
OLIMPIADAS E PARAOLIMPIADAS 2012: UMA ANÁLISE DA COBERTURA DO *JORNAL DO ESTADO* (TV ATALAIA/REDE RECORD) EM SERGIPE

Luciana Caroline Pina Garcia

(Especialista em Docência do Ensino Superior/Faculdade Atlântico; Pesquisadora do
LaboMídia/UFS)

Janderson Paixão

(Professor da Rede Estadual de Sergipe/SEED; Pesquisador do LaboMídia/UFS)

Anderson Pereira Santos

(Acadêmico de Educação Física/UFS; Pesquisadores do LaboMídia/UFS)

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa está inserida em um contexto de análise da chamada "década dos megaeventos esportivos". Sabe-se que o Brasil vem se tornando uma grande atenção mundial no que se refere ao cenário esportivo, isso acontece porque o mesmo irá sediar a Copa das Confederações (2013), a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas e Paraolimpíadas em 2016. Em 2012, portanto, ano olímpico que culmina como uma "preparação brasileira" para sediar os Jogos Olímpicos de 2016, teremos, em Londres/Inglaterra, a exacerbação do fenômeno esportivo nas suas múltiplas facetas, articulando, para isso, os mais variados setores, como econômico, cultural, político, educacional e, claro, esportivo todos estes apresentados para a sociedade brasileira por meio das diversas mídias sejam elas, televisiva, impressa ou digital.

Este é um projeto desenvolvido pelo grupo de estudos LaboMídia/UFS, denominado de "*As olimpíadas e para-olimpíadas de 2012 na mídia sergipana: investigando estratégias de agendamento e a mobilização da dialética global-loca*" o qual se constitui em quatro eixos temáticos: 1. Mídia Impressa 2. Mídia Digital. 3. Mídia Televisiva e 4. Recepção, dentre estes vamos aqui dar ênfase a Mídia Televisiva, cuja proposta é estudar o "agendamento esportivo" realizado pelo jornal do estado que é transmitido pela Tv Atalaia, afiliada da Rede Record no estado de Sergipe.

O esporte é um fenômeno admirado por uma grande parte da população e está extremamente ligado aos meios de comunicação, isto é, o campo midiático, responsável pela produção e veiculação dos mais diversificados tipos de conteúdos (produtos simbólicos), seja por meio da mídia impressa, dos rádios, da mídia televisiva ou pela internet.

Em relação à mídia televisiva e à forma como este veículo trata o esporte no cotidiano, atribuindo a este processo a denominação de *esporte-teleespetacularizado*, conforme aponta Betti *apud* Lisboa; Mezzaroba; Munarim (2009, p. 48), ou seja:

Uma nova forma de tomarmos conhecimento através do discurso
construído/reproduzido pela televisão, que procura utilizar modernos

recursos audiovisuais e tecnológicos em suas transmissões (por exemplo: enquadramento de câmeras, virtualização, edição de imagens/sons/comentários e efeitos gráfico-computacionais, entre outros).

Dentre os programas oferecidos pelas emissoras televisivas, e considerando-se o contexto local/regional do estado de Sergipe, escolhemos o *Jornal do Estado*⁴³, por ser um dos jornais mais importante do estado de Sergipe, que é produzido e transmitido pela TV Atalaia⁴⁴, afiliada da Rede Record de Televisão a qual é responsável por transmitir as Olimpíadas e Paraolimpíadas de Londres/2012.

O *Jornal do Estado* é exibido em duas edições: a primeira edição é transmitida às 12h de segunda a sexta-feira; e a segunda edição começa às 19h30min e vai ao ar de segunda a sábado, ambas com duração de 30 minutos.

O *Jornal do Estado 1ª Edição* tem na sua pauta diversificada das notícias factuais, com registro ao vivo dos acontecimentos, as notícias de cultura e os fatos esportivos que tem nessa edição uma exibição especial chamada de, “*Esporte Agora*”, exibido por volta das 12h20min, este voltado em sua maior parte para o futebol sergipano e algumas competições amadoras.

A 2ª Edição do telejornal tem como característica dar continuidade às notícias exibidas na 1ª Edição, somada aos fatos ocorridos no período vespertino. Esta edição é voltada para a cobertura política, os fatos policiais, as séries especiais, matérias de turismo com pouca ênfase para o esporte.

Há muitas pesquisas que utiliza a mídia televisiva como veículo para fazer as investigações e melhor compreender sua “lógica”, a exemplo dos noticiários que costumam ter uma grande audiência e tem o objetivo de informar aos telespectadores o que acontece ao seu redor e no mundo todo.

Dentre tais pesquisas, considerando-se a temática aqui proposta, vale destacar duas: a primeira desenvolvida por Lisboa, Mezzaroba e Munarim (2009) que teve o intuito de analisar as matérias produzidas e veiculadas pelo Jornal Nacional (JN - Rede Globo de Televisão) sobre os Jogos Pan-americanos Rio/2007; e a outra pesquisa relevante para este estudo desenvolvida recentemente por Miranda *et al* (2011) que teve como foco de análise a mídia televisiva, em especial o Jornal Nacional (JN), programa jornalístico responsável por informar a população dos acontecimentos sobre o grande evento esportivo (a Copa do Mundo de Futebol de 2010) e ao mesmo tempo antecipar a construção do discurso e dar visibilidade para a realização de outro megaevento esportivo em território brasileiro (no caso, a Copa de 2014 no Brasil).

Em relação aos seus aspectos metodológicos, a presente pesquisa caracteriza-se como sendo de caráter qualitativo, com abordagem descritivo-exploratória, com foco observacional-descritivo.

Para implementar a investigação ao produto televisivo iremos fazer um acompanhamento diário da 1ª Edição do telejornal *Jornal do Estado*, em especial a parte do “*Esporte Agora*” que é exibido às 12h20min, elaborando um protocolo diário tendo os seguintes pontos: a data, o tempo de duração do noticiário e das reportagens específicas ao conteúdo esportivo que trata das informações sobre as Olimpíadas e Paraolimpíadas/2012, bem como as próprias reportagens que serão exibidas, com o

⁴³ Maiores informações no site: <http://www.atalaiaagora.com.br>

⁴⁴ A TV Atalaia é uma emissora de televisão com sede em Aracaju, capital sergipana. Foi fundada pelo ex-governador Augusto Franco em 1975, e atualmente é administrada por Walter Franco. Opera no Canal 8 VHF e é afiliada da Rede Record de Televisão, responsável pelo sinal desta emissora em todo estado de Sergipe e pela produção de programas locais que são veiculados em todo estado sergipano.

intuito de perceber como tal programa/emissora constrói suas estratégias de agendamento, pautando o megaevento esportivo que vai acontecer em Londres e que terá cobertura televisiva da emissora Record.

METODOLÓGIA

Por trabalhar com o universo de significados, crenças, valores e atitudes presentes na realidade social humana (MINAYO; GOMES, 2010), caracteriza-se como uma pesquisa de caráter qualitativo com um foco no estudo observacional-descritivo (TRIVIÑOS, 1987), cuja abordagem estará focada na relação do objeto recortado da realidade objetiva, na intenção de interpretar as dimensões discursivas da mídia televisiva em que a narrativa das Olimpíadas e Paraolimpíadas serão construídas, a partir de uma análise discursiva no foco narrativo e na presença ou não do conteúdo Olímpico e Paraolímpico.

Para a realização dessa pesquisa, está sendo utilizada a coleta de dados a partir do discurso midiático do telejornal local, cujo o mesmo foi escolhido por ser transmitido pela Tv afiliada a Rede Record de Televisão a qual é responsável pela transmissão da Olimpíada e Paraolimpíada/2012. Os procedimentos metodológicos serão seguidos a partir do recurso da *hermenêutica de profundidade* (THOMPSON, 2000⁴⁵) cuja sistematização e discussão se dará através da construção de categorias empíricas de análise, isto é, identificadas e extraídas do material coletado.

O início da coleta de dados se deu em 18 de junho de 2012 e vai se estender até o final do evento Olímpico e Paraolímpico de Londres/2012. O processo de acompanhamento está sendo feito dia a dia pelos pesquisadores, cujo os dados estão sendo protocolados em uma tabela construída pelos pesquisadores para melhor facilitar a análise posterior dos fatos observados.

Inicialmente é a partir daquilo que se entende por pesquisa do tipo "análise de produto midiático", os dados são construídos na medida em que aparece ou não algo referente às Olimpíadas e Paraolimpíadas. Para essa pesquisa também será utilizado o *download* dos vídeos disponibilizados no portal do telejornal escolhido, tudo isso organizado em um banco de dados que servirão como fonte de análise da pesquisa.

Depois de coletar esses dados, as informações serão submetidas à técnica de *análise de conteúdo ideológica*. Thompson (2000, p. 357) a descreve da seguinte maneira:

A análise das formas simbólicas pode ser conceituada mais apropriadamente em termos de um marco referencial metodológico chamado como hermenêutica de profundidade. Este referencial coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, que exige uma interpretação; elas são ações, falas, textos que, por serem construções significativas, podem ser compreendidas.

Sucintamente, tal *análise de conteúdo ideológica*, também entendida como *hermenêutica de profundidade*, compreende três passos que na sua totalidade permitem-nos compreender os produtos culturais televisivos que serão observados. A primeira etapa seria uma (i) análise sócio-histórica, a qual possibilita compreender e contextualizar o que se investiga; a segunda etapa (ii) seria a análise formal ou

⁴⁵ No subprojeto 4, da mídia televisiva, essa questão é melhor explicada em relação aos seus procedimentos técnicos.

discursiva, momento em que se permite a análise temática e a identificação dos dados coletados; e por fim, a terceira etapa chamada (iii) interpretação ou re-interpretação, em que se compreende a construção criativa do significado com a perspectiva de algo que é representado ou dito (THOMPSON, 2000).

COMPREENDENDO O CAMPO JORNALÍSTICO ESPECÍFICO A PARTIR DA "FALAÇÃO ESPORTIVA" E DA "CIRCULARIDADE CIRCULAR DA INFORMAÇÃO"

Segundo Freitas Filho (1985, p.51), “Esporte e jornalismo mantêm, hoje, mais do que nunca, uma estreita e harmoniosa relação em qualquer parte do mundo (...) por serem, de certa forma, atividades que se complementam.”

Significa que há, entre ambos, uma relação dupla: o esporte se serve da mídia (que o divulga e dissemina) e a mídia do esporte (utilizando-o como um produto para “tratar” e vender) – ou como Freitas Filho escreve, “Lucro, portanto, para ambas as partes.” (Ibid., p.52).

Para este mesmo autor, o jornalismo esportivo começou a se desenvolver a partir do momento em que as coberturas passaram a ser *permanentes*, ou seja, sequenciais (para além do dia-a-dia), e não mais apenas a *cobertura circunstancial* (no momento de sua realização). Assim, os detalhes corriqueiros e a preocupação com as “imagens dos protagonistas do espetáculo” foram supervalorizados. Aos poucos, a notícia esportiva foi ganhando mais espaço nos jornais, conquistando sua própria editoria e constituindo sua equipe própria (repórteres, redatores e cronistas).

Segundo Borelli (2002, s/p) “sem o empreendimento da linguagem sobre o esporte, ele passa a ser apenas uma atividade regrada, praticada pelos seus atores, ficando limitada à experiência daqueles que o vivenciam.”

Há, no jornalismo esportivo, a figura dos *especialistas*, responsáveis pelas *colunas especializadas*, que “ocupam lugar de destaque nas páginas de esporte e refletem imaginários, desejos, escolhas da opinião pública, instituindo identidades e construindo vínculos.” (Ibid, p.64). Os colunistas, desta maneira, ao desenvolver seu trabalho, legitimam e institucionalizam o campo esportivo, promovendo uma grande *conversação* sobre os mais variados fatores.

Outra característica da relação esporte-jornalismo é a questão do espaço destinado ao esporte nos jornais. Quase que uma regra, o esporte *habita* as últimas páginas (jornal impresso), os últimos minutos (televisivo) “consideradas, juntamente com as primeiras, as mais atrativas e privilegiadas do conteúdo jornalístico. Desta maneira, ele tem um status diferenciado das demais editorias, pois é tematizado em lugares especiais.” (Ibid., p.67).

Borelli & Fausto Neto (2001) também consideram que o jornal impresso tem uma característica peculiar, que é a de fazer uma análise mais aprofundada dos conteúdos (no caso, esportivos), se comparada às análises realizadas pelo rádio ou pela televisão no momento do acontecimento.

Betti (1999, p.397), atribuindo mais uma particularidade ao jornalismo, neste caso, aos jornais impressos, escreve que há uma *hierarquia de códigos*, isto é, uma dominação do verbal escrito sobre o código imagético.

A *polifonia* seria uma outra característica do jornalismo esportivo. Ela pode ser entendida como uma “grande interdiscursividade, reunindo inúmeras vozes de personagens do campo esportivo e de outros que mantêm relação com ele”. (BORELLI, 2002, p.67). Assim, ela é utilizada para “didatizar, explicar, avaliar, enquadrar,

tematizar o esporte com base em variadas falas (jogadores, técnicos, dirigentes, patrocinadores, torcedores, médicos e especialistas).” (Id.)

Ainda sobre essas *inúmeras vozes*, que permitem o jornalismo instituir⁴⁶ o esporte, Borelli & Fausto Neto (2002, p.68) escrevem que “[a partir delas] é que o campo esportivo ganha visibilidade na mídia, na medida em que são construídos sentidos através de enquadramentos, qualificações, nomeações, destaques, enfim, da tematização da atualidade.”

Trata-se, segundo crônica de Umberto Eco (1984) e que Betti (1998, p.68-9) chama de *falação esportiva*, assim explicada nas suas múltiplas facetas:

A falação *informa e atualiza*: quem ganhou, quem perdeu, quem é líder ou campeão, quem foi contratado ou vendido (e por quanto), quem se contundiu, quais são os salários e os prêmios dos atletas. A falação *conta a história* das partidas, das lutas, das corridas, dos campeonatos: uma história que é sempre construída e reconstruída mediante palavras e imagens, pontuada pelos melhores momentos (...)

A falação *cria expectativas*: qual time será campeão? Quem será o artilheiro? Qual jogador será titular? Quem vencerá? A falação *faz previsões*: quanto vai ser o jogo, quem deverá vencer – com base na tradição, no retrospecto ou nas superstições e coincidências. Depois, *explica e justifica*: por que tal equipe ou atleta ganhou ou perdeu, foi primeiro ou segundo, como e por que uma equipe ou atleta chega ao campeonato – invoca razões técnicas, táticas e psicológicas, ou então a sorte, o azar ou o imprevisto (a “zebra”). Mas, principalmente, enfatiza que ‘esforço, dedicação e disciplina’ fazem os campeões, os grandes vencedores.

A falação *promete*: emoções, vitórias, gols, medalhas. O centroavante recém-contratado promete o título do campeonato, o presidente do Comitê Olímpico promete medalhas. A falação *cria polêmica e constrói rivalidades*: Foi impedimento ou não? Quem é o melhor? O atacante irá superar o seu marcador? O time irá vingar-se da derrota anterior? (...)

A falação *critica*: ‘fala mal’ dos árbitros, dos dirigentes, da violência, da escassez de gols, das rendas baixas, da falta de patrocinadores. A falação *comenta* o desempenho das equipes, dos jogadores, dos árbitros. A falação *elege ídolos*: o ‘gênio’, o ‘craque fora de série’, expõe suas vidas, mas também apresenta seus sucessores – a nova geração, o futuro do esporte.

Para se legitimar interna e externamente, os espaços jornalísticos são regradados e realizados a partir do desenvolvimento de estratégias (nos mais diversos âmbitos), “para dar visibilidade ao acontecimento, que só existe na medida em que é

⁴⁶ De acordo com Borelli & Fausto Neto (2002) e Borelli (2002) o jornalismo instituiu o esporte de várias maneiras: cultuando o herói; criando “atores” do mundo esportivo; bisbilhotando a vida dos “olimpianos”; analisando competições e conjecturas; “fofocando”; sondando fatos, causas e conseqüências, orquestrando relatos sobre um fato particular (como uma despedida de um atleta, a conquista de um título, o fracasso etc).

construído, elaborado no espaço jornalístico pelos produtores da atualidade.” (BORELLI, 2002).

Outra questão relevante de ser destacada refere-se àquilo que Bourdieu (1997) denomina de *circulação circular de informação*, ou seja, a mesma informação circulando entre diversos veículos de comunicação, como num círculo vicioso. Este mesmo autor acredita que “os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita” (p. 30), isto é, para ele, as diferenças mais evidentes dos jornais (sobretudo suas opiniões políticas) “ocultam semelhanças profundas, ligadas em especial às restrições impostas pelas fontes e por toda uma série de mecanismos, dos quais o mais importante é a lógica da concorrência.” (Ibid., p.31).

Reforçando essa mesma ideia, Bourdieu escreve que “para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram. Esse é um dos mecanismos pelos quais se gera a homogeneidade dos produtos propostos.” (1997, p.32).

Para esse mesmo autor, existe um mecanismo de *circulação circular de informação*, que pode ser explicado da seguinte maneira:

o fato de os jornalistas, que, de resto, têm muitas propriedades comuns, de condição, mas também de origem e de formação, lerem-se uns aos outros, verem-se uns aos outros, encontrarem-se constantemente uns com os outros nos debates em que se revêem sempre os mesmos, tem efeitos de fechamento [do círculo vicioso] e, não se deve hesitar em dizê-lo, de *censura* tão eficazes. (BOURDIEU, 1997, p.34).

Dessa maneira, Bourdieu permite-nos pensar que esses profissionais especializados que nos informam (no caso, os jornalistas) são informados por outros informantes (outras “fontes”). Compreensão esta corroborada por Borelli (2002), ao fazer a seguinte afirmação “pode-se dizer que a imprensa é que recria, engendra, produz os discursos sobre o esporte, construindo uma grande ‘falação esportiva’.

ANÁLISE PRELIMINAR DOS DADOS

A referência ou não a fatos recorrentes aos grandes eventos esportivos por parte da mídia televisiva local é o carro chefe desse estudo, a observação dos fatos nós leva a pensar no real motivo da falta de informação, o qual ainda não se pode provar, mas, será analisado por nós pesquisadores.

A característica que o “Jornal do Estado” vem mostrando está voltado para veiculação daquilo que de mais importante acontece no estado de Sergipe naquele dia, deixando muitas vezes a desejar aquilo que acontece no mundo, veiculando em um giro de notícias os fatos mais importantes do estado.

Até o presente momento as observações nós levam a perceber que o jornal continua mantendo sua programação diária, fato este que constata a falta de informação sobre o evento Olímpico e Paraolímpico, isso vem sendo observado desde o início da pesquisa. A presença de uma chamada nos intervalos do “Jornal do Estado” pelo oferecimento do “Banco do Estado” é o único fato que aparece, a contagem regressiva para o maior acontecimento esportivo é presença marcada nos intervalos do Jornal pode ser uma forma de gerar expectativa.

Essa chamada vem acontecendo desde o início das observações, sempre em contagem regressiva, cuja informação não muda o seu conteúdo, apenas a contagem:

“Faltam 39 dias par as Olimpíadas de Londres, com o oferecimento do Banco do estado de Sergipe- Banese”.

Aproximasse o dia do evento, uma chamada já não é mais suficiente, é preciso chamar atenção do público para isso faz uso de atletas locais com jornalistas, isso também nos intervalos dos programas, bem como do “Jornal do Estado” que até o presente momento não mencionou nada referente aos eventos esportivos na sua programação.

A publicidade está cada vez mais presente em nosso cotidiano, para Miranda et al (2011, p.127) “Quando abordamos o campo esportivo, a publicidade tem um forte apelo e se liga às questões culturais específicas de cada região/país.

REFERÊNCIAS

BETTI, Mauro. **Janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. Campinas: Papirus, 1998.

_____. TV a cabo: maximização do esporte telespetáculo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, 21(1), p.394-401, set. 1999.

BORELLI, Viviane. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 25, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002.

BORELLI, Viviane; FAUSTO NETO, Antonio. Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: uma breve reflexão. In: Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 12, 2001, Caxambu-MG. **Anais...** Caxambu: CBCE, 2001.

_____. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, n.7, p. 61-74, dez. 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

ECO, Umberto. A falação esportiva. In: _____. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 220-226.

FREITAS FILHO, Lauro. A cobertura esportiva no rádio e no jornal. In: DIEGUEZ, G. K. (org.). **Esporte e poder**. Petrópolis: Vozes, 1985, p. 51-59.

LISBOA, Mariana Mendonça; MEZZARROBA, Cristiano; MUNARIM, Iracema. Jogos Pan-Americanos rio/2007 e a cobertura do jornal Nacional: ênfases e representações veiculadas. In: PIRES, Giovanni de Lorenzi (org.). **Observando Pan Rio/2007 na mídia**. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2009, p. 47-62.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; GOMES, Suely Ferreira Deslandes Romeu (orgs.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MIRANDA, Liana T. de; MEZZARROBA, Cristiano; LISBOA, Mariana Mendonça; CAETANO, Angélica; BITENCOURT, Fernando Gonçalves. A Copa do Mundo de Futebol da/na Globo: Agendamento 2014 no Jornal Nacional. In: PIRES, Giovanni De

Lorenzi (org.). **O Brasil na Copa e a Copa no Brasil**. Florianópolis: Tribos da Ilha, 2011.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRIVINÕS, A.N.S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em Educação**. São Paulo: Atlas, 1987.