
Uso de Mídias Sociais e Produção Audiovisual de Skatistas de Pelotas¹

Paulo Renato Souza Ienczak²

Gilmar Adolfo Hermes³

Universidade Federal de Pelotas,
Pelotas, RS

Resumo

Este estudo com metodologia bibliográfica é a pesquisa do estado da arte do tema de trabalho de conclusão de curso do autor. A temática é o skate e a cultura skatista, e o uso de mídias dentro deste universo. O trabalho, que atualmente se encontra em fase inicial, objetiva entender como o uso de mídias, a produção de fotos e vídeos, e a sua divulgação em redes sociais como o Instagram, têm um papel importante na prática do skate, sendo um hábito comum aos seus adeptos.

Palavras-chave: Skate; audiovisual; redes sociais.

Corpo do trabalho

Este estudo com metodologia bibliográfica resulta da pesquisa do estado da arte do tema de trabalho de conclusão de curso do autor. A temática é o skate e a cultura skatista, e o uso de mídias dentro deste universo. O trabalho, que atualmente se encontra em fase inicial, objetiva entender como o uso de mídias, a produção de fotos e vídeos, e a sua divulgação em redes sociais como o Instagram, têm um papel importante na prática do skate, sendo um hábito comum aos seus adeptos.

Como um dos primeiros passos para melhor delinear a pesquisa, o estado da arte, ou revisão de literatura, permite traçar novas conexões do tema pesquisado com outras abordagens, metodologias e autores. Também é uma importante etapa para garantir a originalidade do trabalho, evitando repetições com outras produções.

Os dois temas pesquisados são a história da cultura skatista, com foco no desenvolvimento do skate no Brasil, e as características do webjornalismo e redes sociais como meios de comunicação cada vez mais dominantes no contexto pós-moderno.

¹ Trabalho apresentado na IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante de graduação 7º semestre de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. Email: pauloienczak@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. Email: ghermes@yahoo.com.

A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica, de acordo com as considerações epistemológicas de Lakatos e Marconi (2007).

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...] (LAKATOS e MARCONI, 2007, p.185)

Skate: esporte e estilo de vida

Os primeiros registros do skate no Brasil surgem em meados das décadas de 1960 (Honorato, 2013) quando, de maneira espontânea e experimental, buscando novos meios de diversão, indivíduos ensaiavam corridas e as primeiras manobras.

Associado aos praticantes do surf, e também à adaptação de carrinhos de rolimã para uma espécie de “protoskates”, a modalidade surge, sobretudo, como uma forma de lazer, com foco na diversão que a velocidade e a liberdade para criação e execução de manobras poderia criar.

As características citadas acima permeiam até hoje os valores da cultura skatista, que trazem a diversão, o companheirismo entre os skatistas e o modo descontraído de encarar o esporte como marcas importantes e definidoras deste estilo de vida.

[...]com o intuito de conseguir simular as ondas de surf nos dias em que o mar estava calmo demais, alguns surfistas desenvolveram pranchas de madeira com rodinhas, com as quais passaram a utilizar o asfalto para “surfar” fora d’água, criando então o novo esporte. (VALDUGA, 2016, p. 21).

Tony Honorato, em seu artigo “A esportivização do skate no Brasil (1960-1990): relações entre o macro e micro” (2013), conta um pouco do processo de como o skate vai se transformando de um mero passatempo, brincadeira ou meio de lazer, para um esporte, ou seja, investiga a esportivização da prática skatista.

Honorato destaca que, mesmo com o surgimento dos campeonatos, da

profissionalização dos skatistas, das marcas especializadas e de todo o mercado que trabalha em função do universo do skate, as características de lazer e entretenimento não deixaram de existir e de ter um papel importante. “Assim, como sistematização, pode-se considerar: primeiro, numa história do skate, as formas de lazer precedem as formas esportivas que, uma vez estabelecidas, não se ausentam de elementos advindos do lazer.” (HONORATO, 2013, p,108).

O final da década de 1970 é apontado por pesquisadores como início do processo de esportivização do skate no Brasil (BRANDÃO, 2008). A profissionalização dos campeonatos, a popularização do esporte, com aparições nas mídias impressa e televisiva, marcam o início desse momento de transição.

A relação do desenvolvimento e popularização do skate com os avanços tecnológicos é marcante, hoje em dia sobretudo pela maneira como a sua mídia especializada se beneficia das tecnologias digitais, internet e redes sociais. Na década de 1970, no entanto, um grande passo para o skate foi a invenção da roda de poliuretano.

Apesar de ter dado seus primeiros passos já nas décadas anteriores, foi nos anos 70 que o skate teve seu primeiro grande salto na história. Tal fato é marcado pelo surgimento das rodinhas de poliuretano, material derivado do petróleo que permitiu um maior desempenho e durabilidade para as rodinhas, proporcionando um novo e melhor nível de experiência e desempenho para os skatistas. (VALDUGA, 2016, p.21-22)

Uma das especificidades do skate, em diferenciação a outros esportes, por exemplo, é que ele se insere em um contexto de esportes radicais, associados a uma ideia de juventude identificada com valores da contracultura, questionando as regras da sociedade, e também as próprias regras dos esportes tradicionais. (BRANDÃO, 2011).

Brandão, em seu artigo “Entre a marginalização e a esportivização: elementos para uma história da juventude skatista no Brasil” (2008), aborda questões importantes sobre como os skatistas passaram a ser mal vistos por determinados setores da sociedade, em função de sua identidade rebelde, e também pelo seu modo particular de ocupação e uso dos espaços públicos das cidades. Tal representação negativa contrasta e coexiste com o processo de esportivização do skate no Brasil.

Essa ambigüidade do skate, que transita tanto pelo reconhecimento esportivo quanto pela marginalização, tem seu fundamento na própria história dessa prática no país, em especial, no desenvolvimento de uma modalidade denominada skate de rua (streetskate). (BRANDÃO, 2008, p.7)

O skate de rua é marcado por pressupor uma atitude dos seus praticantes, que foram desenvolvendo e compartilhando traços identitários próprios. A moda, na questão das vestimentas, a linguagem própria, em uma mistura das gírias e dos nomes das manobras, e o consumo de mídia especializada de skate, fazem parte do esporte, junto com a própria prática.

A questão da marginalização, por conta dos preconceitos com os skatistas, e a proibição expressa ou tentativa de coibir o skate em determinados espaços públicos das cidades, acabaram por se tornar um aspecto comum, considerado “ossos do ofício”, e parte formadora da identidade do grupo.

Ao disputarem espaços da rua com transeuntes, automóveis e bicicletas; ao andarem em praças, corrimãos, estacionamentos e, enfim, ao transformarem locais da cidade em terrenos radicais, os skatistas, especialmente os adeptos do streetskate, passaram a ser alvos do poder público. (BRANDÃO, 2008, p.19).

Atendendo a esse novo nicho de mercado, surgem revistas especializadas voltadas ao público skatista, que ao mesmo que atendiam uma demanda que surgia, reforçavam e ajudavam a reproduzir o esporte no Brasil, visto que ainda se tratava de uma novidade.

De fato, o uso do skate despertava em seus praticantes uma nova e inusitada relação com a cidade, e as revistas de skate, como a Esqueite e diversas outras que surgiram depois, como a Brasil Skate em 1978, ou a Overall, a Skatin, Vital Skate e a Yeah! – essas na década de 80 – incentivavam essa prática skatística dos espaços urbanos. (BRANDÃO, 2008, p. 12).

Um traço importante da identidade dos skatistas é não abrir mão do espaço da rua como palco de suas sessões, como eles mesmo se referem aos momentos de prática. Mesmo quando há uma pista de skate, local especialmete projeto para esta finalidade,

muitas vezes construídas pelo próprio poder público, esta se torna mais um dos locais de reunião, uma opção, outro ponto para andar de skate, mas não necessariamente será o único.

[...] a maioria dos praticantes de skate é jovem e faz uso do skate na cidade, isto é, na maioria das vezes as fotografias veiculadas por essas mídias retratam os skatistas em ação nas ruas, andando sobre bancos, saltando escadas, deslizando por corrimãos. Embora exista uma grande quantidade de pistas de skate, construídas por órgãos públicos ou empresas particulares, muitos skatistas praticam no espaço urbano das ruas. (BRANDÃO, 2011, p. 20)

Tal conflito de interesses entre diferentes grupos sociais fica evidenciado em algumas cidades do Brasil, ao ponto de se chegar ao extremo, de o skate ser proibido oficialmente, por meio de leis municipais.

A proibição do skate em São Paulo no ano de 1988, a de Itu em 1998 ou a vigente em Blumenau/SC, são exemplos que demonstram os conflitos causados por essa prática urbana. Tais conflitos ocorreram (e ainda ocorrem), muitas vezes, por ser a cidade pensada, sistematicamente, como o espaço da ordem. (BRANDÃO, 2008, p.20)

Tecnologias de comunicação e skate

Antes da multiplicação de canais na internet, nas revistas impressas, principais veículos que atendiam ao nicho entre as décadas de 1980 e 2000, os fotografados eram, quase na totalidade, skatistas profissionais, registrados nos cliques de fotógrafos experientes.

Com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, a digitalização e crescente midiaticização da sociedade, a cultura skatista também sofre influências desse processo. Desde a década de 1980, com as fotografias veiculadas em revistas especializadas, a produção visual era muito importante para o skate, o que traz certos aspectos de cultura da mídia e visão artística para o contexto.

Podemos dizer que a Web 1.0 é um primeiro modelo das formas em que estavam baseadas as tentativas de utilização do novo

meio. Foi nesse momento que a internet superou seu primeiro período em que era científica, pré-comercial, e apenas com o uso de texto, para entrar no próximo passo, com a euforia especulativa e a abertura da internet para a grande audiência (ROCHA; CAVALCANTI, 2017, p. 381)

Na medida em que o acesso aos materiais para produção de vídeos vai sendo popularizado, com as câmeras digitais e computadores pessoais, e mais atualmente os celulares com câmeras de alta qualidade, a produção audiovisual de skate também aumenta.

Hoje em dia, é possível aprender manobras por meio de vídeos. Todos os admiradores sabem o que seus ídolos fazem e, acima de tudo, cada vez mais estão surgindo produções de altíssimo nível, reforçando a tradição do mundo do skate ser um ótimo canal de produções audiovisuais. (VALDUGA, 2016, p.24).

Além do aumento do número de vídeos de skate produzidos, a maioria circulando gratuitamente na internet, a produção fica muito mais acessível aos skatistas amadores e até iniciantes, assim como cinegrafistas e fotógrafos amadores, que experimentam, livremente, as possibilidades que a tecnologia traz para suas produções.

É fato que o meio do skate parece estar cada vez mais inserido no processo de convergência midiática. Novos vídeos surgem todos os dias nos mais variados aplicativos e plataformas. O público tem acesso às mais variadas informações sobre o meio em tempo integral, além de que o consumidor está se inserindo no processo de produção de conteúdo, conferindo um cenário em que o público está cada vez mais participativo, produzindo e interagindo cada vez mais com seus atletas e marcas favoritas. (VALDUGA, 2016, p.30)

Todo esse desenvolvimento tecnológico acaba por mudar as lógicas da prática do skate, para profissionais e amadores. Com o uso do celular *smartphone*, muitos skatistas se tornam também *youtubers*, influenciadores digitais.

A primeira grande mudança nesse novo estágio está na possibilidade dos usuários publicarem conteúdos online. Não se trata, na maioria dos casos, de condições igualitárias em relação às empresas de mídia, até mesmo pelo capital econômico envolvido, mas o surgimento dos blogs, ainda durante o final da Web 1.0 representou a semente para o desenvolvimento da Web 2.0. (ROCHA; CAVALCANTI, 2017,p. 381)

A maioria das sessões é registrada com fotos e vídeos, posteriormente divulgados em redes sociais. No mercado de skate, a presença em redes sociais é indispensável para a carreira. A comunicação na Web, no entanto, é um campo em constante mudança, o que exige adaptação.

Não há dúvidas sobre as perspectivas positivas para o crescimento dos acessos no Brasil, bem como o surgimento de novas iniciativas jornalísticas para aproveitar o território online. Todavia, é preciso entender que o webjornalismo se encontra em estado de Beta Perpétuo, ou seja, em constante mudança. (ROCHA; CAVALCANTI, 2017, p. 378)

Nesse processo de mudança, semelhante ao que acontece no jornalismo tradicional, os veículos que não se adaptam acabam por sucumbir às novas exigências de mercado. Revistas impressas de skate, como a Tribo Skate ou a 100% Skate, passam para a forma de sites, blogs e redes sociais, com presença em Youtube, Facebook, Instagram, e outros meios digitais. A interação rápida e intensa com o público skatista também é intensificada.

É nesta mudança que se encontra a chave para entender o movimento que está acontecendo no webjornalismo. No novo contexto, em que as pessoas possuem uma maior facilidade de se comunicar, deslocadas do tempo e espaço - principalmente se observadas as possibilidades advindas do crescimento do universo mobile - as empresas jornalísticas estão entre as mais afetadas. (ROCHA; CAVALCANTI, 2017, p. 390)

Considerações finais

A prática de skate, tanto no Brasil como no mundo, é marcada por uma relação com a mídia e a cultura visual. Tal característica torna a cultura skatista uma mistura de elementos esportivos, culturais e de produção de conteúdo, principalmente audiovisual.

Os avanços tecnológicos na área de comunicação, que refletem em toda a sociedade, também vem modificando o universo skatista, tanto no âmbito do mercado profissional, quanto para amadores de tal cultura.

As redes sociais da internet criam um cenário em que a possibilidade de participação do cidadão na produção e distribuição de conteúdo coloca as empresas de mídia diante de um universo online em que a produção amadora coexiste com a profissional. (ROCHA; CAVALCANTI, 2017,p. 390)

Essas relações entre a identidade dos skatistas, a importância da produção midiática e o esporte, serão aprofundadas ao longo do trabalho de conclusão de curso, também com entrevistas com produtores de conteúdo.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Leonardo. Entre a marginalização e a esportivização: elementos para uma história da juventude skatista no Brasil. **Recorde: revista de história de esporte**, Rio de Janeiro, v.1, n. 2, p. 01-24. dez. 2008. Disponível em: http://www.sport.ifcs.ufrj.br/record/pdf/recordV1N2_2008_15.pdf. Acesso em: 01 maio 2019.

BRANDÃO, Leonardo. O skate invade as ruas: história e heterotopia. **Rua (UNICAMP)**, v. 20, p. 51-61, 2014.

BRANDÃO, Leonardo. **A Cidade e a tribo skatista : juventude, cotidiano e práticas corporais na história cultural**. Dourados : Ed. UFGD, 2011.160 p.

HONORATO, Tony. A esportivização do skate (1960-1990): relações entre o macro e o micro. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 35, p. 95-112, 2013.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura) 191 p

ROCHA, HEITOR COSTA LIMA DA; CAVALCANTI, IVO HENRIQUE FRANÇA DE ANDRADE DANTAS . **WEBJORNALISMO: Dos Portais Às Redes Sociais**. **Revista Observatório**, v. 3, p. 374-395, 2017.

VALDUGA, José Augusto Hagemann. O PROCESSO DE CONVERGÊNCIA E SEU IMPACTO NAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS DE SKATE:ESTUDO DE CASO DA REVISTA THRASHER. **Trabalho de conclusão de curso**. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, 2016.