

A Pauta Esportiva do Jornalismo: interfaces nos jogos do Rio 2016¹

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

Resumo

O potencial das interfaces nos processos comunicativos tem evidenciando a produção midiática com informações em recursos interativos, convergentes em meio ao desenvolvimento das transmissões esportivas, do entretenimento permeado pelo jornalismo, das tipicidades do Brasil e a identificação local do Rio de Janeiro, com cidade-sede dos Jogos Olímpicos de 2016. As pautas passam a aglutinar especialidades de diferentes editorias, além do tratamento multieditorial, como por exemplo, turismo e política na seção esportiva. Este trabalho visa elaborar uma análise que se parte da mensagem jornalística olímpica diante dos processos comunicacionais da contemporaneidade.

Palavras-chave: Comunicação e Esporte; Pauta jornalística; Jornalismo esportivo; interfaces.

Introdução

Neste texto, se propõe discutir a pauta do jornalismo e as interfaces do esporte nesse processo comunicacional, a partir de um olhar externo a essa prática profissional. Enquanto as pesquisas audiovisuais sobre transmissão e estudo dos meios se desenvolvem, um viés diferenciado se faz necessário para pontuar essa proposta: as diferentes especialidades em diversas leituras da produção em Comunicação Social, dividida entre as áreas de Jornalismo, Audiovisual, Publicidade, Propaganda e Relações Públicas.

Um primeiro fator trata de um eixo teórico, fragmentado naquelas seções: ao utilizar termos técnicos próximos, do mesmo tema e, possivelmente, na mesma equipe de transmissão, a diferença de abordagem do termo *pauta* exige uma separação e uma definição em comum, de modo que esse tema não signifique, na prática, algo como “roterizar”. A recorrência em deontologia, a prática da produção jornalística, se faz necessária para uma experiência de âmbito transdisciplinar, ainda que algumas das teorias

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Radialismo e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Doutorando do Curso de Ciências da Comunicação (linha de pesquisa: “Informação e Mediações nas Práticas Sociais”), na ECA-USP. Email: carlostavaresjr@usp.br.

do jornalismo (MARQUES, 2012, p. 219) possam soar ecoadas e recicladas a estes profissionais.

Assim, uma definição de *pauta*, escrita ou explicada pelos próprios especialistas, pode exprimir *a priori*, a busca por uma explicação técnica e teórica sobre os assuntos reunidos e escritos em uma reportagem jornalística, definido previamente ou à medida que fatos, repercussão e desdobramento tangenciam (cobrem) um assunto. Nesse contexto, o termo *pauta* assume uma conotação técnica que sumariza uma compilação temática de assuntos definidos. Para Edvaldo Pereira Lima:

A criação de pauta não é ficção – inventar uma metarrealidade, contar histórias literárias sobre a vida, mas é, sem dúvida, a descoberta de ângulos, a busca de problemas imanentes ou subjacentes dessa mesma realidade. E nesse sentido os pauteiros e editores que se reúnem para programar seu dia de amanhã e o de hoje precisam de preparo técnico (conjunto de repertório cultural, aprendizado jornalístico e maturidade para assumir mudanças das rotinas) para desenvolver essas pautas, sugerir reportagens, relacionar temas, prever edições especiais. Porém raras vezes nos defrontamos com reportagens que articulem e aprofundem um determinado problema social o que reflete uma deficiência do jornalismo brasileiro. (LIMA, 1995, p. 60).

Assim, uma correlação imediata entre produção e difusão de conteúdo comunicativo, em que uma editoria que cria conteúdos para uma assimilação facilitada, possibilita a obtenção de um resultado que dinamiza o entendimento da notícia. Neste caminho, se verificou que há a necessidade da compreensão de processos que envolvem um evento.

[...] editoria de esporte é o local da redação leve, suave, fácil, viva, em que cabem o humor, o pitoresco, o fato engraçado, as expressões consagradas pelo espírito popular e os modismos empregados em doses racionais. (AMARAL, 1982, p. 89).

A especialidade encontrada na “editoria esportiva” (ERBOLATO, 1981) acrescida da peculiaridade regional, local e global, além do âmbito geográfico do Brasil (DA MATTA, 1986), faz com que essa cobertura tenha um tratamento que a diferencia de outras produções jornalísticas, de modo que a articulação da notícia passa a discorrer sobre assuntos multifacetados, que podem envolver outras áreas e que, dessa forma, uma destinação em apresentar a prática desportiva da maneira mais simplificada, ficar no encaixe do fácil entendimento (ou assimilação).

Eventos, espetáculos e a olimpíada de 2016

A realização de torneios mundiais no Brasil também proporcionou uma oportunidade de aproximação da pauta esportiva e olímpica de temas que não teriam a mesma consideração se o local do evento não fosse aqui, como: “gastos com os jogos e construção infraestrutural”, normalmente associada a uma editoria internacional, teve uma oportunidade de se expandir por um motivo que sem ser aqui, não teria o mesmo impacto.

Desse modo, as editorias que passam a tratar as matérias da cobertura esportiva também fornecem indícios para o pressuposto de uma comunicação, que passa a envolver assuntos mais complexos do cotidiano do brasileiro, como se qualquer problema se resolvesse (DA MATTA, 1986) pela abordagem esportiva. A identidade não apenas aproxima, mexe com as tipicidades locais e regionais, como a figura do carioca descrita por Roberto Da Matta:

Sei, então, que sou brasileiro e não norte-americano, porque gosto de comer feijoada e não hambúrguer; porque sou menos receptivo a coisas de outros países, sobretudo costumes e ideias; porque tenho um agudo sentido de ridículo para roupas, gestos e relações sociais; porque vivo no Rio de Janeiro e não em Nova York; porque falo português e não inglês; porque, ouvindo música popular, sei distinguir imediatamente um frevo de um samba; porque futebol para mim é um jogo que se pratica com os pés e não com as mãos; porque vou à praia para ver e conversar com os amigos, ver as mulheres e tomar sol, jamais para praticar um esporte. (DA MATTA, 1986, p. 14).

Nessa empreitada, a apresentação das notícias desportivas dos jogos olímpicos Rio 2016 pode oferecer uma boa possibilidade de ampliação e envolver modalidades diferentes, cujas práticas são desconhecidas (sem recorrência) em um cenário envolvido pelas seguintes modalidades preponderantes: futebol, basquete, vôlei e natação; estação de campeonatos e períodos intertorneios; valores esportivos (como a moral e a ética das modalidades) e a história dos atletas que passam a protagonizar sagas de luta e superação, a partir da conquista de uma medalha. Um caldeirão efervescente contendo assuntos de planejamento de infraestrutura, que podem envolver especialidades distintas do jornalismo, como as editorias política, econômica, incluindo comportamento (lazer, turismo e moda).

Para exemplificar o rol dos argumentos listados, em um primeiro momento, foi realizado um estudo de caso, entre abril e maio de 2015, no *sítio web* do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), disponível em <http://www.cob.org.br>, por meio da seção “notícias”, das quais se sublinham as seguintes matérias:

- Elegância e brasilidade marcam uniformes de desfile no Pan de Toronto 2015 (interface com Moda)³;
- Governador Pezão firma termo de compromisso de cessão de terreno ao COB (Política)⁴;
- Comitê Olímpico do Brasil realizará reunião com rede hoteleira de Fortaleza (Turismo)⁵.

A seleção dessas reportagens tentou compreender em um primeiro momento, como a pauta olímpica se desenvolvia, a partir do organizador dos Jogos do Rio de Janeiro de 2016, o Comitê Olímpico Brasileiro e, por estar em tal posição, fica obrigada a divulgar a prática desportiva (RUBIO, 2015) sem enfatizar a tônica dos “vencidos e derrotados”, quando o(s) atleta(s) brasileiro(s) depende dessa comissão para participar de torneios classificatórios para as olimpíadas. Como exemplo de diversificação, decidiu-se incluir também a seguinte matéria, que ganhou espaço na divulgação de resultados de alto rendimento durante os jogos pan-americanos de Toronto:

- Esgrimista brasileiro recebe prêmio internacional por *fair play*: Guilherme Murray alertou árbitro sobre erro em pontuação a seu favor⁶

Desta forma, se tentou fazer uma aproximação teórico-metodológica em torno das outras interfaces com o esporte olímpico, como turismo, moda, política, valores ético-morais; para posteriormente verificar a maneira com que a editoria esportiva atua em conjunto com outras. Como exemplo, uma pauta recorrente no jornalismo esportivo brasileiro, que efetua a interface com a seção policial, sobre torcidas de equipes de futebol que cometem atos de violência.

Então, a escolha do Rio de Janeiro como cidade-sede para as olimpíadas de 2016 teve peculiaridades estudadas por José Carlos Marques (GURGEL *et al*, 2012), restrita ao âmbito da produção, em que se analisa um arquétipo oposto ao desenvolvido por Marshall McLuhan (1964), quando se parte “da mensagem até os meios”.

³ Disponível em: <http://www.cob.org.br/pt/Noticia/elegancia-brasilidade-marcam-uniformes-desfile-de-toronto-2015>. Acesso em 15/05/2015.

⁴ Disponível em: <http://www.cob.org.br/pt/Noticia/governador-peza-firma-termo-de-compromisso-de-cessao-de-terreno-ao-cob>. Acesso em 31/04/2015.

⁵ Disponível em: <http://www.cob.org.br/pt/Noticia/comite-olimpico-do-brasil-realizara-reuniao-com-rede-hoteleira-de-fortaleza>. Acesso em 31/04/2015.

⁶ Disponível em: <http://www.cob.org.br/pt/Noticia/esgrimista-brasileiro-recebe-premio-internacional-por-fair-play>. Acesso em 31/04/2015.

Rio, cidade turística e o “legado” das olimpíadas de 2016

A possibilidade de sediar as olimpíadas, também trouxe para a esfera do jornalismo esportivo, uma interface com o turismo em uma dinâmica diferente: do planejamento urbano, incluindo projetos de intervenção visual e infraestrutural, tratamento publicitário com ênfase em apresentações corporativas. O canal de vídeos do COB no Youtube () deixa pistas sobre a alegação, como as compilações audiovisuais (*playlists*) separadas por tópico, como meio ambiente, transportes, infraestrutura e instalações olímpicas (figura 01).

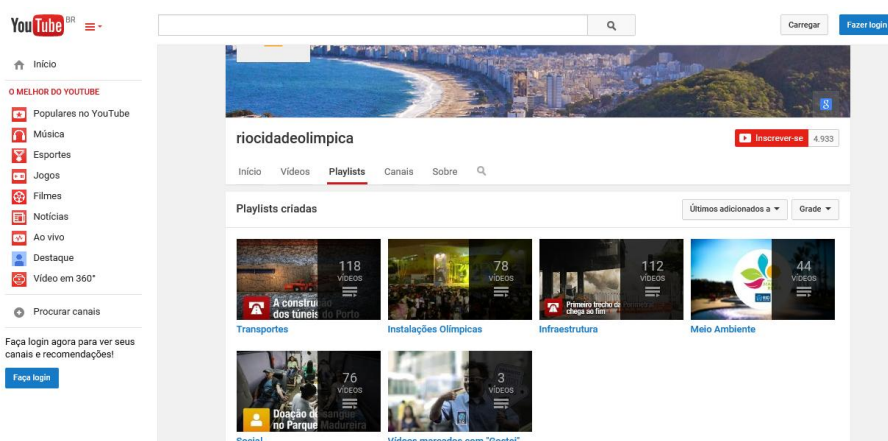


Figura 1: Vídeo institucional “Cidade Olímpica”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-Ak6MdGfL8Q>. Acesso em 21/06/2015.

Por outra parte, a seção social (destinada ao compartilhamento em redes) mostra aspectos interessantes, como os vídeos focados para enfatizar, junto à opinião pública, a policiamento nos morros como aceitação positiva para coibir (ou resolver) as mazelas da violência urbana. Na figura 2, são destacados os vídeos da seção “social”, como: “Michael Phelps visita a Vila Olímpica do Alemão”; “meu bairro, minha vida”; “morar carioca, uma revolução social”.

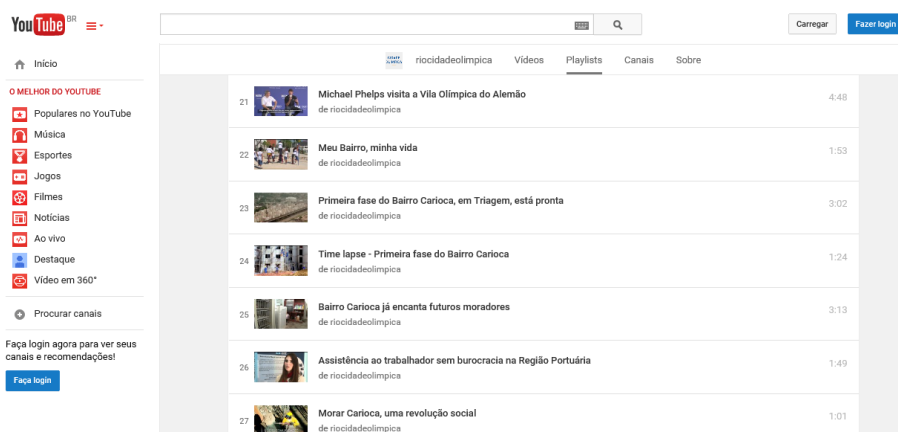


Figura 2: “Cidade Olímpica” (*playlists*). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-Ak6MdGfL8Q>. Acesso em 21/06/2015.

Por fim, a seção “gostei”, contendo os vídeos intitulados: “Trânsito no centro? Deixa que eu explico – O explicador, Prefeitura do Rio”; “casa, comida e simpatia no cantagalo”; “A atleta Rosângela apresenta a nova Via Expressa Transcarioca”.

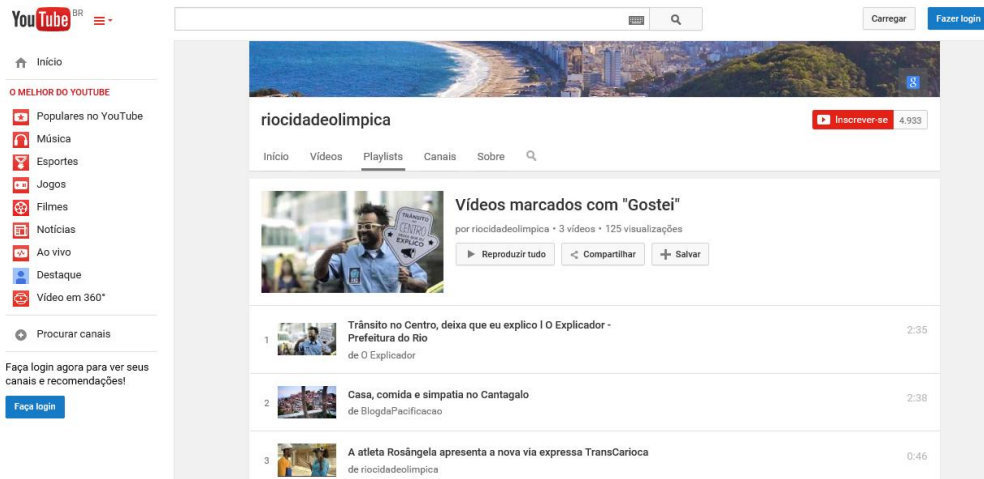


Figura 3: “Cidade Olímpica” (vídeos marcados com “Gostei”).
 Disponível em: <https://www.youtube.com/user/riocidadeolimpica>. Acesso em 21/06/2015.

Por uma elipse irônica, não se nota a mesma preocupação com produções voltadas às classes altas do Rio de Janeiro, como um reforço no policiamento na Barra da Tijuca. Acabam, nessa hora e lugar, as identidades do brasileiro, do carioca. Para Anderson Gurgel (2009):

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 atender-ser para urgência no entendimento de novos conceitos como economia e legado do esporte.. (GURGEL, 2009, p. 207).

A cobertura olímpica pelo *website* da COB

A premissa de que a expansão de universos acerca de atividades físicas, motoras – local em que as modalidades desportivas geraria uma produção noticiosa com diferenciação no tratamento noticioso em confluência com um assunto abordado em outra editoria.

Uma análise preliminar sobre o conteúdo noticioso do COB e as pautas esportivas olímpicas multifacetadas envolve o exemplo a seguir contempla um estudo de caso, realizado no mês de maio de 2015, sobre o *sítio web* do Comitê Olímpico Brasileiro (disponível em: <http://www.cob.org.br>):

TEMA	EDITORIA PRÓPRIA	ASSUNTO
Personalidades	Sim (narrativas e entrevistas com pessoas da convivência)	Especial sobre a conquista de títulos em determinada modalidade; nascimento ou morte de atletas.
Resultados (medalhas, recordes, vencedores e perdedores).	Sim (assunto típico da pauta esportiva olímpica, recorrente na cobertura dos Jogos Pan-americanos).	Vencedores, perdedores, classificados para etapas finais, placar.
Convocações	Sim (esporádico, depende de temporadas, tem perfil breve e dá lugar a especulações).	Campeonato Mundial; Equipes de modalidades pouco conhecidas classificadas para determinado torneio.
Valores olímpicos	Sim (ao contrário dos resultados, se trata de uma seção rara).	<i>Fair play</i> , respeito, superação, opinião do(a) próprio(a) atleta
Uniforme do Time Brasil	Não (seria um assunto de “Moda”)	Delegação olímpica brasileira
Realização de eventos esportivos	Mista (envolve política, economia, e turismo).	Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro 2016

Ilustração 1: Interfaces da pauta esportiva com outras áreas

Nesta etapa, surge uma questão que recorre dos dois últimos séculos, como “a pergunta que não quer calar”, os entremeios da pauta esportiva, no papel de fonte de informação, aproximam editorias de setores diferentes, mas o contrário fica “para inglês ou o cidadão brasileiro ver”? Provavelmente alguma dúvida existia quando a crise econômica na Grécia, após a realização dos Jogos de 2004 se agravou; mas quem iria abordar esse tipo de interface se o evento não ocorresse no Brasil? Diante desse cenário e do “jeito brasileiro de ser” (DA MATTA, 1986), ainda existe a discussão sobre o legado das olimpíadas.

Considerações finais

A realização dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro pôde aproximar ao cotidiano do brasileiro alguns assuntos diferenciados em uma tentativa de buscar analisar, em caráter experimental,

Neste primeiro momento, a delimitação de se estudar o perfil de produção de conteúdos informativos restrita ao arquétipo inverso de McLuhan (1964), “da mensagem aos meios”, não significa uma impossibilidade de expandir o estudo das linguagens jornalísticas, dos meios e ainda, fornecer bases para a pesquisa como, por exemplo, o

agendamento (McCombs, 2009). Porém, o caminho a ser percorrido no estudo das interfaces esportivas do jornalismo, tentará verificar, por meio de futuras análises, entrevistas e estudos de caso, um perfil de teor exploratório tentando compreender os perfis de noticiários de modalidades olímpicas com pouca cobertura na mídia, se a visibilidade a partir de sítios *web* de confederações, além de serem fontes de informação, auxiliar no desenvolvimento do esporte, atividades físicas e motoras.

REFERÊNCIAS⁷

- AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. 3ª edição. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/UFC, 1982.
- BENJAMIN, W. **Magia e Técnica, Arte e Política**: Ensaio sobre Literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas. Volume I. 5. Ed. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- _____. **Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política**. Tradução de Maria Amélia Cruz et al. Lisboa: Relógio D'Água. 1992.
- _____. “Textos Escolhidos” (Walter Benjamin *et al*). **Os Pensadores**. Tradução de Modesto Carone *et al*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- 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.
- BLÁZQUEZ, Niceto. **Ética e meios de comunicação**. Trad. Rodrigo Contrera. São Paulo: Paulinas, 1999.
- CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. **Reinventando a cultura**: a comunicação e seus produtos. 4ª edição. Petrópolis: Vozes, 2001.
- _____. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.
- DA TÁVOLA, Artur. **Comunicação é mito**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- 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: Universidade de São Paulo, junho-agosto de 1994, p. 10-17.
- DA MATTA *et al*. **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

⁷ De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas, NBR 6023.

GONÇALVES, Elias Machado. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

GURGEL, Anderson *et al.* **Comunicação e esporte: reflexões**. Coleção GP'S, volume 1. São Paulo: Intercom: 2012.

GURGEL, A. “Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos”. **Revista Motrivivência**, ano XXI, nº 32/33, p. 193-210, jun-dez, 2009.

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

_____. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1978.

HOHENBERG, John. **O jornalista profissional: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa**. Tradução de Hélio Alberto Pinto revista por Hélio Pólvora. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 3ª edição. Coleção “Momento”. Campinas: Unicamp, 1995.

MARQUES, José Carlos. **Viva sua paixão: a escolha do Rio de Janeiro para sediar os XXXI Jogos Olímpicos e as capas de jornais do Brasil, EUA, Espanha e Japão**. In: GURGEL, Anderson *et al.* **Comunicação e esporte: reflexões**. Coleção GP'S, volume 1. São Paulo: Intercom: 2012.

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

McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Tradução de Jacques Waynberg. Coleção “Clássicos da Comunicação Social”. Petrópolis: 2009.

McLUHAN, Marshall. **Understanding Media**. London: Routledge, 1964.

OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. **O poder dos jogos e os jogos de poder: os interesses em campo na produção de uma cidade para o espetáculo esportivo**. Tese de Doutorado em Planejamento Urbano e Regional. Rio de Janeiro: UFRJ, 2012

RUBIO, Kátia. “Biographical narratives of olympic athletes: an access road to identity and Brazilian sports imagery”. In: **American International Journal of Social Science**, New York, v. 4, n. 1, p. 85-90, fev. 2015.

ROGERS, Everett. **Diffusion of innovations**. 5th ed. New York: Free Press, 2003.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1999.

STRAUBHAAR, Joseph. “Sedimentada, híbrida e múltipla? A nova geografia cultural das identidades”. **Revista Matrizes**, Ano 7 – nº 1. São Paulo: ECA/USP jan./jun. 2013, p 59-93.

Referências eletrônicas (webgrafia)

COMITÊ Olímpico Brasileiro. *Sítio web*. Disponível em: <http://www.cob.org.br>

RIO Cidade Olímpica. Canal de vídeos no Youtube. Disponível em:
<https://www.youtube.com/channel/UCaHqCxD3qiU-WRZwpwm7hw>