

Jornalismo Esportivo: o esvaziamento dos projetos Rio 2016 e legados olímpicos¹

Carlos Augusto TAVARES JUNIOR²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Este trabalho visa discutir os projetos urbanísticos, sociais e infraestruturais após a realização dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro. Por meio das propostas e compromissos assumidos com o Comitê Olímpico Internacional, se tentará verificar junto às teorias da cultura quais seriam os motivos que conduziram à situação de abandono da região do Porto Maravilha após as reformas na revitalização desse entorno a partir do âmbito sociopolítico e educacional. A partir da análise das pautas jornalísticas esportivas relacionadas ao evento, se tentará analisar a partir da cultura brasileira os motivos que aparentam um desinteresse na utilização das instalações.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo esportivo. Comunicação. Sociedade. Educação. Cultura brasileira.

Introdução

Este trabalho foi elaborado com base em entrevistas com pesquisadores e professores de jornalismo diante do cenário sobre o jornalismo esportivo no Brasil, o primeiro país da América do Sul a sediar uma edição dos Jogos Olímpicos de Verão, no Rio de Janeiro, entre os dias 3 e 29 de agosto de 2016. Algumas peculiaridades percebidas sobre o uso da tecnologia e da consolidação da internet como mídia eletrônica em 2016 foram consideradas a fim de se investigar pelo âmbito conceitual o sítio *web* do Comitê Olímpico Brasileiro (COB) desde a adequação do perfil do endereço cibernético do COB como um agente de comunicação jornalística para que haja uma posterior análise dessa mídia como fonte de informação para jornalistas. Dessa maneira se propõe um direcionamento focado na temática abordada, com base na busca conceitual pelos termos “jornalismo esportivo” e “a pauta olímpica no Brasil”.

O jornalismo do Rio 2016 implica que a cobertura das partidas, em mais de quarenta modalidades, compreenda tanto a realização das qualificações como o resultado

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 15 a 17 de junho de 2018.

² Doutorando do Curso de Ciências da Comunicação do PPGCOM-USP, e-mail: carlostavaresjr@usp.br

final. A partir do cenário da disponibilização de informação jornalística na *web* a representação de uma ou várias mídias em outra.

A temática do legado olímpico, desde o período de planejamento do evento, anterior a 2016 junto com as pautas de âmbito urbano (cidades) expressada por meio de conflitos da sociedade e dos sentimentos cultura brasileira, a busca pela contextualização da produção jornalística antes e após os jogos. Diante dessa perspectiva, a análise sobre esse tema acontecerá dentro de um contexto específico do jornalismo esportivo sintetizado pela seguinte questão: “o desenvolvimento a pauta olímpica no Brasil”?

Um dilema, em especial, se reserva ao contexto que a Olimpíada se inscreve e o que as modalidades devem contemplar: o elemento que transcende o próprio esporte que representa a ideologia olímpica prioriza fatores incomuns nas competições esportivas. O ponto de vista positivo do esporte e do atleta humano em relação à prática e à competição faz sentido apenas nesse tipo de evento. O contrário, de ter um vencedor, um perdedor, ser profissional e disputar altas colocações como sinônimo de resultados atinge relevância em competições “não olímpicas”, mas ainda assim, esportivas.

Para exemplificar, o cerne do conceito de falação esportiva, articulado pelo filósofo e semiólogo italiano Umberto Eco na década de 1980, pode ser demonstrado da seguinte forma:

Há uma coisa que – ainda que a julgasse essencial – nenhum movimento estudantil, revolta urbana, contestação global ou o que seja, poderá jamais fazer. É invadir um estádio aos domingos.

A própria proposta se apresenta como irônica e absurda, experimente fazê-la e vão rir na sua cara; faça-a a sério e vão apontá-lo como um provocador. (ECO, 1984, p. 220).

Então, a abordagem do desenvolvimento da pauta olímpica no Brasil não significa ir além do futebol, mas também pensar como que o ambiente da disputa e da rivalidade irá conviver com o respeito, amizade e excelência dos atletas – transmitir o momento esportivo além dos resultados, além das medalhas. O professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Ronaldo George Helal, considera-se que:

O problema no Brasil, que tem praticamente uma monocultura esportiva, é que quando chegam os Jogos Olímpicos, os jornalistas que se “dizem esportivos”, não sabem o que comentar, porque eles são jornalistas de futebol e então as editorias de esporte contratam ex-jogadores (ex-atletas) desses esportes (modalidades) para comentar aquilo que o jornalista, “dito esportista” não consegue comentar. Então, praticamente, eu vejo isso, uma lacuna muito grande com relação a outro esporte que não seja futebol. Futebol, talvez depois vai ter basquete, o vôlei e daí você começa a contratar profissionais daqueles esportes, para poder

comentar, para poder dar uma dimensão melhor, um entendimento, para os (tele) espectadores sobre aquele esporte. (HELAL, 2015. Entrevista realizada em 05/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ).

Helal se aproxima assim da ideia proposta por Nilson Lage (2014) sobre Linha Editorial. Neste caso, se revela a demanda pela modalidade futebol, mesmo que se trate de um evento que possui outras quarenta modalidades³ que contam com a participação de atletas brasileiros em cada especificidade compreendida.

Quando a linha editoria está introjetada (ela é uma espécie de regra tácita do jogo), o debate concentra-se em torno de detalhes da confecção. Indicam-se fontes, produzem-se orientações para a apresentação, ilustração e complementação das matérias, o que pode envolver a mobilização de vários profissionais, de sucursais, correspondentes ou agências. (LAGE, 2014, p. 31).

Para o professor e pesquisador da USP, Manoel Carlos Chaparro, a pauta olímpica no Brasil apresenta poucos indícios de independência editorial:

Bem, a pauta esportiva, tratando dos Jogos Olímpicos, como quase todas as pautas de hoje, é movimentada e estimulada pelos interessados nos jogos olímpicos: as fontes geram os conteúdos e a pauta dos jogos olímpicos, na minha opinião, ela precisa ser um pouco mais crítica, ser menos reprodutoras, embora não se deva rejeitar o discurso das fontes, porque as fontes são sujeitos do processo, são autores do conteúdo, dos fatos (do conteúdo), mas é preciso que (aquilo) o que as fontes dizem ao fazerem e o que as fontes fazem ao dizerem, seja colocado num contexto dos conflitos, dos confrontos, dos questionamentos. Então, o jornalismo tem a vocação que não pode (nunca) ser rejeitada, de produzir a discussão pública a partir dos fatos. (CHAPARRO, 2015. Entrevista realizada em 05/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ).

Esse tipo de consideração não se apresenta como ocorrência inédita no jornalismo esportivo, porque Mário Erbolato também fez uma ressalva que apontava um caminho que optasse por menos reprodução:

A independência do jornal e do repórter precisa ser mantida a todo custo, principalmente quando há excursões esportivas. Nenhum favor (hospedagem, pagamento de passagem e outros) deverá ser aceito. Há coberturas, como a das Olimpíadas, que exigem equipes de jornalistas de preferência integradas por repórteres que não dominem só a língua do país em que se realiza a competição, mas também outras línguas estrangeiras. (ERBOLATO, 1981, p. 15).

Na opinião do professor Márcio de Oliveira Guerra, da Universidade Federal de

³ Fonte: Comitê Olímpico Brasileiro. In: “Esportes”. Disponível em: <https://www.cob.org.br/pt/Esportes>. Acesso em: 25/08/2016

Juiz de Fora, a abordagem olímpica no Brasil pode estar ocorrendo, de maneira sutil, desde os meios de comunicação com bastante audiência, até a pesquisa universitária, como trabalhos acadêmicos desenvolvidos com os alunos:

Alguns bons trabalhos que estão sendo feito inicialmente, já criando um ambiente para as olimpíadas; percebo, por exemplo, a emissora oficial, que é a Rede Globo, fazendo já nos seus telejornais vários retrospectos históricos, trabalhando com atletas, familiarizando o público com algumas modalidades esportivas; eu mesmo, em Juiz de Fora, tenho um grupo de pesquisa, onde estamos fazendo um trabalho com alunos: nós montamos um site onde nós temos a oportunidade (nesse site) de oferecer ferramentas aos jornalistas e estudantes de Comunicação que estejam interessados na cobertura das olimpíadas, para conhecerem a linguagem de esportes que nós normalmente não estamos habituados a acompanhar. Então, eu acho que nesse momento, o jornalismo esportivo está fazendo, inclusive, uma pauta interessante que é de educar o público brasileiro para uma competição. (GUERRA, 2015. Entrevista realizada em 05/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ).

A temática da especialização da mídia brasileira em uma modalidade, o futebol, refletiu na expectativa dos entrevistados, de uma maneira menos trivial, pois a questão dos megaeventos por meio da espetacularidade (DEBORD, 1997) realça as características em destaque na realização de torneios de grande porte. Entretanto, a realização dos jogos olímpicos no Rio de Janeiro em 2016 pode ter como diferencial um tipo de ruptura com as expectativas tradicionais: país emergente, latino-americano e a primeira ocorrência de um espetáculo desse porte em área sul-americana.

Por conta de uma visibilidade desigual das modalidades olímpicas na mídia, o professor e pesquisador da Unesp (Campus Bauru - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação), José Carlos Marques, faz as seguintes constatações:

Eu diria que, sob alguns aspectos, [a pauta olímpica] não está sendo desenvolvida. Mas o esforço que eu tenho notado é o da emissora que detém os direitos da transmissão, a TV Globo, estar realizando várias reportagens didáticas para mostrar como são algumas modalidades esportivas, quais são as regras, quais são as características daquela(s) modalidade(s), obviamente, porque ela está preocupada em poder didatizar o seu público, tendo em vista as competições que vão acontecer, no ano que vem (2016), no Rio de Janeiro. (MARQUES, 2015. Entrevista realizada em 05/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ).

Para o professor da Escola de Educação Física e Esporte da USP, Ary Rocco Júnior, aspectos paradoxais, inerentes da Olimpíada acabam sendo incluídos na pauta olímpica no Brasil, devido à sazonalidade (ou “janela olímpica”). À medida em que o evento se aproxima, maiores serão as chances da cobertura esportiva abordar a pauta olímpica no Brasil:

[...] a pauta do esporte, paradoxalmente, ela está muito mais voltada para a infraestrutura e discussão de legado... E a gente tem deixado de lado um pouco a (pauta de) preparação das equipes esportivas, a preparação das diversas equipes do Brasil para a competição. Então, diria que nesse momento, a pauta esportiva está num segundo plano e o primeiro plano está a questão do legado e as questões políticas e sociais. Imagino que, com a aproximação dos Jogos Olímpicos e com as obras, os ginásios e as instalações começando a ficar de pé, essa pauta deva se deslocar um pouco mais da questão do legado para a questão da preparação das equipes brasileiras, das diferentes modalidades para a disputa dos jogos. (ROCCO Jr, 2015. Entrevista realizada em 05/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ).

Diante das possibilidades da cobertura dos Jogos Olímpicos, os aspectos organizacionais do evento como a construção de infraestruturas, com afinidade com as pautas recaem sobre as questões de “planejamento e legado”, conforme a uma desproporcionalidade sobre o que se padroniza dentro do Brasil e fica disponibilizado para as pessoas envolvidas em segundo plano às olimpíadas. A partir das possibilidades proporcionadas pelas reformas infraestruturais, a cidade passa contar com atrativos turísticos diferenciados para recepção de turistas estrangeiros durante e após os Jogos – tendo concomitantemente a atualização de infraestruturas enquanto o brasileiro comum não incide essa demanda.

Dessa maneira, aquilo que fica alheio ao contexto pode ser visto pelos complexos comportamentais (DE MASI, 2015, p. 222) e no tom jocoso (DA MATTA, 1986) da percepção do brasileiro, de que “vai dar errado”. O professor da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, João Jair Sartorelo explica que:

A mídia, como eu disse [antes], ela é levada por emoções: tem pessoas que se empolgam, tem pessoas que não se manifestam e eu acho que está tudo errado, mas se vai dar errado e não deixar legado nenhum... Acontece que todo evento esportivo sempre deixa um legado: seja bom ou ruim, mas deixa um legado. Hoje há um trabalho da grande imprensa para os jogos olímpicos de 2016: há uma preocupação muito grande com a segurança, com as condições dos locais dos jogos e com a qualidade dos serviços prestados [...] na Academia⁴ [UFMS], em termos de gestão e execução, tudo que não é planejado acaba em fracasso. Isso implica que a preparação deve ser feita com muito tempo de antecedência, anterior ao evento, não em cima ou próximo dele, para que não tenhamos decepções no momento da competição. (SARTORELO, 2015 Entrevista realizada em 05/11/2015 nas dependências do estádio “Pedro Pedrossian”, do campus Campo Grande da UFMS).

⁴ Pelo regionalismo sul-mato-grossense, existe uma diferença a ser considerada, referente às palavras “academia” e “acadêmico”, que também se referem como “universitário”, em oposição a “instituição”.

Quando a questão de legados diante da cobertura do jornalismo esportivo das Olimpíadas do Rio de Janeiro 2016 também se torna parte do debate entre pesquisadores de comunicação social, como revela o professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Anderson Gurgel Campos:

Então, há um desafio muito grande, quando falamos sobre como pensar o jornalismo esportivo – amplo, total – que possa mostrar o esporte de uma maneira mais abrangente, passa por promover a cultura olímpica de outro modo, e não focado somente em uma visão de resultado, porque o Brasil, por muito tempo, foi o país do futebol e então haviam resultados e, conseqüentemente, só interessam os esportes em que o Brasil aparece bem e aí não se promove uma cultura na qual, às vezes, você tem que começar um processo. Então, se não há uma tradição em determinado esporte, é preciso um tempo, é necessário participar, ter contato com o(s) atleta(s) melhores que você – e para um país que valoriza excessivamente a vitória, isso é muito difícil. Então, tem uma série de questões do conceito de olimpíada, que precisam ser melhor trabalhadas para que o jornalismo esportivo brasileiro faça realmente um jornalismo olímpico de qualidade. (CAMPOS, 2015. Entrevista realizada em 06/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ)

O radialista e jornalista sul-mato-grossense Arthur Mário Medeiros Ramalho aborda a transmissão dos Jogos Olímpicos, tanto pelo viés local, de Campo Grande no estado do Mato Grosso do Sul, bem como o modelo de credenciamento, que proporciona um jornalismo desigual quando os “não credenciados” ficam impedidos de desenvolver atividades de reportagem em um ambiente cosmopolita:

Por exemplo, nos anos (19)90, nós, do jornalismo do interior, nós do rádio esportivo, enfim, tínhamos uma facilidade muito maior na cobertura dos eventos internacionais. Eu cobri, nos anos (19)90, duas copas do mundo, em parceria com a emissora local, de Campo Grande com a equipe do Sistema Globo de Rádio, a equipe do Osmar Santos, cuja cobertura tinha produtos: boletins, jornada esportiva, mas de lá, também, do evento, utilizando o canal da própria (rádio) Globo ou via LP (linha privada) – telefone, não era telefone celular ainda, havia a possibilidade de cobertura, no mínimo, dois ou três jornalistas de rádio aqui de Campo Grande (MS): eu, Rui Pimentel, Pereira Guedes, Pierre Adri – fazíamos cobertura de eventos internacionais – Copa do Mundo, Jogos Olímpicos, enfim, Copa América de futebol. Houve uma transformação e uma dificuldade imensa: está muito mais difícil hoje para o rádio do interior do país (Brasil) em função dos direitos, dos custos e das dificuldades: a cobertura dos Jogos Olímpicos, por exemplo, eu cobri as Olimpíadas de Londres não credenciado oficialmente porque eu perdi o prazo. Para essas Olimpíadas aqui no Brasil, o meu credenciamento foi negado! Então, nós vamos, para a cobertura, buscar uma parceria com uma grande emissora, com uma rede nacional e tentar uma cobertura paralela, não credenciada, por exemplo, para focar os nossos atletas de Mato Grosso do Sul em diversas modalidades esportivas [...] Agora, cada vez mais, com esse país continental, com o tamanho que é o Brasil, que as coisas, “esportivamente” estejam acontecendo somente a nível de São Paulo e

Rio (de Janeiro). Esse é um grave problema do nosso país: quem manda é São Paulo e Rio (de Janeiro)... O interior do país nem sempre, com algumas exceções, do (estados das regiões) nordeste, do sul, enfim... Não só nessa pauta esportiva, mas de um modo geral. Nós somos reféns das grandes redes e da centralização das comunicações de São Paulo e Rio (de Janeiro)... Então, ficamos um tanto preocupados: gostaríamos de estar lá, credenciados oficialmente; vamos ter que fazer uma “cobertura pirata”, como o meu mestre e guru Josino Theodoro (da Silva) dizia – quando não estamos credenciados, vamos, na base da pirataria, tentar suprir as informações para os nossos ouvintes. (RAMALHO, 2015. Entrevista realizada em 25/11/2015 nas dependências da Rádio Cultura AM Campo Grande - MS).

A perspectiva de geração de conteúdos informativos, ou melhor, da produção do material midiático, negociado sob contratos de “direitos de transmissão”, a partir do detentor, nesse caso, o Comitê Olímpico Internacional juntamente com o organizador Comitê Olímpico Brasileiro e a dinâmica dos compartilhamentos em conflito com padrões da economia de consumo. O professor do Programa de Telecomunicações Interativas da Universidade de Nova York, Clay Shirky (2011), empreendeu estudos temas correlatos a esses contextos de compartilhamento de mídia e economia. Em certo tom de otimismo – a partir da noção da generosidade presente como característica da humanidade – algumas percepções de dificuldade passaram a ladear de, forma mais intensa a vivência da mídia como difusor de informação e a economia da bolsa de valores durante uma recessão em rumo a uma espécie de processo, inesperado ao “capitalismo selvagem”:

Não levamos em consideração o ambiente em que os que tinham vinte e poucos anos viviam. A quebra do mercado de 1987 foi seguida por um desempenho instável da economia dos Estados Unidos, que no começo dos anos [19]90, mergulhou numa recessão geral. Numa recessão, aceitar emprego ruim e economizar saindo com amigos e bebendo cerveja barata são respostas perfeitamente razoáveis. Talvez aquela geração quisesse ser ambiciosa mesmo nas profundezas da recessão. (SHIRKY, 2011, p. 111).

A jornalista sul-mato-grossense Eva Regina Freitas, da Rádio e TV Educativa de Campo Grande (MS), considera que os acontecimentos do esporte olímpico também podem ajudar no contexto da promoção de aspectos locais: o atleta, a cidade e a prática da modalidade em outras regiões, como por exemplo, a cobertura de categorias de base:

Quem faz o jornalismo esportivo, já começa a falar em olimpíada muito antes: a próxima (2016) vai ser no Brasil, e já começamos a pensar em como vai ser... Eu gosto muito das categorias de base: gosto muito de saber como os nossos atletas estão. Aqui em Mato Grosso do Sul temos

um judô forte, uma das coisas que eu gosto de dizer, porque tudo começou na base, um trabalho que começou há muitos anos. Então, isso é bacana de você acompanhar como está a nossa base não só no judô, em várias modalidades, de saber como está. Então eu acho que você começa um bom trabalho por aí, ainda mais com uma Olimpíada vindo para o Brasil. Daí, tentamos buscar não só o lado do atleta, mas “como é que está a expectativa?”, “quem vai assistir?”, “como é que fica?”. Isso incentiva muito o esporte e percebemos que toda vez quando, principalmente, o Brasil consegue bons resultados. Então você vai lá (entre) as crianças, adolescentes e (isso) incentiva bastante a prática esportiva e sabemos que, não só o(s) atleta(s) de alto rendimento, mas também tem o esporte como lazer e sabemos os benefícios que isso traz para a saúde. Então, é muito importante esse incentivo ao esporte. Começamos a trabalhar a Olimpíada assim, eu acho, vendo como ela movimenta todo o país: é no Rio (de Janeiro), mas vai respingar uma coisa para cá, por exemplo, alguém vem para o Rio (de Janeiro), mas vai querer conhecer Bonito, vai querer conhecer o pantanal (sul-matogrossense)... Então alguma coisa vai movimentar também e são inúmeros os benefícios: é o incentivo ao esporte, a economia do país. Percebendo esses benefícios, fico muito feliz, orgulhosa de ver crianças, de ver bons resultados nas categorias de base. Sou apaixonada pelas categorias de base, porque é o futuro do nosso esporte que está em jogo. (FREITAS, 2015. Entrevista realizada em 05/11/2015 nas dependências da Rádio e TV Educativa de Campo Grande - MS).

Um embate entre a criação de oportunidades não mereceria uma redução das discussões sobre melhoramentos urbanísticos, prática de esportes e profissionalização de atletas por conta do caráter e da dinâmica dos megaeventos (DEBORD, 1997). Nesse caso, disponibilização de infraestruturas nas cidades independentes da agenda política: de um lado, o marketing esportivo custeia os jogos olímpicos e de outro, a entrega de um ginásio e terminais de ônibus associadas ao planejamento e também, uma pré-condição à realização dos jogos – o calendário ou senão O professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Anderson Gurgel Campos menciona aspectos dos desafios da cobertura no Brasil, porque a pauta olímpica no Brasil pode ser:

Bastante claudicante, vamos dizer assim, usando uma palavra apropriada... Vem sendo desenvolvida de uma maneira que eu acho que mostra a nossa dificuldade, enquanto um país que vai ser sede de uma olimpíada, mas que não é potência olímpica. Então, temos uma cultura futebolística e a causa da olimpíada não se mostra de igual força. Assim, tem esse problema que, agora que o evento se aproxima, vai aparecer mais, só que enquanto tinha uma Copa do Mundo (em 2014) no cenário, a olimpíada praticamente não existia. Mas, efetivamente, em primeiro lugar, há uma contaminação do futebol: o filtro do futebol para olhar para outras coisas, para comparação, para tentar entender os esportes... o brasileiro tem uma tendência natural para o futebol e, praticamente, todos os outros esportes (modalidades) são todos olhados a partir desta janela, daí alguns são mais estranhos, mais exóticos, outros são mais

familiarizáveis, ou próximos por causa disso. Então, há um desafio muito grande, quando falamos sobre como pensar o jornalismo esportivo – amplo, total – que possa mostrar o esporte de uma maneira mais abrangente, passa por promover a cultura olímpica de outro modo, e não focado somente em uma visão de resultado, porque o Brasil, por muito tempo, foi o país do futebol e então haviam resultados e, conseqüentemente, só interessam os esportes em que o Brasil aparece bem e aí não se promove uma cultura na qual, às vezes, você tem que começar um processo. Então, se não há uma tradição em determinado esporte, é preciso um tempo, é necessário participar, ter contato com o(s) atleta(s) melhores que você – e para um país que valoriza excessivamente a vitória, isso é muito difícil. Então, tem uma série de questões do conceito de olimpíada, que precisam ser melhor trabalhadas para que o jornalismo esportivo brasileiro faça realmente um jornalismo olímpico de qualidade. (CAMPOS, 2015. Entrevista realizada em 06/09/2015 nas dependências da ECO – UFRJ).

Para o professor Felipe Tavares Paes Lopes, da Universidade de Sorocaba, o desenvolvimento da pauta olímpica no Brasil:

Olha... (a pauta olímpica) não é meu objeto de estudo, mas assim, como um leitor que gosta de ler (as seções de) esportes, me parece que a mídia, de uma forma geral, vem retratando as olimpíadas como retrata os outros campos sociais, como a política... ou seja, ela retrata de forma espetacularizada sem trazer reflexões mais aprofundadas acerca, por exemplo, do próprio papel e significado das olimpíadas. Isso, me parece, que não é colocado em pauta, que não é discutido nos meios de comunicação, pelo menos na chamada grande imprensa. Então, basicamente, me parece que é isso. (LOPES, 2015. Entrevista realizada em 26/10/2015 nas dependências da Universidade de Sorocaba).

Dessa forma, a produção de matérias jornalísticas relacionadas ao uso de novas instalações promove uma visibilidade sobre o tema no cerne das discussões da cultura brasileira. O professor da Universidade Paulista (Unip), diretor do Centro de Práticas Esportivas da Universidade de São Paulo (Cepeusp) e pesquisador, Pascoal Luiz Tambucci, considera diversos fatores:

Eu vou tentar dar uma ideia daquilo que eu vejo, como se percebe ao se comparar o Brasil com outros países que tiveram oportunidade de sediar uma etapa dos jogos olímpicos, considerado como um dos eventos mais importantes do mundo, pela mobilização que se dá em relação aos cinco continentes, aos diferentes países, ao que propicia em relação à economia, à cultura de um país, porque a oportunidade de sediar faz com que o país se mostre e ao mesmo tempo, permite também que outras culturas venham ao Brasil, para partilhar características daqueles que vieram para apreciar a cultura brasileira, vieram assistir ao vivo a edição dos jogos olímpicos. Então, existem muitas contribuições que uma edição de jogos olímpicos traz para um determinado país. Muitas vezes, como já disse o renomado [Miquel de] Moragas [Spà], um professor [catalão] consagrado pela Europa e que também é jornalista,

que “os jogos olímpicos, para muitos países, é a única oportunidade de se mostrar para o mundo”, em função da grande abrangência, da cobertura que se dá. Então, muitos países, por meio de suas cidades, se candidatam porque é uma oportunidade de mostrar a sua cultura, seu povo, suas características e muitas outras questões. Para fazer uma análise daquilo que o Brasil está fazendo, é preciso considerar, o que foi feito por outros países: alguns fizeram trabalhos que são marcantes, de forma positiva e, claro, sempre tem coisas negativas – e o Brasil também vai passar por isso. Então, algumas coisas são extremamente positivas e outras são negativas, mas isso faz parte do dia a dia de qualquer tipo de empreendimento, de qualquer tipo de evento, de qualquer tipo de situação do dia a dia e no Brasil sempre haverá essa questão. Eu sempre me lembro de um grande exemplo, que foi a edição dos Jogos de Barcelona [em 1992], que é considerada uma das mais importantes e uma das mais marcantes das edições da era moderna, desde 1896, porque a mobilização feita na Espanha, principalmente em Barcelona, foi tão grande que na realidade, o povo queria a edição dos jogos olímpicos – e isso não se vê aqui no Brasil. Deve-se respeitar, por exemplo, o tamanho do Brasil em relação à Espanha, a tradição do Brasil, com relação a eventos de grande repercussão: hoje, um dos eventos mais importantes talvez seja a Formula 1, que dá uma visibilidade muito grande para o país, mas o nosso Brasil ainda não tem uma tradição de fazer grandes eventos internacionais, como os países da Europa – fazer uma comparação não é fácil, mas vale a pena dizer que “o povo de Barcelona queria a realização dos jogos” e aqui, essa percepção pela mídia, pelos comunicadores, a partir daqueles que trabalham no sentido de promover os jogos no Brasil, ainda não está tão marcada neste momento do final do mês de março [de 2016] até se concretizar na realização marcada para [o mês de agosto]. Então, se percebe que em outros lugares, de acordo com a proximidade do evento, a sociedade já estava mobilizada, no sentido de aproveitar e falar sobre o evento, de ficar na expectativa da realização desse evento, de discutir da mesma maneira que se fala nos bares sobre uma partida de futebol; a ideia era que isso também estivesse acontecendo em relação às diferentes modalidades representada por atletas brasileiros – e nós temos muitos campeões, temos muitos valores, muita gente importante. Essa questão da receptividade do evento em si, ainda está a desejar, mas entendemos que com o tempo, isso irá se consolidar em função da própria característica do Brasil, pelas dimensões que ele tem. Então os jogos estão sendo noticiados, mas com muito pouca informação sobre infraestrutura, aspectos culturais do Brasil, que já poderiam ser trabalhados para vender uma imagem que, talvez, mostre mais os valores da cultura brasileira, a exemplo de outros países, isso permitiria que pessoas que tivessem expectativas de vir ao Brasil para assistir aos jogos, as informações sobre as cidades brasileiras com características marcantes, talvez isso incentivasse mais ainda a divulgação de forma internacional, mais abrangente pelos continentes, em outros países e, evidentemente, notícias mais positivas. (TAMBUCCI, 2016. Entrevista realizada em 30/03/2016 nas dependências do Centro de Práticas Esportivas da Universidade de São Paulo).

O tema em si se reveste de complexidade por conta da frequência da transmissão de eventos esportivos: enquanto os torneios e competições apresentam uma frequência

cíclica previsível, entre os semestres, cuja alternância se adéqua ao cronograma dos esportes apresentados na mídia. Na contramão, a intermitência das olimpíadas a cada quatro anos e no ciclo itinerante internacional releva o porquê dessa cobertura se distanciar da comunicação mais presente no cotidiano. O evento bissexto também proporciona refletir, por meio das reportagens das diversas modalidades alguns questionamentos sobre os esportes: enquanto a badalada carreira de futebolista define quem poderá se tornar atleta profissional, por conta das “peneiras” realizadas nas escolinhas de base, entre os 10 e 12 anos de idade, outras possibilidades criadas não têm a mesma dimensão, como o trânsito de atletas entre as modalidades. Com o foco apenas no futebol, surgem alternativas ortodoxas quando há a eliminação de um potencial jogador: na impossibilidade de atuar no gramado, a opção irá variar em outras áreas como advocacia, empresariado, medicina, etc.

O professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Anderson Gurgel (2009) explica a cobertura jornalística:

Além da inegável importância de se dialogar criticamente com o marketing esportivo em ascensão dentro do esporte brasileiro, a releitura do escopo da cobertura esportiva precisa atentar-se para urgência no entendimento de novos conceitos como economia e legado do esporte. (GURGEL, 2009, p. 207).

A partir da perspectiva de esporte e comunicação, a jornalista sul-mato-grossense Eva Regina Freitas levanta aspectos particulares da cobertura esportiva:

Eu acho que quando se fala em esporte, para mim, é algo que vem desde pequena: sempre gostei do esporte, sempre vivi o esporte, tanto que, na escola eu gostava de participar de campeonatos, sempre joguei vôlei, handebol e na minha época, tinha queimada e até campeonato de queimada na escola... Isso era muito bacana... Eu tenho três irmãos mais velhos e sempre assistia todos os jogos com eles, futebol, vôlei. Então, eu acho que é uma coisa que veio de família e quando optei pelo jornalismo, eu não tive dúvida: eu queria o jornalismo esportivo e, apesar de ser complicado, por ser mulher, quando eu comecei existia isso [estigma]: a pessoa já olhar de uma forma diferente, porque você quer fazer o esporte: “e essa menina no meio de todo mundo, será que entende mesmo?”, então certo receio, mas pelo fato de ser mulher, precisa provar o valor profissional. Mas sempre digo uma coisa: no jornalismo esportivo, a mulher não pode errar. Se o homem errar, tranquilo... Agora, quando a mulher errou, no outro dia vai ser o comentário geral. Então, eu acho que isso já pesa mais, é uma responsabilidade a mais, mas isso eu vejo como uma coisa boa: porque preciso me esforçar mais. (FREITAS, 2015. Entrevista realizada em 05/11/2015 nas dependências da Rádio e TV Educativa de Campo Grande - MS).

Os aprendizados que partem dos esportes e se estendem ao profissionalismo podem ser constatados pelas experiências subjetivas e coletivas: ao mesmo tempo em que os noticiários promovem debates e fornecem visibilidade a temáticas variadas. O radialista e jornalista Arthur Mário Medeiros Ramalho, explica como o período de formação profissional e vivência próxima ao esporte integraram sua bagagem profissional do jornalismo esportivo:

Para mim, a grande escola do jornalismo esportivo, para aqueles que não tiveram oportunidade, como eu, de cursar uma faculdade de Comunicação Social é ouvir... Ouvir os bons, as grandes emissoras de rádio, enfim. Então, a questão do improviso, eu lidei com uma facilidade tamanha por conta da minha paciência e do prazer que eu sempre tive de ouvir rádio. Sempre, desde a minha infância, o rádio foi uma tecnologia muito presente, nasci em uma fazenda aqui no interior do estado (MS) e o rádio sempre foi muito presente e, depois, na adolescência, na juventude. Então, o improviso à beira de campo, convivendo com grandes personalidades, eu tive verdadeiras aulas, com grandes profissionais do rádio esportivo de todo o Brasil, em que o improviso deles ia facilitando além daquela minha cultura auditiva, de ter sempre diante do fato, das jogadas, dos acontecimentos, a possibilidade de elaborar questionamentos e perguntas minimamente inteligentes e de interesse (público), até porque eu também joguei futebol, quando era jovem, futebol amador, futebol varzeano... Então, a linguagem da bola, eu já tinha, por conta de toda essa vivência, então improvisar nessa área, foi muito prazeroso e não tive muitas dificuldades. (RAMALHO, 2015. Entrevista realizada em 25/11/2015 nas dependências da Rádio Cultura AM, Campo Grande - MS).

Considerações finais

A constatação sobre os Jogos Olímpicos do Rio 2016 se apresentar como um desafio na cobertura e noticiários referentes a modalidades olímpicas praticadas durante o evento envolve a abordagem de discussões pouco recorrentes, como as políticas públicas que transcendem a pauta esportiva e, repentinamente, suscita os questionamentos de enfoque variado: de instalações pouco utilizadas devido a um foco concentrado na monocultura futebolística, que não apenas volta um olhar quase que exclusivo nesse setor, que conseqüentemente, acaba por atrair o interesse de patrocinadores em certo tipo de setor.

Desta maneira, enquanto o marketing esportivo irá buscar espaços, as modalidades de pouca visibilidade deixam de ser oportunidades esportivas, como por exemplo, a falta de patrocínio que repercute como desinteresse. De certo modo, gera-se uma retroalimentação do circuito que envolve a baixa procura, ausência de custeadores e o

consequente desuso de instalações esportivas recém-inauguradas. Como via de mão dupla, o enfoque no marketing esportivo com privilégio a uma modalidade também ressoa como pressuposto para que os interesses e usos aparentem estar pulverizados.

A ocorrência de modalidades pouco conhecidas como atletismo, badminton, rugby e handebol também influenciam as discussões sobre o legado olímpico em uma única direção: “somos o país do futebol e outras modalidades não são tão emocionantes quanto esta”. O que incorre nesse tipo de indagação advém das entrevistas realizadas com jornalistas e pesquisadores do tema: o desenvolvimento da pauta olímpica no Brasil e as percepções sobre o interesse de múltiplos setores da sociedade na cultura brasileira.

Referências bibliográficas

AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. 3ª edição. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/UFC, 1982.

BUENO, Wilson da Costa. *Chutando prá fora*: os equívocos do jornalismo esportivo brasileiro. In: MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina (orgs.). **Comunicação e esporte**: tendências. Santa Maria: Pallotti/Intercom, 2005.

DA MATTA, Roberto. **O que faz do Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

_____. *Antropologia do óbvio*: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. In: **Revista USP**. Dossiê futebol, nº 22. São Paulo: USP, junho-agosto de 1994.

_____. *et al.* **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982.

DA TÁVOLA, Artur. **Comunicação é mito**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado**: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.

_____. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição do jornal diário. Petrópolis: Vozes, 1984.

FONSECA, Ouhides João Augusto da. **O cartola e o jornalista**: a influência da política clubística no jornalismo esportivo de São Paulo. São Paulo, 1981. Dissertação de mestrado – ECA/USP.

HOHENBERG, John. **O jornalista profissional**: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.

LEVER, Janet. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

MARQUES, José Carlos (org.). **Comunicação e esporte**: diálogos possíveis. Coleção Intercom NP's, volume 7. São Paulo: Artcolor, 2007.

RODRIGUES FILHO, Mário L. **O negro no futebol brasileiro**. 4^a. ed. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2004.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

Referências eletrônicas (webgrafia)

COMITÊ Olímpico do Brasil. **Website**. Disponível em < <http://www.cob.org.br>>.

_____. **Diretrizes do COI para a Mídia Social e Digital para pessoas credenciadas para os XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016**. Disponível em <<http://cob.org.br/Handlers/RecuperaDocumento.ashx?codigo=4539>>. Acesso em 27/7/2016.

EQUIPE de bibliotecários da Biblioteca da Escola de Administração (UFRGS). **Como citar no texto acadêmico as entrevistas oriundas de pesquisas qualitativas?** Porto Alegre: UFRGS, 2017. Disponível em <<https://www.ufrgs.br/escoladeadministracao/wp-content/uploads/2017/07/como-citar-entrevistas.pdf>>. Acesso em 29/10/2017.

Documentos sonoros (Entrevistas)

CAMPOS, Anderson Gurgel. **Entrevista:** Prof. Dr. Anderson Gurgel Campos [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (4,5 min).

CHAPARRO, Manuel Carlos da Conceição. **Entrevista:** Prof. Dr. Manuel Carlos da Conceição Chaparro [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (5,4 min).

FREITAS, Eva Regina. **Entrevista:** Jornalista Eva Regina Freitas [nov. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: Palácio das Comunicações, 2015. 1 arquivo .WAV (10 min.).

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Entrevista:** Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015.

HELAL, Ronaldo George. **Entrevista:** Prof. Dr. Ronaldo George Helal [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (2 min.).

MARQUES, José Carlos. **Entrevista:** Prof. Dr. José Carlos Marques [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (1,5 min.).

RAMALHO, Arthur Mário Medeiros. **Entrevista:** Jornalista e radialista Arthur Mário Medeiros Ramalho [nov. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: Rádio Cultura AM 680, 2015. 1 arquivo .WAV (17,2 min.).

ROCCO JR, Ary. **Entrevista:** Prof. Dr. Ary Rocco Junior [set. 2015].
Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ., 2015.
1 arquivo .WAV (2,5 min.).

SARTORELO, João Jair. **Entrevista:** Prof. João Jair Sartorelo [nov. 2015].
Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: UFMS, 2015. 1 arquivo
.WAV (6,1 min.).

TAMBUCCI, Pacoal Luiz. **Entrevista:** Prof. Dr. Pascoal Luiz Tambucci [mar. 2016].
Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. São Paulo: EEFÉ/CEPE/USP, 2016. 1
arquivo .WAV (14,4 min.).