

## **AÇÃO: ESPORTE SEM LIMITES<sup>1</sup>**

Vinícius Alves de SOUZA<sup>2</sup>  
Susana Aparecida dos SANTOS<sup>3</sup>  
Igor José Siquieri SAVENHAGO<sup>4</sup>  
Centro Universitário Barão de Mauá, Ribeirão Preto, SP

### **RESUMO**

A revista “Ação: esporte sem limites” foi desenvolvida no segundo semestre de 2012, com a proposta de oferecer ao público universitário um olhar alternativo sobre esportes em Ribeirão Preto e região. O projeto foi desenvolvido na disciplina de Introdução ao Jornalismo II e envolveu oito alunos do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá. Os alunos dessa turma se interessam principalmente pela área esportiva e, nas discussões em sala, prevalecia a insatisfação quanto ao que é veiculado na imprensa regional. Por esse motivo, foi concebida a ideia de escrever uma revista, que exige mais apuração e textos mais detalhados, sendo possível, com isso, dar voz a personagens geralmente esquecidos pela mídia tradicional.

**Palavras-chave:** esporte alternativo; jornalismo esportivo; revista; público universitário; mídia tradicional.

### **1 INTRODUÇÃO**

De acordo com a jornalista Marília Scalzo (2003, p. 19), a revista surgiu para “destinar-se a públicos específicos e aprofundar os assuntos – mais que os jornais, menos

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido do XX Expocom, categoria Jornalismo, modalidade Revista-laboratório Impressa.

<sup>2</sup> Aluno-líder e estudante do terceiro semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, e-mail: souza.viniciusalves@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do terceiro semestre do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, e-mail: susie\_ssp@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: tatigor.sav@gmail.com

que os livros”. O formato, segundo a autora, é preferido pelo público jovem por ser de fácil manuseio e ter o texto complementado por imagens.

A relação de intimidade com o leitor aparece no recorte abaixo:

Uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento. Nenhuma das definições acima está errada, mas também nenhuma delas abrange completamente o universo que envolve uma revista e seus leitores. A propósito: o editor espanhol Juan Caño define “revista” como uma história de amor com o leitor. Como toda relação, essa também é feita de confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, elogios, brigas, reconciliações. (SCALZO, 2003, p 11 e 12).

Scalzo vê na revista um veículo de comunicação que se aproxima do leitor e o trata de “você”. “Enquanto o jornal ocupa o espaço público, do cidadão, e o jornalista que escreve em jornal fala sempre com uma platéia heterogênea, muitas vezes sem rosto, a revista entra no espaço privado, na intimidade, na casa dos leitores” (SCALZO, 2003, p 14).

Para ela, nas revistas, existe uma segmentação dos assuntos, o que torna mais possível a fidelização do público, a comunicação direta com ele, de forma que se permite identificar cada tipo de seguidor apenas pelo tipo de revista que ele lê. Com a revista, há um encontro entre editor e leitor.

Para ilustrar, podemos lançar mão da seguinte imagem: na televisão, fala-se para um imenso estádio de futebol, onde não se distinguem rostos na multidão; no jornal, fala-se para um grande teatro, mas ainda não se consegue distinguir quem é quem na plateia; já numa revista semanal de informação, o teatro é menor, a plateia é selecionada, você tem uma ideia melhor do grupo, ainda que não consiga identificar um por um. É na revista segmentada, geralmente mensal, que de fato se conhece cada leitor, sabe-se exatamente com quem se está falando. (SCALZO, 2003, p. 14)

Apesar dessa característica de aproximação com o leitor, a revista ainda é, segundo Goulart (2006, p. 1), vista no meio acadêmico como “uma categoria menor para o exercício do jornalismo”. Jornal, destaca ele, é o meio impresso preferido, “centro das virtudes jornalísticas”. No entanto, aponta o autor, a tendência é de mudança nesse cenário, tendo em vista que as universidades estão inserindo em suas grades curriculares disciplinas voltadas ao estudo de produção de revista.

Buscando o encontro com um leitor específico, conforme mencionado por Scalzo, e em contribuir para a construção de um novo momento acadêmico, de valorização do meio

revista, os alunos do segundo período do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Barão de Mauá no ano de 2012 decidiram falar sobre o tema “esportes alternativos” numa revista, que chamaram de “Ação: esporte sem limites”. Uma tentativa de abordagem da área esportiva voltada a um nicho de público que aprecia esportes, mas que está insatisfeito com a cobertura feita pela mídia tradicional, que, especificamente na região de Ribeirão Preto, é focada no futebol de campo masculino envolvido em competições oficiais, como campeonatos regionais e nacionais.

Revistas de tênis, esportes náuticos, basquete, golfe, ciclismo, *motocross*, *skate*, *bodyboard* e de *surf* nascem e sobrevivem dirigindo-se a públicos pequenos e fiéis. Estas últimas, inclusive, têm protagonizado experiências importantes com linguagem gráfica, que acabaram absorvidas por revistas maiores. (SCALZO, 2003, p. 36)

No livro “Jornalismo Esportivo” (2011), o jornalista e comentarista esportivo Paulo Vinícius Coelho apresenta aos leitores os desafios de se criar uma fonte de informação esportiva dentro da mídia. Aos poucos, diz ele, o espaço foi sendo conquistado, mas ficou restrito aos esportes que viraram produto e passaram a ser “espetacularizados”, como é o caso do futebol.

Nas editorias de esporte, geralmente fica bem separada a equipe que se dedica ao futebol da que faz outras modalidades. Não que dizer que quem se dedica ao futebol não precise cobrir outro esporte. Cobre, sempre que a ocasião exigir. Mas é mais clara a divisão nas outras modalidades. Quem faz basquete também faz vôlei, atletismo, boxe, etc. Mesmo que se dedique com mais afinco a um só esporte. (COELHO, 2011, p. 37)

Coelho faz uma crítica à cobertura de modalidades pouco divulgadas. Como é difícil focar em apenas um esporte, o repórter não consegue se especializar. Em basquete, por exemplo. Ou atletismo, que ganha destaque apenas em datas próximas a alguma grande competição e, eventualmente, aparece numa reportagem especial.

Especializar-se nunca é demais. A questão, quando se trata de esportes olímpicos de pouca divulgação no Brasil, é saber esperar pela hora certa de o trabalho aparecer. Pode durar anos. Pode nunca se concretizar. Por isso, é tanto melhor saber por que a escolha recai sobre essa ou aquela modalidade. (COELHO, 2011, p. 51)

Segundo o mesmo Coelho, alguns conseguiram se especializar e até lançaram revistas sobre uma modalidade específica. É o caso da “Saque”, dedicada exclusivamente

ao vôlei. No final da década de 1980, surgiu a “Lance Livre” e, no fim da década de 1990, a “Superbasquete”, ambas especializadas no basquetebol. Mas casos assim são raros.

A Revista Ação não é especializada em um esporte apenas. Mas procura fazer uma cobertura daqueles que desfrutam de pouco espaço nos conglomerados comunicacionais, pois, segundo Coelho (2011), “todo mundo viu futebol um dia na vida”. Agora, são poucos, inclusive jornalistas, que sabem e entendem que, fora desse universo, existem outras modalidades e com histórias de vida e social que motivem a prática dos esportes em geral. “O que importa é saber construir uma boa história, priorizar a informação [...]. Tudo isso é bom jornalismo. É a síntese da profissão, que vive de apurar informações inéditas e construir matérias corretas” (COELHO, 2011, p. 41).

## **2 OBJETIVO**

Como afirma Betti (2001, p. 1), “não existe esporte na mídia, apenas esporte da mídia”. Para poder aceitar o conceito e a denominação do primeiro termo, o “esporte na mídia”, seria necessário, primeiro, acreditar na ideia de que a mídia tivesse a capacidade de abordar o “esporte por inteiro” (p. 1). O que não faz. Segundo o autor, o esporte é tratado nos meios de comunicação como se fosse apenas um produto, para ser comercializado nas mais variadas formas necessárias para dar audiência. Ainda segundo Betti (2001), quando a mídia traz algum esporte à tona, ela faz com que se torne propriedade dela. Passa a lucrar com ele.

O objetivo da Revista Ação é fazer, justamente, o caminho inverso. Com reportagens sobre esportes pouco divulgados pela mídia tradicional ou mesmo facetas quase desconhecidas de modalidades conhecidas, como o basquete sobre rodas, o hóquei in line ou até mesmo o futebol, mas o que não vai para a mídia, como as peladas disputadas em campinhos surrados da periferia, busca tratar, com o olhar jornalístico – e não na óptica mercadológica trabalhada por Betti (2001) –, histórias de vida de esportistas geralmente escondidas pelo sistema. Muitos são os problemas, as dificuldades encontradas por eles para a prática que escolheram. Porém, poucos são os que conhecem essa realidade. Nesse sentido, pretende-se, com a produção de uma revista voltada ao meio esportivo, dar voz a quem não tem, a grupos que não gozam de espaço para se expressarem na mídia tradicional.

Considerando esse contexto, Betti (2001) afirma que uma característica da espetacularização do esporte é a superficialidade da informação.

O discurso das mídias em geral propõe uma concepção hegemônica do esporte: esforço, busca da vitória, disciplina, dinheiro. O preço que se paga pela espetacularização do esporte é a *fragmentação* e *descontextualização* do fenômeno esportivo. Os eventos e fatos são retirados do seu contexto histórico, sociológico, antropológico (BETTI, 2001, p. 2).

Em contrapartida ao que é explicitado pelo autor, a Revista Ação tem como proposta contextualizar os temas abordados, sempre na busca da história de projetos sociais, das pessoas envolvidas na luta por maior espaço às suas modalidades e nas perspectivas vividas pelos personagens ouvidos.

Britto (2009), no artigo “A influência dos fatores econômicos no Jornalismo de Revista”, reitera que essas características devem estar presentes no jornalismo de revista, o adotado pelos alunos do Centro Universitário Barão de Mauá. “Uma matéria jornalística concentra não apenas um teor explicitamente informativo, mas traz, ainda que de modo sutil, uma série de relações sociais, uma vez que está inserida em um contexto” (BRITTO, 2009, p. 1).

Com isso, além de abordar os aspectos esportivos esquecidos pelos interesses comerciais da mídia tradicional, a Revista Ação pretende, então, levar ao leitor histórias contextualizadas dos temas reportados, de forma que seja o embrião de um veículo-referência no assunto em épocas diversificadas na região de Ribeirão Preto, não só quando acontecem os grandes eventos esportivos de cada modalidade.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Entre as justificativas possíveis para a criação da Revista Ação, podem ser destacadas:

- 1) Buscar dar espaço para um olhar alternativo sobre esportes, abordagens que pouco ou nenhum espaço encontram na mídia tradicional, de forma que as histórias relatadas em forma de reportagens sirvam, também, como apresentação do trabalho de esportistas que estão em busca do reconhecimento profissional, apesar das dificuldades enfrentadas para a divulgação e disseminação das modalidades que praticam.
- 2) Aprender as técnicas de uma reportagem bem apurada, diferente do factual. Fugir do lide clássico e aprender, na prática, que o jornalismo não precisa ser engessado,

preso a uma ou outra norma e/ou formato. O projeto incentiva também a pesquisa *in loco* e o texto mais longo e trabalhado, oferecendo ao estudante um contato ampliado com a escrita.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

A elaboração da Revista Ação começou em agosto de 2012. Após as discussões teóricas em sala de aula, foi proposto aos alunos interessados no desenvolvimento do projeto que saíssem a campo para a realização das reportagens.

Conforme Lage (2001, p. 29), “matérias de revista são feitas a partir de enfoques editoriais específicos, que precisam ser considerados previamente”. No caso da Ação, o foco definido foi o esporte amador. E o suporte revista foi escolhido porque privilegia, como modelo de texto escrito, a reportagem, que foge do lide tradicional, priorizado pelos jornais no mercado de trabalho. Como a proposta era construir uma visão diferente da mídia tradicional, optou-se, também, por caminhos alternativos e que visavam ao aprofundamento dos temas.

O repórter está onde o leitor, ouvinte ou espectador não pode estar. Tem uma delegação ou representação tácita que o autoriza a ser ouvidos e os olhos remotos do público, selecionar e lhe transmitir o que possa ser interessante. (LAGE, 2001, p. 23).

Antes de irem a campo, porém, os alunos-repórteres sugeriram as pautas da edição ao professor da disciplina, Igor José Siquieri Savenhago. É importante salientar que uma pauta bem montada tende a se transformar numa reportagem mais bem apurada e num texto mais elaborado.

Para a escrita e produção de uma boa pauta, é preciso pesquisa prévia dos estudantes. Escrever ou reportar algum assunto sem antes saber sobre o que se trata não está em conjunto com os princípios da profissão. “Complicada ou não, a pesquisa é a base do melhor jornalismo” (LAGE, 2001, p.134).

Já com a pauta aprovada pelo professor em mãos, os alunos partiram para ouvir as fontes, buscando a expressão de vários lados envolvidos na história. .

A entrevista é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos. (LAGE, 2001, p. 73).

No caso da Revista Ação, segundo definição de Lage (2001), a entrevista utilizada pelos alunos foi do tipo dialogal.

É a entrevista por excelência. Marcada com antecipação, reúne entrevistado e entrevistador em ambiente controlado [...]. Entrevistador e entrevistado constroem o tom de sua conversa, que evolui a partir de questões propostas pelo primeiro [...]; permite-se o aprofundamento e detalhamento dos pontos abordados. (LAGE, 2001, p. 77).

Feitas as entrevistas, os textos foram escritos e entregues ao professor para correções e ajustes. Nas aulas de Introdução ao Jornalismo II, nos laboratórios de informática do Centro Universitário Barão de Mauá, foi simulada uma redação de revista, praticamente durante todo o segundo semestre de 2012. Após essa fase, seguindo as orientações do professor, os textos foram editados.

O processo assemelha-se ao que Lage (2001) classifica como “toiotismo”.

Hoje, com os computadores, a responsabilidade do repórter cresce e se diversifica: ele não apenas deve apurar bem, mas formular seu texto como o melhor dos redatores e participar das tarefas de edição; é inevitável comparar essa atividade múltipla com o modelo toiotista, que chegou à indústria ocidental, com a voga dos produtos asiáticos, na década de 1970. Para adequar-se a esse modelo, o operário deve ser versátil e interessado pela totalidade do processo de produção. Também o jornalista. (LAGE, 2001, p. 20 e 21).

Além da escrita dos textos, cada aluno ficou responsável, também, pela produção das fotografias. O projeto gráfico da revista foi elaborado com a participação de todos os envolvidos e entregue, para execução, ao diagramador e arte-finalista Jefferson Ricardo Orlandi da Silva, convidado especial do projeto, que fechou o arquivo após revisão dos alunos e do professor.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A Revista Ação é composta de 48 páginas. O nome foi escolhido pelos alunos por indicar movimento, energia, características típicas do esporte. Já o *slogan*, “Esporte sem Limites”, indica uma disposição dos alunos em fugir das limitações impostas pela mídia tradicional na região de Ribeirão Preto, que, geralmente, ignora assuntos que fogem do futebol de campo masculino envolvido em competições oficiais.

A capa da publicação, formatada em tamanho de 20 cm de largura por 27 cm de altura, traz como destaque o skate, um das modalidades mais discriminadas, por serem representadas por grupos com ideologias de questionamento aos ideais de mercado e, por isso, pouco valorizadas nas coberturas de jornais e televisão.

O conteúdo da revista inclui oito reportagens, sendo uma entrevista – com o ex-jogador de basquete pela Seleção Brasileira Wilson Bombarda –, a matéria de capa e mais seis, sobre os seguintes temas: hóquei in line feminino, ginástica artística, capoeira regional, rúgbi, jiu-jitsu e basquete sobre rodas.

O projeto é complementado com três artigos, um escrito por um dos alunos participantes do projeto, Leonardo Santos, e dois de convidados (Raul Bianchi, músico paulistano, e Wolfgang Pistori, jornalista de Ribeirão Preto), além de uma charge, desenvolvida por Marcos Antônio Silva dos Santos, artista plástico, e um ensaio, do fotógrafo Fábio Melo, ambos da região de Ribeirão Preto e também convidados pelos alunos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Revista Ação foi uma tentativa de criar uma referência na área acadêmica em trabalhos envolvendo o esporte amador e, principalmente, o processo de produção de uma revista.

Para os alunos, o contato com um texto mais elaborado e a pesquisa em campo logo no primeiro ano da faculdade serviram como experiência para conhecer a rotina e as atividades de um repórter, um fotojornalista ou um editor, além do que pode ter aberto um leque de possibilidades para a cobertura jornalística na região de Ribeirão Preto, especialmente na área esportiva.

Esperamos atingir e contribuir para inspirar o público universitário dos cursos de Jornalismo a experimentar alternativas em suas áreas de preferência, da mesma forma como tentamos, ao propor a revista.

## REFERÊNCIAS

ALVES, C; WIJK, J; PINHEIRO, M; YOSHIDA, N. **Os aspectos positivos de Jornalismo de Revista**. UNIVAP, 2009. Disponível em [http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2009/anais/arquivos/RE\\_1162\\_1104\\_01.pdf](http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2009/anais/arquivos/RE_1162_1104_01.pdf). Último acesso em 25 de março de 2013.



BETTI, Mauro. **Esporte na mídia ou esporte da mídia?** In: Revista Motrivivência, Ano XII, n°17, Educação Física, Esporte, Lazer e Mídia (1), p. 107 – 111, set./2001. Editora da UFSC, Florianópolis, SC.

BRITTO, Denise F. **A influência dos fatores econômicos no Jornalismo de Revista.** Instituto Municipal de Ensino Superior de Bebedouro (SP). INTERCOM, 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0318-1.pdf>. Último acesso em 18 de março de 2013.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo.** 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011. (Coleção Comunicação).

GOULART, Alexandre. **Uma lupa sobre o jornalismo de revista.** 04 de julho de 2006. Observatório da Imprensa, 388 ed. Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/uma-lupa-sobre-o-jornalismo-de-revista>. Último acesso em 22 de fevereiro de 2013.

LAGE, Nilson, **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Contexto, 2003.

SURDI, Aguinaldo César. **Algumas discussões sobre o esporte da mídia e o esporte na mídia.** Revista Digital – Buenos Aires. Ano 13, n° 130, março de 2009. Disponível em: <http://efdeportes.com/>. Último acesso em 14 de março de 2013.