

O Agenda-Setting no Jornalismo Esportivo: um estudo do Jogo Aberto da NordesTV¹

José Lemos MONTEIRO FILHO²
José Eudes VIANA JÚNIOR³
Rafael Rodrigues da COSTA⁴
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo reconhecer características inerentes ao jornalismo esportivo e descobrir como elas manifestam a presença do *agenda-setting* (BRANDI, 2007), por meio de um estudo do *Jogo Aberto*, da NordesTV (emissora afiliada da Rede Bandeirantes no estado do Ceará). Os programas de esporte costumam promover um agendamento midiático quando selecionam e abordam determinadas pautas em detrimento de outras. É por meio de uma análise do noticiário que buscaremos entender se esse processo realmente ocorre; e, se sim, como isso acontece.

PALAVRAS-CHAVE: Jogo Aberto; Agenda-setting; Jornalismo Esportivo.

INTRODUÇÃO

O programa Jogo Aberto foi um noticiário transmitido por uma emissora privada - a NordesTV -, sendo o principal e único produto do segmento esportivo no canal. Um telejornal que promoveu, de segunda à sexta das 11h às 12h45min, reportagens sobre os principais fatos e acontecimentos desse universo e que constitui, neste artigo, objeto de estudo, haja vista que firma-se o propósito de mapear os aspectos nele presentes sob a ótica da hipótese do *agenda-setting*. O programa acabou quando a emissora encerrou suas atividades na cidade de Fortaleza, em outubro de 2018.

A iniciativa deste estudo surgiu da curiosidade de entender a forma como o jornalismo esportivo da NordesTV era feito e como ele contribuiu para que existisse certo agendamento de pautas e preferências no cotidiano dos desportistas do estado. As

¹Trabalho apresentado no Intercom Júnior 1 – Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 01 de junho.

²Aluno da Graduação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo do I.C.A.-UFC. Contato: zecalemos98@gmail.com.

³Aluno da Graduação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo do I.C.A.-UFC. Contato: eudesvianajr@gmail.com.

⁴Professor Doutor da Universidade Federal do Ceará, orientador do presente trabalho, ministrou a disciplina de Teorias da Comunicação I no período 2018.1 do Curso de Comunicação Social – Jornalismo do I.C.A.-UFC. Contato: rafaelrg@ufc.br.

nuances de elaboração de conteúdo desse setor despertaram a nossa atenção e nos induziram a acompanhar a programação referida da emissora, a selecionar e estudar o programa do segmento desta e, seguidamente, interpretar as informações e dados para compreender como estes são fundamentais para nosso estudo.

Um dos questionamentos levantados na pesquisa se refere à distribuição de tempo dada ao noticiário nacional, que contemplava times do eixo do sudeste; e ao local, que falava de clubes do Ceará, estado em que o programa era transmitido. Na maioria dos produtos esportivos do país, incluindo o *Jogo Aberto* da NordesTV, esta é bastante desigual, conferindo muito mais espaço aos times de São Paulo e do Rio de Janeiro do que aos do estado em que o noticiário é transmitido. O presente trabalho analisa essa problemática sob a ótica do *agenda-setting*, uma vez que ela afeta na preferência de torcida por parte dos que acompanham os noticiários.

Outra questão investigada, também no viés do agendamento esportivo, é a diferença da quantidade de tempo que se fala sobre futebol em detrimento de abordar outros esportes. No ambiente esportivo do Brasil, boa parte da população acompanha bastante futebol, mas praticamente desconhece a prática de outros esportes no país. Isso ocorre, em grande parte, pelo pouco tempo que os produtos midiáticos conferem a modalidades esportivas além do futebol.

Na busca por compreender os métodos de produção do jornalismo esportivo na NordesTV, o artigo traça um breve recorte histórico do assunto com o fito de contextualizar a temática. Foi feita uma pesquisa a respeito do surgimento desse segmento da imprensa no mundo e, depois, no Brasil. Em seguida, foram abordadas as nuances do jornalismo esportivo na televisão, falando um pouco a respeito desse meio de comunicação inovador para sua época. Por fim, foi desenhado um recorte temporal de quando e como surgiu a hipótese do *agenda-setting* e como ela ainda é válida para estudo de produtos midiáticos atualmente, fazendo um elo com a promoção do *Jogo Aberto* da NordesTV.

Desse modo, o sistema empregado para a elaboração do presente trabalho foi uma análise das características de abordagem e produção do *Jogo Aberto* sob o cunho do agendamento esportivo, cujo conteúdo foi colhido por meio de entrevistas com os jornalistas Rodrigo Cavalcante e Ana Claudia Andrade; produtor e apresentadora do programa, respectivamente. Essa postura reflexiva encontrou aporte teórico em livros (FONSECA, 1997); (RIBEIRO, 2007) e artigos (BRANDI, 2017); (CAVALCANTE,

2014); de autores que já haviam falado sobre o assunto ou alguma temática que fosse pertinente para a fluidez deste artigo. Pretendemos, ao final, responder se o *agenda-setting* realmente se faz presente no programa em questão.

1. O JORNALISMO ESPORTIVO NO MUNDO E NO BRASIL

O jornalismo esportivo não é uma modalidade nova. De acordo com Fonseca (1997), sua origem data de mais de cem anos atrás. Os primeiros registros que se tem do segmento são do jornal *Le Sport* (1854), que publicava crônicas sobre haras, turfe e caça, além de sessões de canoagem, natação, pesca e outros esportes.

A primeira área esportiva a receber uma cobertura mais elaborada dos veículos impressos foi o hipismo, em meados do século XIX, na França. A grande imprensa só abriu espaço em 1875, num momento de mudanças sociais e de crescimento de esportes populares, pois, até então, só se registravam notas sobre o boxe, iatismo e esgrima. Por isso, os pioneiros do jornalismo esportivo surgiram nos jornais populares (FONSECA, 1997, p. 18).

Entretanto, essa área do jornalismo não desfrutava de prestígio algum e apenas pessoas de baixa renda a consumiam, uma vez que esportes só eram praticados por classes menos afortunadas. Segundo Pires (2015), a mudança começou a ocorrer com Pierre de Coubertin e *La Revue Athletique* (1890) através dos primeiros Jogos Olímpicos da Modernidade (1896).

No Brasil, o período de início dessa área não foi distinto. Segundo Tubino, Garrido e Tubino (2007), o primeiro jornal voltado para o segmento esportivo que surgiu no país foi *O Atleta*, em 1856. Já Ribeiro (2007) diz que, após alguns anos, outros passaram a existir em diferentes estados do país. No Rio de Janeiro, apareceram *O Sport* e *O Sportsman*, em 1885 e em 1891, respectivamente; em São Paulo, foram criados, em 1888, *A Platea Sportiva* – um suplemento do jornal *A Platea*, e, em 1898, a revista *O Sport* e o jornal *Gazeta Sportiva*.

Todavia, as manifestações de jornalismo esportivo não ficaram restritas ao suporte impresso. O segmento se expandiu para o rádio e, depois, para a mídia televisiva. A Televisão, que chegou ao Brasil em 1950 por meio da TV Tupi, foi revolucionária para a atividade midiática esportiva. Conforme Gonçalves e Camargo (2005), a primeira reportagem esportiva é filmada em 1950, numa partida entre

Portuguesa de Desportos e São Paulo. Ela até hoje é considerada o marco das transmissões esportivas da televisão brasileira. Segundo Nunes (2011), o advento da televisão trouxe uma maior profissionalização do jornalismo esportivo. A partir dela, o público passou a ter acesso às transmissões de partidas, programas esportivos, mesas-redondas com participações de especialistas, uso do videotape, entre outros novos recursos.

O jornalismo praticado pela mídia impressa é distinto daquele praticado na televisão. São diferenças estruturais relacionadas com o meio e a concepção de jornalismo e a notícia muda em virtude dessas diferenças. Mas também existem semelhanças, já que, apesar das particularidades, há uma noção geral de jornalismo partilhado pela mídia.

No Ceará, a presença do esporte na televisão não é diferente; podemos encontrar sua abordagem em noticiários, boletins, mesas-redondas, transmissões e entrevistas. No estado, existem diversos canais de TV locais; deles, quase todos produzem ou reproduzem de outras emissoras algum tipo de conteúdo voltado para assuntos referentes ao esporte, mesmo que, de modo secundário, em outros programas.

Algumas emissoras produzem programas específicos para o esporte, outras se contentam em dar apenas alguns minutos dedicados a eles nos noticiários gerais. Entre os canais de televisão, os que mais se destacavam no fazer jornalístico do esporte cearense são: A TV Verdes Mares, a TV Diário, a NordesTV, a TV Jangadeiro e a TV Ceará, visto que possuem programações de maior destaque na área. Os cinco canais enfocam os programas mais famosos no meio esportivo. A Verdes Mares conta com o *Globo Esporte CE*; a TV Diário, com *A Grande Jogada*; a NordesTV, com o *Jogo Aberto*; a TV Jangadeiro, com o *Futebolês* e a TV Ceará com o *Trem Bala*. Destes, todos são exibidos no horário entre as 11 horas e 13h30min, o tradicional horário de almoço. Desse setor, despertou-nos a atenção o *Jogo Aberto*, haja vista a cobertura integral que é feita dos eventos, como temos acompanhado. Além disso, ele é produzido e veiculado por uma retransmissora da Rede Bandeirantes, o que exige, de certa forma, qualidade na produção e possibilita bons índices de audiência.

Vejamos agora como o *agenda-setting* se insere nesse contexto, como essa hipótese surgiu e se manifesta no jornalismo esportivo.

2. O AGENDA-SETTING NO JORNALISMO ESPORTIVO

No estudo das Teorias da Comunicação, é muito importante, ainda nos dias atuais, a hipótese do *agenda-setting*. A ideia por trás da teoria foi inicialmente proposta no início do Século XX, por Walter Lippmann, em 1922, mas foi aprimorada e desenvolvida na segunda metade do século. Segundo Brandi (2007), durante o verão do ano de 1972, uma dupla de jovens professores norte-americanos, McCombs e Shaw, deu um passo importante para os estudos na área: uma publicação do conceito de agendamento midiático. Em dez páginas, o artigo publicado pela revista acadêmica *Public Opinion Quarterly*, no distrito de Oxford, funcionaria para delimitar um novo caminho para a análise dos efeitos da mídia sobre o público.

Quando a dupla escreveu o artigo da teoria do agendamento midiático, não foi pioneira em analisar a questão da influência da mídia sobre a opinião pública, mas o mecanismo de seleção e reforço de alguns temas em detrimento de outros contribuiu para que uma nova hipótese fosse criada nos estudos de mídia. Conforme Cavalcante (2014), vale ressaltar que o fortalecimento do *agenda-setting* como paradigma se contrapõe à tradição de alguns outros marcos nas teorias da comunicação, como a teoria hipodérmica e a teoria da dissonância cognitiva, principalmente por causa de lacunas não respondidas pelos estudos citados.

Assim, ao contrário do que, até então, havia sido utilizado como parâmetros de estudos da relação entre o homem e a comunicação no período pós-guerra, sobretudo nas décadas de 1950 e 1960, que estudavam a mudança de atitudes e de opiniões com base na mídia, o trabalho de McCombs e Shaw tinha como objetivo compreender a influência da mídia na formação e na mudança de percepções. Em suma, a hipótese do *agenda-setting* teoriza que os meios de comunicação agendam as pautas do cotidiano da população. Dessa forma, os assuntos que as pessoas abordam e conversam giram em torno do que está em pauta na mídia.

Nesse contexto, pode-se notar essa teoria presente no jornalismo esportivo. As nuances de conteúdo que os produtos midiáticos trazem agendam as pautas que os desportistas debatem no cotidiano. Naturalmente, esse agendamento esportivo provoca tendências na preferência e no gosto dos indivíduos. As pautas que têm mais frequência de aparição costumam chamar mais atenção e, assim, gerar afeição por quem as

protagoniza. Desse modo, constata-se que os clubes e esportes que tem uma gama grande de adeptos possuem grande destaque nos produtos midiáticos. Assim, é fato que os programas esportivos terminam determinando tendências dos esportes que as pessoas acompanham e dos clubes que elas torcem.

No capítulo seguinte, apresentaremos uma análise do jornalismo esportivo da NordesTV, tendo o *Jogo Aberto* como objeto de estudo e sob a ótica desse agendamento esportivo de gostos e preferências.

3. O JORNALISMO ESPORTIVO DA NORDESTV

3.1: O Jogo Aberto

Segundo Muller (2007), a TV Bandeirantes foi fundada no dia 13 de maio de 1967. Na oportunidade, o Canal 13 iniciou a transmissão de suas primeiras imagens com o discurso do presidente do grupo, João Jorge Saad. A partir daí, a emissora se expandiu por várias regiões do Brasil, inclusive a Nordeste. No Estado do Ceará, a estação televisiva que retransmite a programação da Bandeirantes é a NordesTV, pertencente ao Sistema Jangadeiro de Comunicação e com sede na cidade de Sobral, região norte do estado. A concessão para criação da emissora foi outorgada pelo MiniCom⁵, em 13 de junho de 2008.

Inicialmente, do dia 2 de abril de 2012 até o dia 1º de agosto de 2015, a emissora era afiliada do SBT e, desde então, passou a ser fazer parte da Rede Bandeirantes. O primeiro programa da emissora foi o telejornal *NordesTV Notícias* (ainda no ar), além dele, podemos citar como componentes da grade de programação da emissora o *Pode Contar*, o *Reza Comigo*, o *UPlay* e o objeto de estudo deste trabalho: o *Jogo Aberto*.

O *Jogo Aberto* é um telejornal esportivo brasileiro exibido pela NordesTV e é dividido em duas etapas: o Jogo Aberto nacional, apresentado pela advogada e jornalista Renata Fan, com a presença do comentarista e ex-jogador Denilson, e a participação de uma equipe de repórteres; e o local, que era comandado pela apresentadora e editora Ana Cláudia Andrade, com reportagens de Carlos Henrique Costa e produção de Rodrigo Cavalcante.

Desde 2007 no ar, o *Jogo Aberto* Nacional tem duração de uma hora e meia (1h30min) e é apresentado de segunda à sexta, de 11h a 12h30, abordando assuntos

⁵ Ministério das Comunicações: extinto órgão do poder Executivo brasileiro, sendo utilizado de 1967 a 2016.

relacionados aos esportes do eixo Sul-Sudeste do Brasil. Tem como principal objetivo apresentar os conteúdos futebolísticos dos times daquela região, porém, esporadicamente, abrem espaço para outras modalidades esportivas. Com o formato informativo/opinativo, o programa expõe as matérias selecionadas para ir ao ar naquela edição e, após a exibição, o assunto tratado será objeto de análise do comentarista Denílson, que irá debater, de maneira leve e descontraída, com a apresentadora do programa. Caracteriza-se, portanto, pela longa duração, pelo formato: informação/opinião e pela linha editorial voltada para o futebol das regiões Sul e Sudeste.

Já o *Jogo Aberto Local*, que permaneceu cinco anos no ar, de segunda à sexta, tinha quinze minutos de duração (15min) e chegou a passar por uma grande mudança. Com a separação das equipes de esportes do Sistema Jangadeiro (NordesTV e TV Jangadeiro), os apresentadores do programa Jussîê Cunha e Caio Costa foram realocados para a Jangadeiro e passaram a comandar outro programa esportivo: o *Futebolês*, e o *Jogo Aberto* passou a ser apresentado por Ana Cláudia Andrade e a ter matérias feitas pelo repórter Carlos Henrique Costa.

Com as modificações, o formato do programa sofreu várias alterações: o modelo informativo/opinativo foi aposentado, ou seja, os comentários feitos entre matérias foram retirados e a informação passou a ser o principal objetivo da atração. Com essa medida, mais conteúdos informativos, não só de futebol, mas de assuntos variados, são expostos, com o foco total voltado para os noticiários. Além do formato, a equipe de profissionais também foi modificada: saíram Jussîê Cunha, Caio Costa e o produtor de esportes Sidarta Duarte e chegaram Ana Cláudia Andrade, Carlos Henrique Costa e o produtor Rodrigo Cavalcante.

Quando se compara com o programa nacional, o local também apresenta algumas diferenças. Segundo Cavalcante (2018), o *Jogo Aberto* local preconizava expor conteúdos diversos como: lutas, corridas, natação, basquete, qualidade de vida, etc. Enquanto o nacional tem suas atenções voltadas, quase exclusivamente, para o futebol. Afirmando, pois, a distinção entre as linhas editoriais entre os programas.

Outro fator a ser destacado é a enorme diferença de tempo, o nacional tem uma hora e meia para cumprir tudo o que foi determinado no roteiro do programa. Em contrapartida, o local dispõe de apenas quinze minutos para noticiar todos os

acontecimentos nos clubes cearenses e destacar outros esportes e, até mesmo, assuntos do cotidiano ligados à prática esportiva.

O nacional, diferentemente do local, adota o formato matéria + comentário, muito por conta da quantidade de tempo disponível e que, em alguns casos, acaba sendo prejudicial pela escassez de assuntos em determinados períodos, fazendo que os apresentadores se utilizem da criatividade para preencher os espaços existentes, sem perder a audiência.

Com base no que foi exposto e nas possibilidades de mudança, cabe-nos analisar o poder de influência que o programa exerce no indivíduo no que diz respeito à escolha de um time de futebol para torcer. Para isso, a hipótese do *agenda-setting* será utilizada para confirmar (ou não) a interferência sofrida pelo telespectador e, a partir de então, tirar conclusão de alguns casos que acontecem no mundo esportivo.

3.2. O AGENDA-SETTING NO PROGRAMA

A hipótese do *agenda-setting* é utilizada para explicar diversos fenômenos midiáticos e que, cada vez mais, vêm acontecendo nos últimos tempos. Essa teoria defende que em consequência da ação dos meios de comunicação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que a mídia inclui ou exclui do seu próprio conteúdo.

Em outras palavras, os mass media têm o poder de sugerir o que a população deve ou não “consumir”, de modo a persuadir o grande público para que esse possa aderir a uma ideia ou adquirir um produto e, mesmo que não seja a intenção inicial do indivíduo, ele tende a seguir os “conselhos” dados pelos mass media.

No que diz respeito aos efeitos dos media de acordo com aspectos como a hierarquização dos temas no *agenda-setting*, infere-se que a ideia básica do *agenda-setting* afirma que existe uma relação direta e causal entre o conteúdo da agenda dos media e a subsequente percepção pública dos temas do dia mais importantes; verifica-se uma aprendizagem direta da agenda dos media por parte dos membros do público

Portanto, essa “seleção” de conteúdo feita pelos media acaba fazendo que o público tenha ou perca o interesse por determinado assunto e assim, possam assumir um posicionamento de acordo com a intenção da mídia. Um exemplo disso se dá nas épocas das campanhas eleitorais, em que candidatos filiados aos partidos considerados grandes

têm um tempo consideravelmente maior, se comparado a um candidato filiado a um partido considerado pequeno.

Contudo, não é só na política que podemos identificar a influência do agendamento, mas em qualquer área profissional e/ou social. No meio esportivo, o *agenda-setting* se faz presente e é bastante atuante, contribuindo para a promoção ou para o declínio de determinado órgão, instituição ou competidor. Dependendo da intenção pretendida, os media podem erguer ou submergir um componente ligado ao esporte.

Os programas esportivos são exemplos muito claros e para corroborar com tal afirmação, Silva e Marchi Júnior (2009) afirmam:

Uma fusão entre jornalismo e televisão que possui uma forma própria de informar. Ao mesmo tempo em que agrupa fontes, notícias e seleciona conteúdos, como o jornalismo, o telejornalismo esportivo detém alguma especificidades que os outros gêneros do jornalismo não podem recorrer, como um arquivo de imagens, ou a técnica de mediação orientada por um profissional que não somente transmite a mensagem, mas algumas vezes oferece a leitura das notícias (SILVA e MARCHI JR, p. 11).

Os esportes, principalmente o futebol, rendem às emissoras de televisão grandes índices de audiência e lucros com a venda de propagandas e anúncios. Mas, para isso, precisam dos clubes, das seleções, dos atletas, o que acaba por se tornar uma relação de ida e volta, pois os mesmos precisam das estações televisivas para promoverem suas marcas. Com isso, na visão de Alves Júnior (2008, p.11) “o casamento entre a televisão e o esporte tem se mostrado bastante rentável, notadamente para o desenvolvimento do esporte espetáculo e, conseqüentemente, para as emissoras de televisão e empresas a ela associadas”.

Por isso, escolhemos o programa esportivo *Jogo Aberto*, um noticiário de repercussão nacional que foi transmitido pela NordesTV, de segunda a sexta, das 11h ao 12h45. Sendo a primeira uma hora e meia destinada ao *Jogo Aberto* Nacional, e os últimos quinze minutos fixados para a edição local. E, embora seja o mesmo programa, a edição local difere bastante da nacional, principalmente no que diz respeito à linha editorial. Diferenças que implicam na atuação do *agenda-setting*, pois a edição nacional destaca essencialmente o futebol das regiões Sul e Sudeste, o que caracteriza uma seleção de conteúdos e que acaba por induzir o telespectador local a torcer times de

fora, por não terem tantas informações das equipes da terra, já que o futebol de fora é muito mais divulgado do que o local. Essa prática é favorecida pela duração do J.A. Nacional e a disparidade de tempo é algo absurdo e impede que a parte destinada aos conteúdos locais possa abordar, de uma forma mais detalhada, os esportes do estado.

Partindo da ideia que as pautas agendadas para a maior fase do programa seja endereçada aos times e esportes do Sul-Sudeste, a torcida dos cearenses para esses times vai crescendo progressivamente e, mesmo que torçam pelos clubes estaduais, tem como outra opção times das regiões mais destacadas pela imprensa esportiva brasileira. São os chamados “torcedores mistos”, conhecidos como aqueles que torcem para Ceará ou Fortaleza, mas também possuem simpatia por Corinthians ou Flamengo, por exemplo.

Não bastasse a maior parcela de tempo ser destinada aos times de fora, outros esportes como vôlei, basquete, natação, atletismo, boxe, entre outros, também são preteridos em relação ao futebol. Novamente, o agendamento de assuntos é evidenciado na linha editorial do *Jogo Aberto* nacional. Dessa feita, o futebol é privilegiado em detrimento às demais modalidades esportivas, resultando no desconhecimento do público acerca das informações do basquete, por exemplo.

Com o objetivo de modificar esse cenário, o *Jogo Aberto* Local procurava no curto espaço de tempo que tem, destacar ao máximo, não só o futebol, mas as outras modalidades esportivas praticadas em nosso estado. Em entrevista concedida, o produtor do J.A. cearense, Rodrigo Cavalcante afirma que “essa é uma das preocupações da produção e que procuram fazer o máximo para que os outros esportes sejam abordados no programa, sempre buscando personagens de outros esportes, de modo a dar uma atenção especial a outros gêneros”.

Percebe-se então, que a edição local vai na contramão da nacional, pois busca divulgar de maneira entusiasmada a prática esportiva no estado do Ceará, apesar do grande obstáculo enfrentado, no caso, a exiguidade de tempo.

ANÁLISE DO OBJETO

Após essa breve análise do *Jogo Aberto*, foi possível identificar algumas das características do telejornalismo esportivo da NordesTV. É necessário salientar que o estudo não pode se expandir a determinados programas de canais de outras regiões, uma vez que cada praça esportiva possui seu público-alvo específico e suas particularidades.

Quando a análise se preocupou em contemplar o fazer jornalístico esportivo que prioriza times do sul-sudeste em detrimento de equipes locais, foi constatado o fato de que, realmente, nas regiões norte-nordeste do Brasil equipes do eixo têm índices de torcedores bem altos, o que leva o programa a ter esses clubes como pautas muito importantes. Além disso, motivos empresariais e comerciais da NordesTV possuem relevância nesse tocante.

No que diz respeito ao apanhado de tempo dedicado às múltiplas categorias de esportes no programa, que problematizamos na introdução deste artigo, notou-se uma centralização muito grande em torno do futebol. Essa realidade pôde ser justificada pelo público-alvo do programa. Como a TV trabalha de acordo com os índices de audiência e o futebol é o esporte que mais atrai o público, ele tem a atenção principal; as outras modalidades esportivas figuram como secundárias.

Essas constatações comprovam a existência do *agenda-setting* no jornalismo esportivo da NordesTV. Termina sendo um ciclo: os meios de comunicação, representados pelo objeto de estudo *Jogo Aberto*, agendam as pautas cotidianas abordando determinados assuntos majoritariamente e o público consumidor passa a clamar por conteúdos desse cunho.

CONCLUSÃO

De acordo com a análise, podemos constatar que existe uma grande preocupação com a qualidade do telejornalismo esportivo da NordesTV e com os efeitos que ele gera na população desportiva por meio do agendamento midiático, e que, em termos de produção, ele mostra propostas bem diferentes das convencionais que outros canais preconizam.

Se ainda não há tanta pluralidade de esportes contemplados na programação do *Jogo Aberto*, há a preocupação, por parte da edição Local, de não deixá-los à margem, e a intenção de ter sempre pautas de eventos de outras modalidades, ainda que a elas dediquem menor tempo de tela. Isso proporciona uma interação distinta com públicos que tem afeição por essas categorias. Existe, também, o cuidado com a forma como se abordam os times estaduais, uma vez que, por possui para pouco tempo para a edição Local, o *Jogo Aberto* se esforça em produzir pautas diversas e inovadoras que agradem o público torcedor dos times do estado, proporcionando, assim, uma gama maior de

adeptos dos times da região. Entretanto, ainda assim é complicado fazer isso com apenas 15 minutos de duração. Com efeito, existem questões comerciais e empresariais relativas à emissora que dificultam que a edição local disponha de mais tempo no ar. Segundo Andrade (2018), diferente de anos atrás, hoje o Jogo Aberto Local tem mais audiência que o nacional; daí, seria vantajoso para emissora mais tempo para a edição do estado. Entretanto, existem questões de força maior que ainda entravam essa proposta; contudo, não é impossível que no futuro isso ocorra.

Um dos objetivos do presente artigo foi promover um diálogo do campo esportivo com o meio acadêmico e apontar pistas que ampliem as pesquisas a respeito dos modos de configuração do telejornalismo esportivo, fazendo um elo entre a produção midiática do segmento com estudos teóricos da comunicação. Com efeito, como essa pesquisa se limitou a um só programa de TV, de apenas uma emissora cearense, esperamos que novas abordagens sobre o assunto surjam e que o debate contribua para a afirmação e maior valorização do jornalismo esportivo em nosso estado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES JÚNIOR, D. **A relação mídia-esporte: um estudo das mensagens esportivas na televisão e seus efeitos na prática da Educação física escolar, na percepção do professor**, 2008. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília (UNB). 2008

ANDRADE, Ana Claudia. Entrevista concedida a José Eudes Viana Júnior e José Lemos Monteiro Filho nos estúdios da NordesTV. Fortaleza, 2018.

BRANDI, Daniel. Evolução dos Estudos de Agendamento: uma Explicação sobre a Influência da Mídia na Opinião Pública. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Nordeste** - Fortaleza - CE - 29/06 a 01/07/2017. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0399-2.pdf>. Acesso em 19/06/18

CAVALCANTE, G. A. R. M. Agenda-Setting e Merchandising Social: Um Olhar Sobre a Relação Entre o Beijo Gay de “Amor À Vida” e a Repercussão nas audiências. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Águas Claras - DF – 8 a 10/05/2014**. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2014/resumos/R41-0452-1.pdf>. Acesso em 07/04/19

CAVALCANTE, Rodrigo. Entrevista concedida a José Eudes Viana Júnior e José Lemos Monteiro Filho nos estúdios da NordesTV. Fortaleza, 2018.

FONSECA, Ouhydes. **Esporte e Crônica Esportiva**. In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz. & OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de & COELHO SOBRINHO, José. (orgs.) **Esporte & Jornalismo**, São Paulo, CEPEUSP, 1997.

GONÇALVES, M., CAMARGO, V. **A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história (re) contada através da literatura**. Unicamp - SP, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1815-2.pdf>. Acesso em 07/04/19

MULLER, Karin. **Televisão regional e rede nacional: um estudo de caso de emissoras afiliadas da Rede Bandeirantes de TV**. Universidade metodista de São Paulo (UMESP). São Bernardo do Campo, 2007.

NUNES, Lucas de Carvalho. **As mudanças no formato e linguagem do Globo Esporte nacional**. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN). Mossoró, 2011.

PIRES, Juliana Santana do Carmo. Surgimento do Jornalismo Esportivo. In: **História da Imprensa no Brasil**. 2015. Disponível em: <https://historiaimprensabrasil.wordpress.com/2015/09/17/surgimento-do-jornalismo-esportivo/>. Acesso em 07/04/19

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva no Brasil**. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

SILVA, Camila Luciana da; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. Comunicação televisiva: reflexões e considerações sobre o telejornalismo esportivo. Rev. eletrônica Razón y Palabra. Disponível em: www.razonypalabra.org.mx. Acesso em 07/04/19

TUBINO, M., GARRIDO, F., e TUBINO, F. **Dicionário Enciclopédico Tubino Do Esporte**. Rio de Janeiro: Senac, 2007