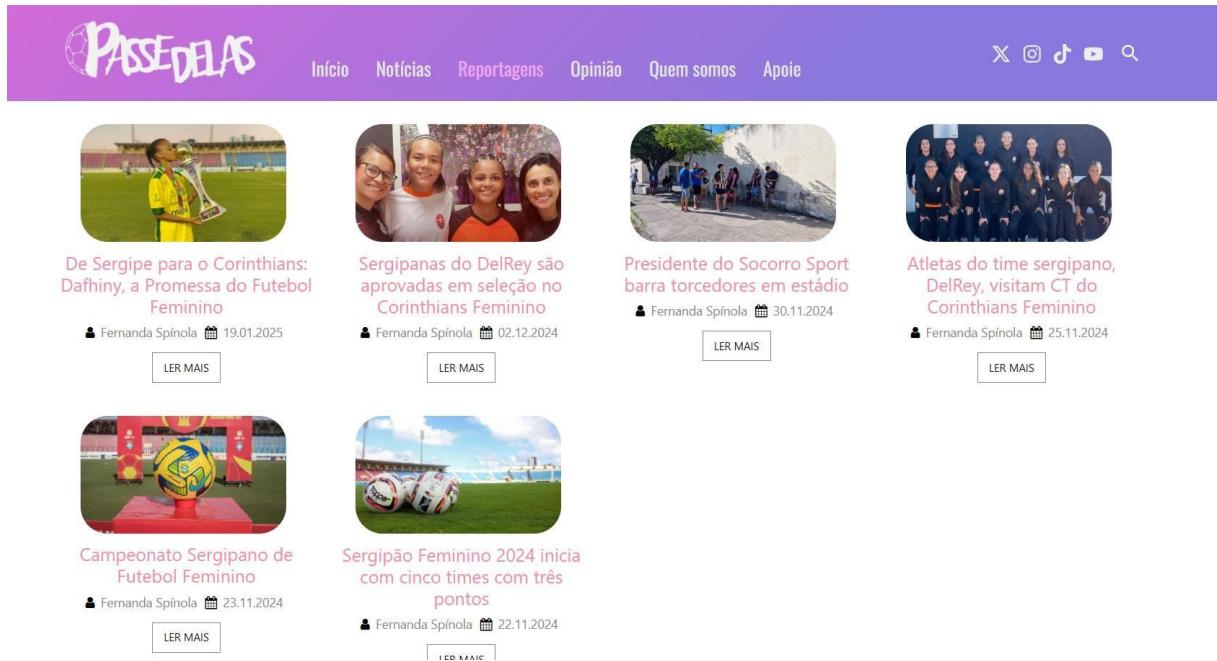
Para as outras páginas do portal, foi pensado em algo simples e objetivo. A ideia inicial era colocar todas as caixas de matéria dispostas na vertical, porém, dessa forma, a página se estenderia desnecessariamente e, para o leitor encontrar a notícia de seu interesse, seria cansativo até localizá-la. Sendo assim, ficou acordado que as matérias seriam enfileiradas na horizontal, dando espaço para visualizar várias caixas em uma única página, sem precisar rolar a tela constantemente (Figura 14).

**Figura 16 – Seção de notícias do Passe Delas**

**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

É importante ressaltar que, diferentemente da página inicial, onde os títulos das matérias não podem ultrapassar duas linhas, nas seções de 'Notícias', 'Reportagens' e 'Opinião', foi programado para que os títulos não se sobressaíssem de forma excessiva às fotos acima (Figura 15). Isso ocorre devido à limitação do WordPress em restringir o número de linhas na página inicial e manter essa padronização nas demais páginas. Além disso, todas as postagens indicam o autor e a data de publicação. Vale destacar que a seção 'Opinião' do projeto é dedicada a artigos de profissionais da área, especialmente jornalistas que atuam no esporte. Essa abordagem visa enriquecer o conteúdo da página, trazendo diferentes perspectivas sobre o universo do futebol.

**Figura 17 – Seção de reportagens do Passe Delas**



**Fonte:** autoria própria (Passe Delas)

Ainda durante a produção do portal, foi identificada a necessidade de uma seção que apresentasse o produto ao público e explicasse as diretrizes editoriais de forma simples e rápida, além de mostrar o quem está por trás do projeto. Por isso, foi criada a página ‘Quem Somos’, onde é descrito para os leitores a origem do Passe Delas, as pessoas responsáveis pelo projeto, sua missão e os valores adotados (Figura 16). Dessa forma, o produto não apenas ganha uma estrutura visual e funcional, mas também é reconhecido como uma iniciativa séria, voltada para a valorização e visibilidade do futebol feminino sergipano.

**Figura 18** – Página do Quem Somos do projeto



### Sobre o Passe Delas

O Passe Delas nasce como um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) idealizado por Fernanda Spínola de Almeida na Universidade Federal de Sergipe (UFS), com orientação do jornalista e professor Josenildo Guerra, mas rapidamente se torna algo maior. Aqui, representamos as vozes do futebol feminino e damos visibilidade a modalidade em Sergipe. Nossa missão vai além de noticiar o esporte. Queremos informar e mostrar a emoção de cada lance, cada vitória, cada partida feita por mulheres.

Adotamos como compromisso o fortalecimento e a valorização do futebol feminino em Sergipe. Em uma região onde a cobertura esportiva voltada para as mulheres ainda é escassa, nós nos propomos a preencher essa lacuna, oferecendo reportagens, entrevistas e conteúdos que destacam as histórias e as conquistas das atletas e equipes locais.

Buscamos dar voz às jogadoras de todas as idades e fases, da criança que sonha em ser profissional à ex-atleta que pendurou as chuteiras. Com ética e responsabilidade jornalística, cobrimos campeonatos, treinos e jogos, indo de campo em campo, município por município, para que cada momento seja registrado e compartilhado.

O Passe Delas é também um convite para que você conheça de perto o futebol feminino sergipano e as pessoas que fazem dele um movimento de resistência e de paixão.

Nós desejamos uma boa leitura a todas e todos!

**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

#### 5.12.4 Campeonato Sergipano de Futebol feminino

O início do campeonato se deu no dia 23 de novembro e, para garantir uma cobertura eficaz, foi feito um planejamento que seria colocado em prática uma semana antes da primeira disputa. Nesse sentido, um vídeo foi divulgado nas redes sociais do produto, contendo apenas a logo, as cores do projeto e uma música, criando um clima de mistério sobre o que estava por vir. A legenda do vídeo contou apenas com a frase ‘estamos chegando’. Durante o período de 20 a 26 de novembro, o projeto optou por investir na divulgação do produto, principalmente pelo fato de o site já estar no ar desde o dia 17 do mesmo mês. Nesses dias, a disseminação através das redes sociais foi primordial para alcançar o público estimado na pesquisa do google formulário.

Segundo o calendário da FSF, a cada rodada seriam disputados três jogos simultaneamente. No entanto, com a desistência do Estanciano, esse número foi reduzido para dois jogos por rodada. Na primeira rodada, surgiu o primeiro impasse sobre qual partida teria a cobertura, uma vez que, por se tratar de uma única pessoa responsável pela cobertura dos jogos, era necessário selecionar quais partidas teriam prioridade. Devido à localização, o jogo entre Barra F.C. e Juventude foi escolhido. Entretanto, o projeto contou com a ajuda da estudante de

jornalismo Júlia Cavalcante nas primeiras duas rodadas da competição. Dessa forma, a cobertura da primeira rodada foi eficiente em ambos os jogos programados: Barra F.C. contra Juventude e Força Jovem contra Socorro Sport.

Para manter o perfil do Instagram atualizado, a idealizadora do projeto e a estudante mantiveram contato através do whatsapp informando os lances mais importantes. Além disso, ambas mostravam os melhores momentos do jogo e comentavam sobre a partida nas redes sociais do produto. Dessa forma, a interação com o público se tornou evidente e cada vez mais o Passe Delas começou a ganhar destaque no meio.

Horas antes da estreia, foi divulgada a reportagem em parceria com o Jornal da Cidade no portal, além das chamadas de jogo nas redes sociais. No primeiro jogo entre Barra F.C x Juventude, foram levados uma câmera profissional, um tripé, duas lapelas, um celular e panfletos do Passe Delas. Nos minutos iniciais da partida, a arbitragem solicitou a retirada do tripé, já que o equipamento só é aceito durante transmissões ao vivo, não para fotos. A câmera fotográfica foi essencial para dar visibilidade às matérias do projeto. Ademais, as atletas ficaram empolgadas com a possibilidade de serem fotografadas e aparecerem em um veículo jornalístico, o que facilitou o diálogo antes e depois do jogo. Na partida coberta pela Júlia Cavalcante, foram levados um celular e duas lapelas. Apesar da quantidade menor de equipamentos, ambas as coberturas foram realizadas de forma igualitária, com exceção das fotos pela câmera profissional.

As lapelas foram utilizadas nas entrevistas realizadas durante o intervalo e ao final dos jogos. Para que as equipes pudessem se preparar, conversava-se com os técnicos antes das partidas sobre a possibilidade das entrevistas. Ao término do primeiro tempo, era solicitado ao responsável pelo time em campo que indicasse uma jogadora para participar de um diálogo destinado às redes sociais do Passe Delas. O mesmo processo acontecia no pós jogo. As filmagens foram feitas pelo celular, e os áudios foram aprimorados no aplicativo CapCut para a postagem nos stories.

Ao final de cada rodada, a tabela com a pontuação atualizada dos times, juntamente com as notícias sobre as vitórias e os destaques da jornada, era divulgada nas redes sociais e no site. Além disso, as fotos tiradas durante os jogos também eram publicadas, o que aumentava o número de compartilhamento do perfil entre as atletas e seus familiares. Para organizar as partidas, foi desenvolvida uma planilha contendo o placar, a data, os participantes e o local dos jogos, facilitando a escolha da cobertura in loco. Cabe frisar que durante a competição, o

calendário da FSF recebeu cerca de quatro modificações, incluindo mudança de local dum dia antes da partida.

**Quadro 6 – Escala de cobertura dos jogos do campeonato feminino**

Placar	Data	Jogos	Local	Horário	Repórter	Rodada	W.O
2x0	23/11	Força Jovem X Socorro Sport	Estádio Adolfo Rollemburg	15:15	Júlia	1	
5x0	23/11	Barra F.C X Juventude	Estádio João Cruz	15:15	Fernanda		
3x0	24/11	Confiança X Estanciano	Estádio Sabino Ribeiro	15:15	-		W.O
3x0	1/12	Estanciano X Barra F.C	Estádio Villa Operária	15:15	-	2	W.O
1x0	30/11	Socorro Sport X Confiança	Estádio Adolfo Rollemburg	15:15	Fernanda		
3x0	30/11	Juventude X Força Jovem	Estádio Villa Operária	15:15	-		
3x0	07/12	Força Jovem X Estanciano	Estádio Adolfo Rollemburg	15:15	-	3	W.O
3x0	07/12	Barra F.C X Confiança	Estádio João Cruz	10:00	Fernanda		W.O
1x0	07/12	Juventude X Socorro Sport	Estádio Villa Operária	15:15	Fernanda		
3x0	14/12	Estanciano X Juventude	Estádio Villa Operária	15:15		4	W.O
3x0	14/12	Barra F.C X Socorro Sport	Estádio João Cruz	10:00			W.O
7x0	18/12	Confiança X Força Jovem	Municipal do Anchietao	19:00	Fernanda		
3x0	21/12	Força Jovem X Barra F.C	Estádio João Cruz	15:15		5	W.O
3x0	21/12	Socorro Sport X Estanciano	Estádio Adolfo Rollemburg	15:15			W.O
3x2	21/12	Juventude X Confiança	Estádio Villa Operária	15:15	Fernanda		Final

**Fonte:** autoria própria (2025)

Ao realizar a cobertura do confronto entre Barra F.C. e Juventude, foi observada uma grande desigualdade ao comparar a partida feminina com uma masculina. Isso ficou evidente

pelo fato de que, por regulamento, é obrigatório que o time mandante disponibilize uma ambulância, médico e policiamento, e que a Federação fiscalize o cumprimento dessa medida. No entanto, o estádio João Cruz, na Barra dos Coqueiros, onde o jogo ocorreu, não contava com nenhum tipo de segurança. Além disso, algumas atletas se lesionaram durante a partida e não receberam atendimento, sendo apenas levadas pelos próprios técnicos e assistentes para fora do campo, a fim de não interromper o jogo.

Ao entrevistar as atletas, era notória a tristeza de algumas que já haviam participado de edições anteriores. Segundo elas, muitas meninas entram na modalidade com os olhos brilhando, esperando serem notadas por times de fora do estado. No entanto, é difícil manter essa visão por muito tempo no futebol feminino. Ainda em conversa com essas mulheres, elas relataram com ênfase o descomprometimento dos governos estaduais passados e atual, além da Federação Sergipana de Futebol (FSF). De acordo elas, em diversos anos, a FSF anuncia nas reuniões com os representantes dos clubes que o campeonato estadual terá premiação em dinheiro, mas, ao divulgar o regulamento, essa informação é retirada, sem nenhuma explicação. Cabe frisar, que durante o campeonato, a FSF cometeu algumas gafes, como divulgação do escudo errado do Força Jovem nas redes sociais e erros nas tabelas.

**Figura 19** – Matéria do Passe Delas mostrando erro da FSF

## FSF lança chamada do Sergipão Feminino 2024 com erro e time desistente

Federação se confunde e troca do escudo de time

Por Fernanda Spinola | 22/11/2024 | Notícia



Reprodução: Instagram/@fsfsergipe

**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

Alguns dias após a primeira rodada, o Barra F.C. retirou o time da competição, alegando que as atletas haviam optado por encerrar a participação no campeonato. A informação foi dada exclusivamente ao Passe Delas, que soube ao entrar em contato com o presidente do clube para apurar detalhes sobre as jogadoras. Em ligação, o presidente Orlando Rodrigues dos Santos relatou que todas as atletas pediram para sair da competição. No entanto, o projeto entrou em contato com as atletas que refutaram as alegações do presidente e afirmaram que não houve desistência por parte delas, mas que o time informou, de forma abrupta, que estaria fora da competição. Em contato com a comissão técnica do time para uma melhor apuração, o técnico Raimundo Martins que estava à frente da equipe relatou ao Passe Delas que o presidente não havia aprovado a inscrição do time na competição feminina. Além disso, ele mencionou que, na única rodada disputada, as meninas utilizaram pela tarde o uniforme do time de base masculino, que havia jogado pela manhã. Segundo o técnico, após o jogo da base, os uniformes foram lavados rapidamente para que as atletas pudessem usá-los à tarde. É importante destacar que essas atletas não haviam treinado pelo clube antes da partida, sendo aquela a primeira vez em que se encontraram em campo. Ao ser questionado sobre as alegações, Orlando afirmou apenas que eram mentiras. A matéria foi publicada como um furo jornalístico, o que chamou a atenção de portais que fazem a breve cobertura do futebol feminino.

Com a desistência do Barra F.C., restaram apenas quatro times no campeonato. O segundo ciclo foi o último a contar com dois jogos por rodada, já que os demais envolveriam as equipes desistentes, Barra F.C. e Estanciano. Durante a segunda rodada, foi escolhida a partida entre Socorro Sport e Confiança para a cobertura do projeto. No entanto, ao chegar no Estádio Adolfo Rollemburg, o presidente do Socorro Sport, Saulo Medeiros, proibiu a entrada gratuita da imprensa e dos torcedores, apesar do regulamento garantir a entrada livre em todos os jogos femininos. Em meio a uma confusão, gerada principalmente pela cobrança de R\$ 10,00, valor imposto pelo presidente de última hora e sem comunicar previamente a todos, um estresse se formou tendo como protagonistas a torcida, a comissão técnica do Confiança e o Socorro Sport. O projeto, que estava presente no local, conseguiu conversar com torcedores, pais de atletas, funcionários das equipes e outros membros da imprensa, como a radialista Mileny Oliveira. Ao questionar o presidente sobre a atitude, Saulo se recusou a dar entrevista e tratou mal as estudantes que representavam o Passe Delas naquele momento. Com mais uma exclusiva, o projeto em pouco minutos da confusão fez a matéria e publicou, o que manteve a atenção dos veículos locais voltadas para as informações divulgadas pelo portal. Após o

engajamento da notícia, uma página no Instagram, que não será identificada neste documento, republicou a matéria sem conceder os devidos créditos. O Passe Delas reivindicou a autoria da matéria, mas recebeu apenas o crédito pela foto como resposta. Como já informado, para fins judiciais, a página em questão não será divulgada, mas será exposto o que ocorreu envolvendo-a.

**Figura 20** – Parte do suposto plágio na legenda da publicação da página

A partida entre Socorro Sport e Confiança, realizada no sábado (30) no Estádio Adolfo Rollemberg, foi ofuscada por um episódio polêmico envolvendo a cobrança inesperada de ingressos. O presidente do Socorro Sport, Saulo Medeiros, decidiu barrar a entrada de torcedores, exigindo o pagamento de R\$ 10 por pessoa, valor que não havia sido previamente comunicado.

A medida causou surpresa e indignação, tanto dos torcedores

**Fonte:** Instagram da página não identificada (2024)

**Figura 21** – Notícia feita pelo Passe Delas

## Presidente do Socorro Sport barra torcedores em estádio

Acesso ao estádio só seria permitido mediante o pagamento de R\$ 10

Por Fernanda Spínola | 30/11/2024 | **Notícias, Reportagem**



Fernanda Spínola

A partida entre Socorro Sport e Confiança, realizada neste sábado (30) no estádio Adolfo Rollemburg, ficou marcada por um episódio polêmico envolvendo a cobrança de ingressos para torcedores. O presidente do Socorro Sport, Saulo Medeiros, impediu a entrada de mais de 15 pessoas, alegando que o acesso só seria permitido mediante o pagamento de R\$ 10, valor que não havia sido previamente anunciado.

Segundo funcionários do estádio, a determinação partiu diretamente do presidente, pegando de surpresa tanto os torcedores quanto a equipe adversária. "Quando chegamos aqui, até tentei conversar com ele, mas fui barrado na entrada porque ele disse que já havia duas pessoas da equipe do lado de dentro", afirmou o diretor de marketing do Confiança, Felipe Moreira.

A situação gerou mais insatisfação quando o número de torcedores acumulavam na entrada do estádio. "Sabemos a luta do futebol feminino e ele não poderia ter deixado 15 pessoas do lado de fora pedindo para pagar, quando não foi notificado, nem anunciado em nenhum lugar que haveria essa cobrança", criticou Moreira.

**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2024)

Em Estância, o jogo entre Juventude, time do município, e Força Jovem estava acontecendo simultaneamente a partida em questão. A distância foi um fator determinante para que essa partida não fosse selecionada na segunda rodada. Com a falta de um correspondente na cidade, o projeto entrou em contato com as equipes e a federação para solicitar informações sobre o confronto, como: quantidade de gols, lesões, cartões e faltas. Dessa forma, foi possível desenvolver uma matéria sobre a vitória do Juventude sobre o Força Jovem. Importante frisar que o projeto esteve ausente em campo apenas nessa única partida.

A partir da rodada seguinte, restou apenas um jogo por ciclo devido aos W.O.s. O confronto entre Juventude e Socorro Sport, realizado em Estância, foi de extrema relevância para a competição. O Juventude, até então líder invicto da tabela, estava acompanhado pelo Socorro Sport, que ocupava a vice-liderança. O time estanciano ainda teria uma partida contra o Confiança, campeão de 2023, na última rodada. No entanto, a terceira rodada seria a última em campo para as meninas do Socorro Sport, já que os demais jogos seriam vencidos por W.O. Para o time de Socorro, era preciso vencer para superar o Juventude e, possivelmente, conquistar o título. De carro, acompanhada do pai da autora, o Passe Delas chegou a Estância para fazer a cobertura do jogo.

Juventude, Socorro Sport e Confiança estavam em uma disputa acirrada pelo troféu, mesmo com o Juventude e o Socorro invictos até aquele momento, e o Confiança tendo perdido na estreia para o Socorro Sport. A cobertura foi realizada com muito cuidado e divisão de tempo, uma vez que a equipe do projeto é composta por apenas uma pessoa. Em um jogo disputado, o Juventude conquistou a vitória, enquanto o time de Socorro se despedia do campo. Na ocasião, foi possível conhecer Ivan Leite, dono da Companhia Sul Sergipana de Eletricidade (Sulgipe), que solicitou um vídeo para o perfil do projeto convidando os seguidores a assistirem à final do campeonato em Estância.

No intervalo entre a segunda e a terceira rodada, cerca de quatro atletas, juntamente com a comissão técnica do Socorro Sport, entraram em contato com o projeto através do Instagram e WhatsApp para denunciar a gestão de Saulo Medeiros. As denúncias incluíam alegações de falta de pagamento, assédio moral e enganação por parte da administração do clube. Segundo algumas dessas atletas, que vieram de outros estados, o presidente havia prometido boas instalações, alimentação e R\$ 100,00 por jogo para as jogadoras titulares. No entanto, ao chegarem à residência onde ficariam alocadas, as atletas se depararam com falta de água, energia, comida e a presença de alguns homens que também estavam residindo no local. Em meio a várias ligações perdidas, após dois dias, o gestor retornou ao local com alimentação. De acordo com um dos funcionários que preferiu não se identificar, Saulo teria feito diversas promessas para a comissão técnica, oferecendo-lhes a responsabilidade de conduzir o time na competição em troca de salários. Ainda segundo o funcionário, o presidente contava com o prêmio em dinheiro da vitória na competição para quitar os pagamentos pendentes.

Na denúncia recebida, estavam anexadas fotos das instalações onde as jogadoras ficaram alojadas, conversas entre as atletas e o presidente, evidenciando casos de assédio moral e promessas falsas, além de uma denúncia formal enviada à federação. Apesar do furo

jornalístico e da grande repercussão que a reportagem poderia gerar, o Passe Delas optou por não publicar a matéria, pois Saulo Medeiros já era conhecido por suas atitudes questionáveis, como brigas e problemas relacionados a pagamentos de terceiros. Para evitar colocar o produto e a responsável por ele em risco, foi decidido recuar e manter o foco nas notícias relacionadas aos jogos. Essa decisão foi discutida e apoiada pelo orientador do projeto.

Na quarta rodada, ficou evidente a relação construída entre o produto e seus seguidores. Intitulado de ‘A Voz do Futebol Feminino Sergipano’ nas redes sociais, o projeto alcançou mais de 120 mil impressões, um número que reflete o total de visualizações das publicações no Instagram, a rede social mais utilizada para disseminação dos conteúdos. Essas impressões indicam não apenas o alcance do projeto, mas também o crescente engajamento e interesse do público.

No dia 3 de dezembro, foi publicado o primeiro artigo de opinião da autora, o que abriu espaço para o projeto na mídia local. O artigo nomeado de ‘4 times na competição: retrato da precarização no futebol feminino’, chamou atenção ao abordar questões pouco comentadas diretamente. Após a publicação do artigo, o portal Ocaju, veículo jornalístico que cobre as notícias sergipanas, republicou a informação creditando a autora e fez uma série de elogios ao projeto nas redes sociais, o que ajudou a fortalecer a imagem e ampliar ainda mais o alcance do produto.

O reconhecimento da autora não parou por aí. Em seguida, ela foi convidada para participar do programa ‘Aqui tem Resenha’, transmitido pela ITTV, uma emissora de Itabaiana. No programa, ela pôde comentar sobre a situação atual do futebol feminino, um tema de grande relevância e urgência. Esse convite, no entanto, também trouxe à tona a desigualdade de gênero presente no meio esportivo. Importante destacar que a autora estava acompanhada de três homens reconhecidos no jornalismo sergipano: Duilho Prata, Airton Lima e Fábio Teles. Durante a participação no programa, a autora enfrentou uma série de dificuldades, sendo interrompida diversas vezes e, constantemente, sem conseguir concluir seus raciocínios. A situação pode não ter ocorrido de forma proposital, o que mostra um problema estrutural. Essa situação reflete claramente a predominância masculina no espaço jornalístico esportivo, evidenciando as barreiras e desafios enfrentados por mulheres para se inserir e serem ouvidas no cenário atual.

Após a participação no programa, a autora foi convidada para fazer parte da equipe da emissora como repórter de campo nos jogos do Campeonato Sergipano de Futebol 2025 na modalidade masculina. Logo depois, outro convite foi recebido, desta vez para uma entrevista

na Rádio Cultura, durante a semana de encerramento do Campeonato Feminino. Segundo as pessoas à frente desses convites, poucas eram as mulheres que falavam de futebol em Sergipe e isso precisava ser mostrado.

Retornando para o campeonato, a quarta rodada ficou marcada como uma das mais estressantes para as atletas. Isso ocorreu porque, durante toda a semana que antecedeu a partida, havia grande incerteza sobre qual estádio sediaria o jogo. De acordo com a FSF, a partida não poderia acontecer no Sabino Leite, campo do Confiança, pois a equipe masculina utilizaria o local para treinamento. Já o estádio Adolfo Rollemburg, também foi negado, uma vez que já estava reservado para um jogo da base masculina no mesmo dia. Como alternativa, foi escolhido o campo Municipal Anchietão. Entretanto, o que ninguém esperava era que o local estivesse em total abandono, com iluminação precária, gramado irregular e uma clara falta de manutenção. O projeto informou sobre as condições nas redes sociais e expôs as irregularidades. Cabe pontuar que no decorrer do jogo, diversas atletas se lesionaram devido às más condições do gramado.

**Figura 22** – Machucado no joelho ocasionado pelo gramado mal cuidado



**Fonte:** autoria própria (2024)

**Figura 23** – Atleta ferida devido às más condições do gramado



**Fonte:** autoria própria (2024)

**Figura 24** – Gramado do Anchieta durante a 4<sup>a</sup> rodada



**Fonte:** autoria própria (2024)

Cerca de quatro atletas se lesionaram durante a partida. Todas relataram que as condições do campo, aliadas à iluminação precária, tornaram a disputa quase impossível. Elas enfatizaram que, nas circunstâncias em que o local se encontrava, jogar era algo desumano.

Ao se posicionar como um veículo que revela o que antes era invisível ou ignorado, algumas das relações estabelecidas pelo projeto começaram a se desgastar, como ocorreu com a FSF. Durante aproximadamente 20 dias, a federação não respondeu às mensagens e solicitações de contato do Passe Delas.

**Figura 25** – Atleta sendo retirada de maca após suposta torção



**Fonte:** autoria própria (2024)

A partida aconteceu na noite do dia 14 de dezembro, entre Confiança e Força Jovem. O time azulino precisava vencer por pelo menos cinco a seis gols de diferença para manter suas chances de brigar pelo bicampeonato ao enfrentar o Juventude na última rodada. Para entender o contexto da competição naquele momento, é importante explicar como estava a situação da tabela: a equipe do Estanciano liderava invicta, enquanto Socorro Sport e Confiança estavam praticamente empatados, com uma única derrota cada, e a diferença entre os dois era apenas o saldo de gols. Esse foi o fator crucial para o Confiança, que precisava se destacar no saldo e vencer o Juventude para se classificar como campeão. Já o Juventude, no jogo contra as meninas

do dragão, precisava de um empate ou vitória para garantir o título, enquanto o Socorro Sport, que não jogava mais devido às desistências de outras equipes, torcia pela derrota do Confiança para permanecer em segundo lugar e terminar o campeonato como vice-campeão.

Na partida, o Confiança venceu de 7 a 0 a equipe do Força Jovem. Na derrota, ficou em destaque o semblante de tristeza das atletas do Força Jovem, o que levou o projeto não apenas noticiar a vitória das Meninas do Dragão, mas também enaltecer as atletas da equipe derrotada que lutaram até o fim pelo terceiro lugar. Ao dar esse destaque, o Passe Delas utilizou pela primeira vez o apelido ‘Guerreiras’, que futuramente, seria utilizado pela própria equipe ao se referir às jogadoras.

**Figura 26** – Notícias diferentes sobre as conquistas dos times



**Força Jovem se despede do Sergipão Feminino 2024**

• Fernanda Spínola 19.12.2024

[LER MAIS](#)



**Confiança goleia Força Jovem em busca de manter o título do Sergipano**

• Fernanda Spínola 19.12.2024

[LER MAIS](#)

**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2024)

Ainda na quarta rodada, durante o decorrer da semana antecedente ao jogo, a treinadora do Confiança, Eliatriz Almeida, informou no grupo MUFFS que tentaria tirar a equipe da competição, visto que, segundo ela, a o time iniciou o campeonato prejudicado pelas saídas por W.O. Ao entrar em contato com Eliatriz sobre a possível saída do dragão, a treinadora afirmou que haveria uma reunião com os dirigentes do time sobre a sugestão. Ainda de acordo com Eliatriz, estava impossível manter a equipe na competição com tantas problemáticas em volta das condições de jogo. Para manter o time no campeonato, a técnica afirmou que era preciso que a federação fizesse mudanças tanto no calendário como na própria competição. Após

receber a informação, o Passe Delas publicou uma nota indicando a possibilidade da saída de mais um time da competição, embora não tenha especificado qual. Em seguida, o administrador da página que não será identificada notificou a autora, esclarecendo que a informação não era verdadeira. No entanto, o Passe Delas, que já havia conversado tanto com a treinadora quanto com a assessoria do clube, reiterou que estava com as informações corretas.

Diante da grande repercussão da nota, o perfil não identificado publicou uma postagem no Instagram desmentindo as informações do projeto e acusando-o de buscar visibilidade com base em mentiras, afirmando que "contas pequenas acabaram de chegar e já querem competir com os grandes". O Passe Delas, então, entrou novamente em contato com o administrador, ressaltando a agressão sofrida por meio da publicação e solicitando que a parte que mencionava o projeto fosse retirada do ar. A página recusou a solicitação de retirada e, após uma longa conversa mediada também por Natali Coimbra, o autor da postagem pediu desculpas ao projeto em privado, mas manteve a publicação no ar.

Com toda essa confusão, a autora percebeu que a página em questão estava buscando criar competição e difamar o projeto Passe Delas. É importante destacar que, durante todo o período do campeonato e após ele, o perfil da página não identificada assediou a autora em diversas publicações em seu perfil pessoal, com mensagens em tom de flerte. Logo em seguida, a autora descobriu que o responsável pela página era um homem residente em Sergipe, que também havia assediado outras seguidoras.

**Figura 27** – Chat de mensagens entre a autora e a página não identificada



**Fonte:** autoria própria (2025)

Na quinta e última partida, antes de começar o jogo, o administrador do perfil se apresentou à autora e a chamou para sair. Ao negar, ele manteve a atitude de desmoralizar o projeto para os seus seguidores de forma velada, através de grupos no Whatsapp. Apesar dessas questões, a última rodada do campeonato aconteceu em Estância entre Juventude e Confiança. Com dificuldades em chegar no município de Estância, a autora recebeu o convite da administração do Confiança para ir com a equipe. Dessa forma, o projeto conseguiu chegar e sair no local do jogo sem gastos.

Na partida, foi observado um estresse entre as equipes e, pela primeira vez, a presença da federação em um jogo do campeonato de 2024. Além disso, antes do início do jogo, dois representantes da FSF estavam colando as medalhas para as entregas. Essas medalhas eram de plástico, diferente da modalidade masculina. Ademais, as medalhas e troféus ficaram expostos em uma mesa de plástico, completamente amadora para uma competição que é nomeada como profissional. Os materiais foram criticados nas redes sociais por quem acompanhava a transmissão pelo canal do Youtube do Juventude. Cabe pontuar que o Juventude foi o único time que transmitiu as partidas jogadas. Os demais não tiveram transmissão.

**Figura 28** – Mesa de premiações



Fonte: autoria própria (2024)

O jogo, intensamente disputado pelas equipes, terminou com o placar de 3 a 2 a favor do time de Estância, consagrando o Juventude como campeão pela primeira vez. Durante a partida, a sobrecarga de tarefas enfrentada pela autora do projeto foi um grande desafio. Isso porque, sozinha, ela era responsável por fotografar, entrevistar, postar e filmar os melhores momentos do jogo, o que se tornou extremamente desgastante. No entanto, para manter um alto padrão de cobertura, ela organizou as funções de forma estratégica. As fotografias eram feitas no início dos jogos, durante os primeiros cinco minutos de cada tempo e ao final das partidas. Já as entrevistas aconteciam no intervalo e no pós-jogo, garantindo que a cobertura nas redes sociais fosse um dos destaques do dia.

Ao fim da rodada, o presidente do Juventude, Josué Santos, parabenizou o projeto por todo o desempenho de visibilizar o futebol regional. Ainda em Estância, a autora teve a oportunidade de conversar com os representantes da federação e melhorar a relação que estava estremecida. Lá, algumas pautas foram dialogadas e a relação evoluiu com os futuros encontros no campeonato sergipano masculino de 2025.

Com o fim da competição, uma série de entrevistas foi realizada, tanto com o time campeão quanto com o Confiança, que terminou em terceiro lugar. O objetivo era criar um vídeo com os depoimentos e os momentos mais marcantes da partida final. Para esse dia importante, foi elaborado um cronograma especial de publicações. Isso porque a viagem de volta para Aracaju levaria pouco mais de uma hora, e, portanto, a finalização da matéria que consagraria a equipe campeã, juntamente com a arte para o Instagram, exigiriam mais tempo do que as publicações dos outros jogos. Ao terminar a partida e as premiações, a autora retornou com o Confiança para a capital e observou todo o processo de agradecimentos e orações, mesmo com a derrota.

Em campo, as vencedoras se emocionaram com a vitória, abraçaram familiares, tiraram uma série de fotos e agradeceram a torcida presente. No ônibus de volta, as meninas do dragão mostraram suas fragilidades e revelaram as dificuldades enfrentadas para estarem onde estiveram. De um lado, a felicidade pelo primeiro título, de outro, uma equipe que carregava expectativas do bicampeonato. Apesar de poder se aprofundar em uma reportagem que abordasse esses dois lados, o Passe Delas deu as atletas o respiro de sentir e assimilar a derrota de um campeonato que tem vários significados para cada uma, o que humanizou o projeto.

**Figura 29**– Final do Campeonato Sergipano de Futebol Feminino



**Fonte:** autoria própria (2024)

**Figura 30** – Arte do Passe Delas para a consagração do campeão



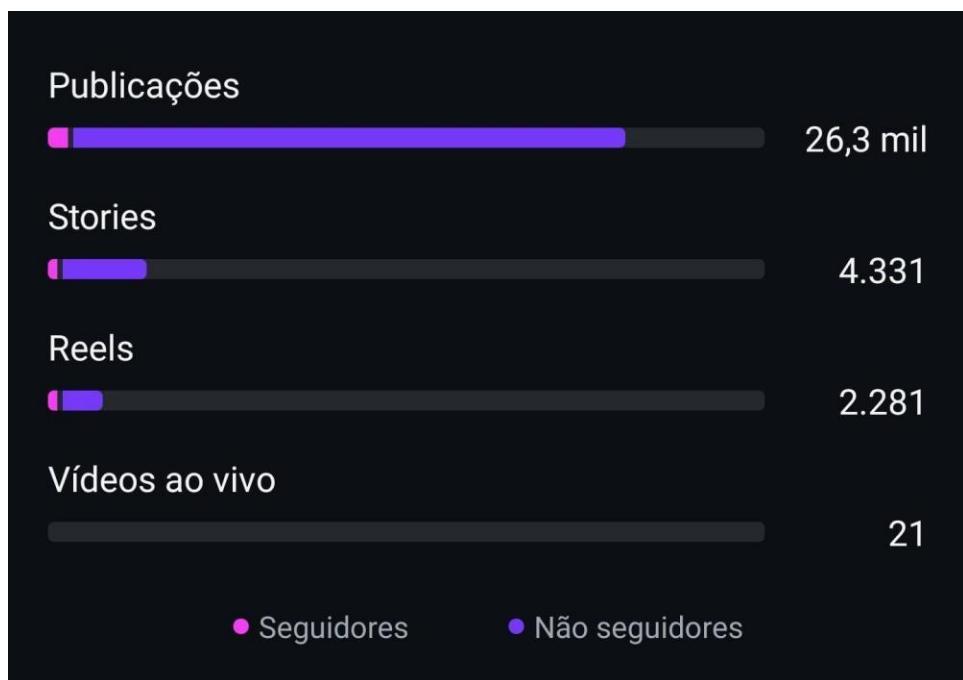
**Fonte:** autoria própria (Passe Delas, 2025)

É necessário pontuar que todas as artes do *Passe Delas* foram desenvolvidas exclusivamente pela autora. Para que todos designs tivessem uma boa resolução, o aplicativo Canva Premium foi utilizado em todo o processo.

#### 5.12.5 Redes Sociais

Nas redes sociais, em especial o Instagram, o projeto ganhou grande destaque de maneira orgânica. Em apenas um mês após o lançamento, a conta do Instagram contabilizou mais de 26 mil visualizações no *feed*, 4.331 nos stories, mais de 2 mil contas no reels e 21 em vídeo ao vivo. Importante pontuar que o projeto realizou apenas um vídeo ao vivo, que foi na segunda partida do Campeonato Sergipano Feminino de Futebol 2024 para informar que os ingressos da partida estavam sendo cobrados. Depois da entrada ao vivo, o vídeo continuou no *feed* e alcançou 1.068 visualizações.

**Figura 31** – Relatório do Instagram sobre o alcance do projeto



**Fonte:** Instagram (2024)

Em uma semana de projeto, o *Passe Delas* alcançou a marca de mais de 300 curtidas em apenas uma publicação veiculada a uma notícia. Além das 306 curtidas, recebeu sete comentários, 18 compartilhamentos e 5 salvamentos. Ainda segundo o relatório, a postagem atingiu mais de 5 mil pessoas e 215 contas clicaram no perfil para conhecer. Do dia primeiro Passedelas.com.br

de novembro até o dia 17 de janeiro, o projeto alcançou mais de 32 mil contas nas redes sociais, além de mais de 120 mil impressões no Instagram - métrica que contabiliza a quantidade de vezes que uma publicação foi vista pelos usuários.

A estratégia de comunicação adotada para as mídias sociais foi adaptar de forma otimizada e objetiva o conteúdo do site para esses canais, mantendo sempre um link direto para o portal. A ideia central por trás dessa abordagem foi atingir diferentes perfis de público, especialmente aqueles que preferem consumir conteúdo exclusivamente através das redes sociais, sem perder a oportunidade de atraí-los para um conteúdo mais profundo e detalhado disponível no site. O objetivo era criar postagens que gerassem engajamento imediato e incentivasse os seguidores a buscar mais informações por meio do site. Dessa forma, não só se mantinha o engajamento nas redes sociais, mas também fortalecia a relevância do site como uma fonte mais completa e aprofundada de conteúdo sobre o futebol feminino em Sergipe. A legenda foi o principal recurso utilizado para transmitir essas informações de forma concisa e eficaz nas redes sociais. Ela desempenhou um papel fundamental em complementar as imagens e vídeos postados, fornecendo contexto adicional e detalhes que incentivavam os seguidores a explorar o conteúdo mais aprofundado.

**Figura 32** – Arte de pré-jogo da final



**Fonte:** autoria própria (Instagram @PasseDelas, 2024)

**Figura 33** – Arte da tabela do campeonato

		PONTOS	JOGOS	VT	SG
<b>1º</b>	Juventude	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>13</b>
<b>2º</b>	Socorro Sport	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>3º</b>	Confiança	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>11</b>
<b>4º</b>	Força Jovem	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>-6</b>
<b>5º</b>	Barra F.C	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>-2</b>
<b>6º</b>	Estanciano	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

**Fonte:** autoria própria (Instagram @PasseDelas, 2024)

#### 5.12.6 Pós cobertura do campeonato

Após o fim da competição, no dia 21 de dezembro, a estratégia era manter o projeto ativo até o dia 25 de dezembro, natal. Para isso, foram divulgadas as fotos da final, um vídeo documentando o último jogo do campeonato e matérias de perfil sobre algumas atletas que conseguiram a oportunidade de assinar contrato com o Corinthians. O Passe Delas chegou a entrar em contato com a artilheira da competição para uma reportagem exclusiva sobre a história de vida da jovem, porém, com a grande demanda da atleta em relação ao fim de ano e ao trabalho, a matéria não foi ao ar.

Em 25 de dezembro, a página Passe Delas anunciou nas redes sociais que entraria em recesso, com retorno previsto apenas para a segunda semana de janeiro para aprimorar a parte teórica do projeto. No dia 13 de janeiro, a página voltou à ativa com uma série de matérias em andamento, abrangendo temas variados como saúde mental e física, além de destacar os times que participarão da Série A3, incluindo o Juventude. Também estão programados para serem publicados dois artigos de opinião de jornalistas que cobrem o esporte sergipano.

Além disso, o projeto realizou uma reunião no dia 12 de fevereiro de 2025 com a Secretaria de Esporte e Lazer do Estado, Mariana Dantas. Durante o encontro, foram discutidos os investimentos necessários para a modalidade, bem como a possibilidade de realizar um workshop sobre o futebol feminino, similar ao evento anual destinado ao futebol masculino. Mariana informou que a secretaria possui outras demandas prioritárias, mas que as propostas seriam avaliadas. A sugestão do workshop foi bem recebida, e o projeto foi convidado, juntamente com outras mulheres representantes do MUFFS, a fazer parte da organização do evento no futuro.

No final de fevereiro, o projeto recebeu mais um convite. Dessa vez, foi para fazer a cobertura midiática da terceira edição do ‘Torneio de X2 das Brotheres’. O torneio foi criado pelas atletas Juliana e Monaliza que competem anualmente pelo futebol feminino, com o objetivo de aumentar o incentivo à modalidade. O evento, realizado no dia 22 do mesmo mês, contou com mais de 30 inscrições femininas, além de um grande público. A competição ocorreu em uma quadra municipal da cidade de Nossa Senhora do Socorro, às 14h. O torneio teve a presença da autora e contou com a cobertura solicitada.

#### 5.12.7 Apuração

Como achar informações sobre o futebol feminino na internet era complicado, foi necessário entrar em contato com a FSF solicitando algumas referências. Infelizmente, a entidade só pôde oferecer alguns dados referentes ao ano de 2018 até 2023, o que ainda dificultava na apuração de matérias com temas históricos. A Biblioteca Pública Epiphanio Dória também foi consultada para a colheita de repertório, entretanto, não existia nenhuma informação no repositório da mesma. Devido a isso, foi preciso conversar com dirigentes dos times participantes do campeonato, além das atletas para chegar a alguma conclusão a fim de gerar conhecimento sobre o futebol feminino para o público do projeto.

Dessa forma, as chamadas de voz com os presidentes e técnicos dos times, somado as mensagens trocadas com atletas, ex-atletas, fãs do esporte, possibilitou a apuração e checagem dos fatos para realizar uma boa cobertura jornalística. Além disso, o acervo de notícias do portal Infonet também auxiliou em pesquisas sobre como era feita a cobertura do futebol feminino sergipano desde 2005, quando as competições femininas iniciaram e passaram a ser levemente documentadas.

### 5.12.8 Conclusão

O produto conseguiu além de reconhecimento, informar os seguidores sobre todo o decorrer do Campeonato Sergipano de Futebol Feminino de 2024. Surgindo como uma iniciativa de fortalecimento e visibilidade do futebol feminino em Sergipe, a plataforma desempenhou um papel fundamental de ir a campo para cobrir os jogos e conversar com as atletas para entender o cenário em que elas estão inseridas, aprofundando em um jornalismo insurgente.

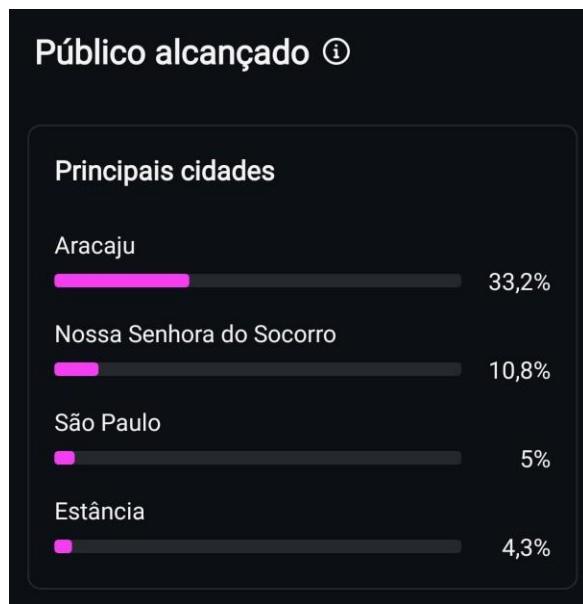
Em pouco menos de três meses, o Passe Delas se instalou na mídia esportiva e foi reconhecida muitas vezes como parte dela. A plataforma se tornou uma referência no que diz respeito à cobertura do futebol feminino em Sergipe, conquistando a confiança do público e destacando-se pela qualidade e profundidade do conteúdo produzido. Esse crescimento e reconhecimento foram possíveis também devido ao apoio recebido de pessoas e instituições que acreditaram no potencial do projeto.

Em dezembro, após uma longa cobertura, Natali Coimbra foi a primeira pessoa a apoiar o projeto de maneira financeira através da plataforma do Catarse, com uma doação mensal de R\$ 50. Esse gesto não só ajudou a viabilizar a continuidade das atividades do Passe Delas, mas também representou um símbolo da confiança depositada no projeto e em seu impacto positivo na visibilidade e valorização do futebol feminino. A colaboração de Natali Coimbra, Júlia Cavalcante e Mileny Oliveira foi essencial para impulsionar o Passe Delas e ajudá-lo a conquistar o público atual. Essas três mulheres, além de auxiliar diversas vezes o projeto, divulgaram o produto durante todo o campeonato, chamando os seguidores a acompanharem o perfil.

Diante de diversos questionamentos sobre a continuidade da página na mídia e nas redes sociais, o Passe Delas reafirma seu compromisso de se manter no mercado, mas dessa vez como um veículo jornalístico formalizado, com a intenção de investir de maneira mais intensiva e estruturada após a defesa do projeto. Com essa meta em mente, o produto pretende expandir sua atuação para além do futebol de campo adulto, abrangendo novas modalidades e categorias. Uma das novidades que entrarão em vigor é a cobertura do Fut7, uma modalidade de alta popularidade em Sergipe, e também a inclusão do Campeonato de Futebol Feminino de Base, que se apresenta como uma oportunidade de fortalecer e incentivar a formação de futuras atletas, ao mesmo tempo em que valoriza as equipes de base.

As redes sociais foram o principal meio de destaque para o projeto. Através delas, o Passe Delas conseguiu alcançar um público majoritariamente feminino, mas amplamente diverso, interessado na modalidade e que acompanha o conteúdo de forma massiva. Além de serem canais eficientes de comunicação, o Instagram foi essencial para a divulgação e compartilhamento do projeto. Utilizando ferramentas como Instagram, TikTok e X, o Passe Delas conseguiu atingir tanto o público local quanto pessoas interessadas no futebol feminino de diferentes regiões, abrangendo Aracaju, Nossa Senhora do Socorro, São Paulo e Estância.

**Figura 34** – Relatório de cidades que o público alvo se encontra



**Fonte:** Instagram (2024)

Com o Passe Delas, foi possível compreender todo o processo jornalístico, desde o planejamento até a produção. No decorrer da cobertura, em diversos momentos, o planejamento precisou ser colocado de lado devido à alta demanda de acontecimentos inesperados. Isso resultou em uma preparação além da estrutura idealizada, levando a autora a estar pronta para situações imprevistas. Ademais, o projeto abriu novas portas para a inserção da autora no mercado de trabalho esportivo, sendo reconhecida como uma das poucas mulheres que falam com propriedade sobre o assunto em Sergipe. Esse reconhecimento não apenas fortaleceu sua posição no cenário esportivo local, mas também a consolidou como uma voz importante na cobertura do futebol, um campo historicamente dominado por homens.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETO JANUÁRIO, S. Marta em notícia: a invisibilidade do futebol feminino no Brasil. **FuLiA**, 2(1), 2017.
- GRADIM, Anabela. **Manual de Jornalismo**, Covilhá, Universidade da Beira Interior, 2000.
- GUERRA, J. L. **Impasses entre teoria e prática**: algumas provocações sobre procedimentos éticos e técnicos praticados no jornalismo. In: XXI Intercom, 1998, Recife, 1998.
- HOHLFELDT, Antônio. Os estudos sobre a hipótese do agendamento. **Revista FAMECOS**. Famecos, Porto Alegre, no. 7, nov., 1997.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo** – O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo, Geração, 2003.
- LEME, Fernando Albino; DARDE, Vicente William da Silva. O papel de coesão social no jornalismo especializado: Um estudo da relação entre jornalistas segmentados em agronegócio com as fontes de informação. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 5, n. 1, p. 48–66. Jan/Jul 2018.
- MARTINS, Leonardo; MORAES, Laura. O futebol feminino e sua inserção na mídia: A diferença que faz uma medalha de prata. In: **Revista Pensar a Prática**. v.10, n.1, 2007.
- MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Contexto, 2010.
- PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado**: o jornalismo como profissão. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2004.
- POZZOBON, Giulia Micheli. **As mudanças no mercado contemporâneo do jornalismo**: o empreendedorismo na profissão. 2025. 128 p. Trabalho de Conclusão de Curso — Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2025.
- SOUZA, J. S. S; KNIJNIK, J. D. **A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil**. Rev. bras. Educ. Fís. Esp. Jan./Mar. 2007, v.21, n.1, São Paulo, 2007. p.35-48.
- SUÁREZ VILLEGAS, Juan Carlos. **Como avaliar a responsabilidade do jornalismo frente à cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2019. pp.117-118.
- TAVARES, F. de M. B. O Jornalismo especializado e a mediação de um ethos na sociedade contemporânea. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 13, n. 1, p. 41–56, 2007. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/1990>. Acesso em: 15 out. 2024.

TELLES, Gabriella Pereira. **País do Futebol...feminino?** A (In)Visibilidade das Mulheres Nas Quatro Linhas. 2017. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

ZAMORA, Lizy Navarro. La nueva conformación de los géneros periodísticos en la convergencia digital. In: Casals Carro, M. J. (coord.) **Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento**, Madrid: Fragua, 2004, pp. 225--232.



**ANEXO A – CONTRATO ESTABELECIDO ENTRE PROGRAMADOR E A AUTORA****CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE DESENVOLVIMENTO DE SITE**  
**CONTRATANTE:**

Nome: Fernanda Spínola de Almeida

CPF: 086.913.675-55

Endereço: Av. Paulo Maia Lopes, 79. Barra dos Coqueiros-SE

Telefone: 79 9634-2444

**CONTRATADO:**

Nome: Luis Humberto Araujo Cabral Gomes Figueiredo

CPF: 865.630.995-13

Endereço: Rua Professor João José Rescala, 209, apt. 201, Imbuí, Salvador-BA

Telefone: 71 99294-7052

As partes acima identificadas têm entre si, justo e acordado, o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas seguintes e pelas condições descritas no presente:

**CLÁUSULA 1ª – DO OBJETO DO CONTRATO**

O presente contrato tem como objeto a prestação de serviços de desenvolvimento de um site de reportagem independente, conforme as especificações e funcionalidades descritas abaixo:

- Desenvolvimento de um site de reportagens independentes.
- Design e layout personalizado.
- Implementação de funcionalidades, como sistema de publicação de reportagens, categorias de notícias e áreas de comentários.
- Otimização para dispositivos móveis (responsivo).

**CLÁUSULA 2ª – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO**

O Contratado se obriga a:

1. Desenvolver o site conforme as especificações acordadas com a Contratante.
2. Fornecer suporte técnico durante o período de 30 dias após a entrega do projeto.
3. Entregar o projeto no prazo de 15 dias úteis a contar da data de assinatura deste contrato.
4. Corrigir eventuais falhas ou problemas detectados durante o período de suporte.
5. Caso o contratado rescinda o contrato, mesmo com a notificação, deverá devolver 50% do valor recebido até então.
6. Caso o contratado rescinda o contrato, mesmo com a notificação, deverá entregar o que foi produzido até o momento à Contratante no prazo de 5 dias.

### **CLÁUSULA 3<sup>a</sup> – DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

A Contratante se obriga a:

1. Fornecer todas as informações e materiais necessários (textos, imagens, logotipos) para o desenvolvimento do site.
2. Efetuar o pagamento conforme os termos estabelecidos neste contrato.
3. Cooperar com o Contratado, fornecendo feedback em tempo hábil para o andamento do projeto.
4. Caso a Contratante rescinda o contrato, mesmo com a notificação, não terá reembolso de quaisquer valores adiantados ao Contratado.

### **CLÁUSULA 4<sup>a</sup> – DO VALOR E FORMA DE PAGAMENTO**

O valor total do serviço será de R\$ 174,00, a ser pago da seguinte forma:

1. 50% do valor total (R\$ 87,00) na assinatura deste contrato.
2. Os outros 50% (R\$ 87,00) na entrega final do site, após aprovação pela Contratante.
3. Pagamento via Pix.

### **CLÁUSULA 5<sup>a</sup> – DO PRAZO DE ENTREGA**

O site será entregue em até 15 dias úteis após o recebimento de todas as informações e materiais necessários por parte da Contratante.

## **CLÁUSULA 6<sup>a</sup> – DA RESCISÃO**

O presente contrato poderá ser rescindido por qualquer uma das partes, nas seguintes hipóteses:

1. Por descumprimento de qualquer uma das cláusulas aqui estabelecidas.
2. Caso uma das partes manifeste interesse na rescisão, mediante notificação por escrito com antecedência de 5 dias.
3. Caso o contratado rescinda o contrato, mesmo com a notificação, deverá devolver 50% do valor recebido até então.
4. Caso a Contratante rescinda o contrato, mesmo com a notificação, não terá reembolso de quaisquer valores adiantados ao Contratado.
5. Caso o contratado rescinda o contrato, mesmo com a notificação, deverá entregar o que foi produzido até o momento à Contratante no prazo de 5 dias.

## **CLÁUSULA 7<sup>a</sup> – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

1. Eventuais modificações no escopo do projeto poderão ser realizadas mediante acordo entre as partes e ajustadas no valor final do serviço.
2. As partes elegem o foro da comarca de Aracaju, para dirimir quaisquer dúvidas ou controvérsias oriundas deste contrato.

Salvador, 22 de outubro de 2024.