

De primeira: Suplemento esportivo semanal para jornal impresso¹

Fábio ALVES²
Guilherme SEMERENE³
Luiz Eduardo KRÜGER⁴
Ricardo PAVAN⁵

RESUMO

O presente trabalho teve como proposta a elaboração de um suplemento para jornal impresso especializado em esportes que atraia o leitor tanto pelos aspectos visuais quanto pela diversificação e forma do conteúdo abordado. O suplemento conta com 16 páginas e é para rodagem semanal – às segundas-feiras – em um jornal de grande circulação em Goiás. Todas as etapas de uma edição são executadas pelos estudantes, desde a elaboração do projeto gráfico-editorial, pautas, matérias, fotos, colunas, até a impressão do material.

PALAVRAS-CHAVE: Jornal Impresso, Suplemento, Jornalismo Esportivo, Esporte

1. INTRODUÇÃO

1.1. Jornalismo Impresso

O jornal impresso mudou muito ao longo de sua trajetória, principalmente com o advento dos computadores e o posterior surgimento do jornalismo digital em suas diversas formas. Também por isso, hoje, a análise das características do jornalismo impresso é frequentemente feita a partir – e quase impossível de se dissociar - da análise comparativa dessas formas de fazer jornalístico.

Muito embora e devido à grande rede a instantaneidade já não mais seja terreno do impresso - e há quem discuta que ela sempre pertenceu mais ao rádio do que ao impresso em si - o jornalismo feito em papel ainda encontra adeptos e leitores fiéis, que buscam aquilo que a internet talvez não lhes ofereça. Caldas (2002) aponta que os interesses daqueles que lêem em papel e daqueles que lêem na tela são diferentes, e que por isso mesmo impresso vai sobreviver.

Além da qualidade dos textos e coesão que a linha editorial do veículo pede, Freire

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, Modalidade Jornal-laboratório Impresso.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: ofabioalves@gmail.com

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo. email: guilhermesemerene@gmail.com

⁴ Aluno líder do grupo, estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: luiz.krugerd@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: pavanfront@yahoo.com.br

(2009) aponta que o design do jornal deve ser atrativo. Segundo o autor, nos últimos anos, “com a revolução das técnicas produtivas, e por influência das outras mídias, o design de notícias viu sua importância crescer no jornalismo” (FREIRE, 2009, p. 291). Tanto a inserção de computadores com softwares avançados na área de computação gráfica e quanto a ameaça de velocidade de propagação da Internet são citadas pelo autor como os catalisadores para elevar o patamar de relevância do design e, por consequência, do projeto gráfico.

O projeto gráfico é responsável pela identidade do jornal impresso. Essa especialização se faz necessária para tornar o veículo único, inconfundível e atrativo ao leitor. Mais que isso, o design “é um elemento de persuasão ou sedução do leitor e também constituinte com potencial informativo, que antecipa características de gênero” (FREIRE, 2009, p.292). Tudo dentro de um jornal é pensado por exigências relativas à visibilidade, legibilidade e inteligibilidade (CHARAUDEAU, 2006). Ou seja, o jornal obriga a compor páginas em que as notícias sejam identificadas e apreendidas pelo leitor de maneira fácil. O uso do espaço, ordenação, paginação e titulação representam papéis importantes dentro da construção da identidade visual do jornal.

1.2 Jornalismo Esportivo

Existem diversas publicações pelo mundo especializadas em esporte, como La Gazetta dello Sport, da Itália; O Marca, da Espanha; L’Equipe, da França; A bola, de Portugal e Olé, da Argentina. No Brasil, a importância dos veículos que se dedicavam somente ao esporte começou na década de 1970, com revista Placar.

Quando o Brasil já havia se consagrado três vezes campeão do mundo (1958, 1962 e 1970) e tinha craques como Pelé e Garrincha, foi o momento em que a imprensa trouxe o futebol para os assuntos prioritários. Dessa forma, mesmo com algumas matérias a respeito de voleibol, basquete e outras modalidades de esporte, as editorias de esporte espalhadas por todo o país tinham como finalidade principal realizar a cobertura esportiva dos clubes de futebol (STYCER, 2009).

“Durante todo o século XX, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade” (COELHO, 2004, p. 9). O autor aponta isso devido à forma como o jornalismo esportivo se iniciou. O preconceito que existia à época era que apenas aqueles com o pouco poder aquisitivo leriam um diário esportivo, e justamente esta condição lhes conferia um pouco poder cultural e ler

não era uma prioridade.

Ademais, o preconceito também existe dentro das redações. O jornalismo esportivo é tido como um subproduto do jornalismo e não é considerado sério. Nas redações, os espaços são geralmente delimitados como departamento de jornalismo e departamento de esportes, como se a cobertura esportiva não fosse jornalismo.

O jornalista esportivo sempre foi – e permanece – visto como uma especialidade subalterna de pouco prestígio interno nos jornais, um lugar reservado para iniciantes e fanáticos por esportes, de onde dificilmente se sai para cargos considerados mais nobres. Os jornalistas esportivos sempre conviveram com denúncias de sérios problemas éticos, como sensacionalismo, parcialidade, invenção de entrevistas, suborno, e, mais recentemente, negócios escusos com jogadores de futebol e participação em campanhas publicitárias, práticas consideradas incompatíveis com o jornalismo (STYCER, 2009, p. 20).

A cobertura esportiva em Goiás passa, necessariamente, pelo surgimento dos primeiros clubes de futebol no estado. Times como Goiânia, Atlético, Vila Nova e Goiás foram decisivos para que existisse uma competição e, por consequência, cobertura da imprensa aos eventos esportivos. Os primeiros campeonatos foram compostos de poucos times e estavam longe de ser profissionais. Mas eram o passo inicial para a consolidação do esporte em território goiano.

Também contribuiu, de maneira significativa, para consolidação do jornalismo esportivo em nosso estado, o surgimento dos grandes impressos, destaque para O popular e O Diário da Manhã, que são hoje, os dois maiores diários do estado. O popular está circulando desde abril de 1938, já O Diário da Manhã, desde março de 1980 (GOMES, 2013).

3. OBJETIVOS

O objetivo geral da produção do *De Primeira* foi a elaboração de um suplemento semanal para jornal impresso especializado em esportes e que atraísse o leitor tanto pelos aspectos visuais - imagens, fotos, design, tipografia e cor - quanto pela qualidade do texto e abordagem diferenciadas às matérias.

Além disso, também era objetivo que todo o processo de produção do suplemento fosse de responsabilidade dos estudantes. Para tal, foi pensado um projeto gráfico-editorial para o suplemento. As fotos e as matérias também foram realizadas pelos estudantes.

Outros objetivos eram a apresentação de pautas significativas e diversificadas, tratando

de esportes variados e fugindo do lugar comum dos jornais esportivos, o uso das técnicas de entrevistas específicas para a elaboração das matérias e de linguagem que aproximasse o leitor da informação e ao mesmo tempo diferenciasse o suplementos de outros conteúdo. E, por fim, foi objetivada a criação de um produto que fosse viável nos âmbitos comercial e editorial para circular como suplemento de um grande diário de Goiânia.

3. JUSTIFICATIVA

O interesse e o contato dos autores deste projeto com o meio esportivo foram o ponto de partida para sua criação. Suas experiências em redações de esporte em redações de esporte de jornais de Goiânia e nos laboratórios oferecidos pela Rádio Universitária/Universidade Federal de Goiás foram fundamentais nesse processo.

A ideia de criação de um suplemento de esportes surgiu da necessidade de suprir uma demanda no jornalismo goiano a partir de um material diversificado, completo e com um projeto gráfico interessante ao leitor. Com isso, a construção desse suplemento que tenha todas essas características encontrou terreno fértil.

Jornais como a Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Correio Brasiliense e o Diário Lance! estão sensivelmente à frente daquilo que é produzido em jornais no que se refere a suplementos esportivos. O suplemento conta com elementos que tornam o jornal atrativo e dá espaço a esportes com pouca visibilidade em outros veículos de informação no estado.

Poder oferecer aos estudantes um ambiente que ofereça embasamento teórico e ao mesmo tempo vivência profissional talvez seja um dos maiores desafios das universidades. A produção do *De Primeira* deu aos autores uma experiência muito parecida àquelas encontradas pelos profissionais no mercado de trabalho, e a chance de poder vivenciar o que foi aprendido nas salas de aula durante a graduação.

O *De Primeira* poderá contribuir ao jornalismo esportivo goiano, área tão carente de bons trabalhos.

4. MÉTODOS E TÉCNICA UTILIZADOS

Os procedimentos metodológicos utilizados na elaboração do suplemento especializado em esportes para jornal impresso *De Primeira* envolvem texto, entrevista, foto, diagramação e

reportagem. Todas as etapas feitas e definidas com reuniões de pauta e decisão unânime da equipe.

O texto adotado no suplemento é o jornalístico e obedece aos princípios básicos do jornalismo – lead, sub-lead, desenvolvimento, conclusão e as famosas pirâmides normais e invertidas (FERREIRA, 2008). No entanto, buscou-se uma linguagem que se aproximasse do leitor e desse aos autores traços e indícios de autoria.

Conforme já apontam os conceitos mais primários do Jornalismo, a linguagem jornalística prima por ser direta, informativa e rica em detalhes relevantes. No entanto, o texto jornalístico é muito mais que o simples lead, sub-lead, desenvolvimento e conclusão - as formas tradicionais de se fazer um texto jornalístico, envolvendo as famosas pirâmides invertidas e normais. Ele, também, pode ser carregado de elegância e estilo próprios do jornalista, mas que vão garantir a linguagem jornalística básica e responder não importa se no primeiro parágrafo ou no decorrer do texto as questões básicas da informação (o que?, quem?, quando?, onde?, como? e por quê?). (FERREIRA, 2008, p. 2)

Um dos métodos utilizados para compor o material foram os relatos orais coletados por meio de entrevistas.

A reportagem em todos os seus modelos depende de maior investigação, apuração e comparação. Independente do local a ser veiculada – impresso, rádio ou TV – a reportagem deverá conter algumas características básicas. Sodré e Ferrari (1986) destacam como características a predominância na forma narrativa; humanização do relato; texto de natureza impressionista; objetividade dos fatos relatados. Além destes, podemos acrescentar que toda reportagem deve conter mais depoimentos e muitos personagens para que o texto se torne mais humano.

Grande parte do processo jornalístico decorre da entrevista. O leitor, ouvinte ou telespectador pode se identificar com uma entrevista quando ela passa emoção e autenticidade no que é anunciado pelo entrevistado quando na condução das perguntas feitas pelo entrevistador. Nessas circunstâncias, segundo Medina (2004):

Ocorre, com limpidez, o fenômeno da identificação, ou seja, os três envolvidos (fonte de informação – repórter – receptor) se interligam numa única vivência. A experiência de vida, o conceito, a dúvida ou o juízo de valor de entrevistado transformam-se numa pequena ou grande história que decola do indivíduo que narra para se consubstanciar em muitas interpretações. A audiência recebe os impulsos do entrevistado, que passam pela motivação desencadeada pelo entrevistador, e vai se humanizar, generalizar no grande rio da comunicação anônima. Isto, se a entrevista se aproxima do diálogo interativo. (MEDINA, 2004, p. 5-6)

As fotos apresentadas no trabalho também foram tiradas pelos autores. Foram seguidos os princípios da fotografia como luz, tempo de exposição, cor, foco, enquadramento e planos primários e secundários. Além da parte técnica, também foram levados em conta aspectos subjetivos como motivo, elementos visuais, planos de fundo e momento.

A noção de elementos visuais é muito vaga, mas esta classificação ajuda-nos a perceber que temos vários recursos visuais à disposição para criarmos nossas imagens. E, sobretudo, para conseguirmos estabelecer uma hierarquia visual entre elementos que nos permita captar a atenção do espectador e comunicar mais eficazmente. (PUPO, 2011, p.11)

Por fim, o projeto gráfico editorial levou em conta, principalmente os aspectos visuais interessantes ao leitor. Cor, fonte, tamanho do texto, disposição dos elementos visuais como imagens, infográficos, tabelas e organização das matérias dentro do jornal foram trabalhados no sentido de captar a atenção e curiosidade do leitor, fazendo do suplemento atrativo visualmente.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O suplemento semanal para jornal impresso *De Primeira* é uma produção dos alunos do 8º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás. Foi realizado como projeto experimental e apresentado como trabalho de conclusão de curso. O suplemento conta com 16 páginas e foi impresso em cores e em formato germânico.

A matéria central é espelhada e traz uma matéria com o jogador Túlio Maravilha. Foi publicada uma entrevista estilo ping-pong com o jogador. A conversa ocorreu no estádio Serra Dourada, onde as fotos também foram tiradas.

Além da entrevista com Túlio Maravilha, o suplemento traz mais quatro matérias sobre futebol. Uma sobre cada time da capital goiana (Atlético Goianiense, Goiás e Vila Nova), e uma sobre o campeonato estadual de 2014. Além dessas, uma matéria sobre futebol americano, uma sobre futebol de amputados, uma sobre basquete, uma sobre a equipe Doutores da Bola⁶, uma sobre MMA, e outra sobre pôquer.

De primeira ainda conta com uma página dedicada a fotos, chamada “Cliques do Esporte”, que aparece que na última página do jornal. A opinião também foi contemplada nos

⁶ Laboratório orientado do Curso de Jornalismo da UFG, que, através da Rádio Universitária, realiza transmissões esportivas regulares.

artigos “Um elefante incomoda muita gente”, e na página 2, com o “Cinema Esporte Clube” e a resenha “Desconstrução do mito Senna”.

O nome *De Primeira* se refere a uma gíria do futebol. Quando um jogador dá um passe ou um chute, que pode resultar em gol, tocando apenas uma vez na bola, ele está batendo de primeira. Geralmente há uma plasticidade nesse tipo de lance, um dos belos no futebol. Sendo assim, o objetivo do jornal *De Primeira* é levar ao leitor informação esportiva de qualidade. A fácil pronúncia, aceitação e curiosidade são detalhes que dão uma condição de credibilidade ao jornal.

A tipologia da marca é tão importante quanto o símbolo que ela apresenta, por isso, foram usadas duas famílias de letras para compor o nome *De Primeira*. A primeira utilizada foi Rockwell, para fazer com que o ícone da marca seja único. Para a segunda, Minion Pro Bold Cond. A primeira é serifada, permitindo maior ousadia e agressividade e mesmo assim, dando melhor visualização em qualquer material em que for utilizado. Já o nome é sem serifa. Segundo Lupetti (2009), a mescla do uso de serifas dá a percepção de simpatia e aconchego, e ao mesmo tempo coragem e agressividade, indicando uma empresa arrojada e entusiasmada.

As cores predominantes são o azul e o laranja. A cor azul cria uma sensação de confiança e segurança. O azul, muito utilizado em bancos e empresas de negócios tem seu valor no jornalismo esportivo. A cor também transmite credibilidade, algo essencial num meio de comunicação de massa para um público-alvo exigente, que quando precisar decidir entre duas mídias, priorizará aquela com mais foco e profissionalismo.

O laranja é uma cor pouco comum na natureza e, por isso, é muito utilizada para chamar atenção. A cor transmite otimismo e ao mesmo tempo em que é agressiva, também é amigável, algo essencial para um novo suplemento esportivo que busca se firmar no mercado, trazendo ao público informações num formato inovador, com competência e clareza.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção do suplemento *De Primeira* deu aos envolvidos uma experiência *in loco* do fazer jornalístico. A cobertura esportiva é peculiar, ela envolve um quê de personalidade e ativa o conhecimento prévio do repórter e do leitor. E o forte apelo emocional que aflora do esporte também é estimulante para uma produção melhor pensada.

Criar um suplemento diferenciado em conteúdo e também nos aspectos visuais sempre foi o objetivo maior do projeto. Os textos menos engessados ditando o tom e a linha editorial do jornal e a grande presença de imagens e ilustrações agradaram aos autores. O resultado final ficou dentro - quiçá acima - do esperado e desperta nos autores o sentimento de continuidade do projeto.

Apesar do tempo e equipe reduzidos, o jornal foi concluído antes do *deadline*. A experiência aponta que, para uma rotina de produção, mais profissionais precisam estar envolvidos no processo.

A impressão é ainda um dos fatores limitantes de uma produção em maior escala e frequência. O alto custo, e o número reduzido de gráficas que realizam o serviço são problemas - as impressoras rotativas, usadas para imprimir em papel jornal, são grandes e caras, e uso de papel jornal em impressoras digitais pode danificar as máquinas, o que faz com muitas gráficas optem por não realizar o serviço.

Apesar das intempéries, *De Primeira*, atingiu os objetivos traçados e pôde aproximar, através da linguagem esportiva, texto e leitor. O suplemento traz a possibilidade de levar ao público goiano uma cobertura jornalística diferenciada através de um produto leve e visualmente atrativo.

7. REFERÊNCIAS

- BENETTE, Djalma L. **Em branco não sai**. São Paulo: Codex, 2002.
- CALDAS, Álvaro. **O desafio do velho jornal é preservar seus valores**. In: Álvaro Caldas (Org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet**. São Paulo: Loyola, 2002.
- CHARAUDEUAU, Patrick. **Discursos das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo, Contexto, 2004.
- FERREIRA, H. A. T. **Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais**. In: Antônio Hohlfeldt; Marialva Barbosa. (Org.). **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002, p. 223-238.
- FERREIRA, Ricardo Alexino. **Reconstrução de um novo projeto pedagógico no ensino de Jornalismo Especializado-Científico**. 2008. (Apresentação de Trabalho/Comunicação).
- FILHO, João Batista Alves. **Arquivos do futebol goiano**. Goiânia: Unigraf, 1982.

FREIRE, Eduardo Nunes. **O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital.**

Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.291-310, dez. 2009.

GOMES, Nilson. **Caderno Especial DM 33 anos.** Goiânia: Unigraf, 2013.

KLEIN, Marco Aurélio e AUDININO, Sérgio. **Almanaque do futebol.** Rio de Janeiro: Mauad, 1997.

LUPETTI, M. **Administração em Publicidade.** 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível.** São Paulo: Ática, 2004.

PUPO, João Francisco. **Fotografia, Som e Cinema: Para dar vida às suas ideias.** Lisboa: Texto, 2011.

SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. **Técnica de Reportagem: notas sobre a narrativa jornalística.** São Paulo: Summus, 1986.

STYCER, Maurício. **História do Lance!: projeto e prática do jornalismo esportivo.** São Paulo: Alameda, 2009.