



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

### **OS PROCESSOS DE AGENDAMENTO MIDIÁTICO E O DISCURSO GLOBAL PARA A COPA DO MUNDO DE 2014**

Fábio Soares da Costa 1<sup>1</sup>

José Carlos de Sousa 2<sup>2</sup>

Janete de Páscoa Rodrigues 3<sup>3</sup>

#### **RESUMO**

Este artigo analisa o discurso midiático em torno da Copa do Mundo de Futebol que acontecerá neste ano de 2014 no Brasil. A pesquisa usa como corpus de análise a transmissão ao vivo, pela TV Globo, do jogo amistoso entre África do Sul X Brasil, realizado dia 05 de março de 2014, na cidade de Johannesburgo na África do Sul, ocasião em que se apresentou um agendamento midiático para os principais eventos relacionados à realização da Copa 2014, bem como os preparativos da seleção brasileira de futebol até o início desse megaevento. A pesquisa possibilitou a observação de uma agenda superficial sob o ponto de vista crítico, bem como de discursos voltados para o legado que o evento pode proporcionar, além de uma demanda forte de agendamento noticioso para os eventos posteriores relacionados à partida, como os próximos amistosos da seleção, a convocação dos jogadores e o início da Copa.

**Palavras-chave:** Discurso. Futebol. Mídia.

#### **ABSTRACT**

This article analyzes the media discourse around the World Cup to be held this year 2014 in Brazil. The survey uses the corpus of analysis the live broadcast by TV Globo, the friendly match between South Africa X Brazil, held on March 5, 2014, in the city of Johannesburg in South Africa, when he presented a schedule to major media events related to the implementation of the 2014 World Cup as well as the preparations for the Brazilian national football team until the beginning of this mega event. This research allowed the observation of a schedule under the surface critical point of view, as well as speeches focused on the legacy that the event can provide, in addition to a strong demand for news schedule for subsequent events related to starting, as the next friendlies selection, the convening of the players and the start of the tournament.

**Keywords:** Speech. Mega event. Media.

#### **INTRODUÇÃO**

De certo a sociedade contemporânea é marcada pelo surgimento de diversos fenômenos sociais, dentre os quais destacamos o esportivo (TOLEDO, 2000). Assim, o futebol, como o esporte mais praticado e observado no mundo é destaque neste estudo, sobretudo pelo fato do Brasil sediar neste ano o maior evento esportivo do planisfério, a Copa



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

do Mundo de Futebol – 2014. A imersão numa pesquisa que procura observar o agendamento midiático construído por uma das maiores redes mundiais de mídia, a Rede Globo justifica-se pelas características e pela potência de atração televisiva desta emissora no Brasil e em diversos outros países do planeta, conseguindo convergir a audiência de telespectadores de todas as idades, níveis de instrução e de condição social. (MEZZARROBA; PIRES, 2011)

Para Savenhago (2011), as copas do mundo de futebol sofrem muita influência das emissoras de TV, sobretudo, da TV Globo, em troca de vultuosos recursos financeiros, o que pôde ser observado nos repasses desta emissora de TV à FIFA nos anos de 2002 e 2006, cerca de 380 milhões de dólares. Esta influência é exercida principalmente quanto ao planejamento, na criação do regulamento, dos locais e horários dos jogos, visando a adequação à sua grade programação televisiva.

Neste estudo, apesar do corpus de análise escolhido ser a transmissão de um evento esportivo a partir de uma grande empresa de mídia envolvida em questões econômicas, políticas e culturais, interessa-nos neste momento a abordagem da lógica simbólica muito mais que as lógicas econômica e política, sem, contudo, negá-las. Segundo Charaudeau (2010, p. 21), é a lógica simbólica que faz com que todo o organismo da informação tenha por vocação participar da construção da opinião pública. Assim, metodologicamente, utiliza-se como tentativa de entendimento do processo de agendamento estudado, a análise de discurso preconizada nas abordagens de Charaudeau (2010) e mais especificamente o que o autor desenvolve enquanto “Contrato de Informação Midiático”.

O presente estudo utilizará o conceito de Traquina (2001) sobre agendamento, bem como as relações políticas, financeiras e sociais que esta estratégia utiliza para o atingimento de seus objetivos de hegemonia simbólica. Neste contexto, tentar-se-á observar como se dá o agendamento midiático da TV Globo, canal aberto de televisão, para a Copa do Mundo de Futebol – 2014, a partir da transmissão do primeiro dos três últimos amistosos da seleção brasileira de futebol antes de sua estreia na Copa 2014, que inaugurou simbolicamente a agenda, à época da transmissão, dos 100 dias que faltavam para a realização do evento.

### **A COPA DO MUNDO DE 2014: UM MEGAEVENTO MIDIÁTICO**

A Copa do Mundo de 2014 que tem como sede o Brasil não é um evento esportivo como tantos que acontecem em diversas partes do mundo, a Copa 2014 é um megaevento, e



## V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

por megaevento corroboramos com o que diz Otávio Tavares (2011, p. 16) quando esclarece que:

[...] têm sido chamados de megaeventos esportivos competições internacionais que reúnem um número de atletas que atinge a casa dos milhares em um espaço de tempo de um mês, no máximo, com potencial de impacto em diferentes setores da sociedade e que possui significativa carga simbólica.

Assim, percebe-se que a Copa 2014 é um megaevento e além de todas as características supracitadas, evidencia-se o caráter simbólico desse tipo de acontecimento, alicerçados pela forte estrutura midiática apostos para lucrar economicamente com o futebol, espetaculariza-lo e criar padrões de visualidades e celebridades. (MORIN, 1969)

Para Debord (1997), a mídia objetiva a produção de espetáculos, a valorização visualidades e celebridades, numa perspectiva de preenchimento ao que supostamente falta na vida das pessoas: a aventura, a grandiosidade e a ousadia, “fabricando” assim alienação, auto estima, “heróis”, exemplos de superação e inúmeras perspectivas simbólicas positivas de manutenção da hegemonia política e financeira, mas, sobretudo, simbólica, dos grandes grupos de veiculação destes megaeventos.

Hélio Alcântara (2006, p.312), ao tratar do futebol como fenômeno de magia, que encanta e é um componente cultural de nossa sociedade, acredita que “a infância, a juventude e a população em geral fazem parte atuante da cultura futebolística”. Para o autor, o futebol tornou-se mágico, sobretudo para o menos abastados financeiramente e marginalizados socialmente, pois é considerado cultura popular, justamente pela espontaneidade na sua prática, no seu assistir, no espetáculo em que foi transformado e na formação do imaginário de seus praticantes, por isso “impregna de maneira sustentável a sociedade”.

Outros fatores que contribuem para a manutenção cultural da prática do futebol são os processos de continuidade e sustentabilidade, materializados nos investimentos em infraestrutura, realização de campeonatos mundiais, continentais, nacionais, estaduais e municipais, mas, mais ainda, pela massiva e contínua disseminação simbólica de seus valores por meio das transmissões de rádio, TV, internet. A formação de alta qualidade de atletas em incubadoras dos grandes clubes de futebol também é tributário deste fenômeno de uma verdadeira “cadeia produtiva”, financeira, pois o mercado parece ser soberano na cultura futebolística.



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

Desta forma, o futebol, como produto altamente praticado em todo o território nacional, junto com a realização de um dos maiores eventos esportivos mundiais ao lado das Olimpíadas, fizeram com que a presente década seja a mais importante e significativamente simbólica para a mídia esportiva e todo o seu aparato constitutivo. E por isso, que mesmo antes de qualquer análise mais criteriosa, percebe-se que o agendamento midiático da Copa de 2014 vem recheado de um positivismo alicerçado no legado (o que fica para ser usufruído pela população local) que o evento proporcionará ao país. Legado este pautado nas benfeitorias infraestruturais, mobilidade urbana, hotelaria, turismo, incentivo à prática esportiva e, sobretudo, simbolicamente, à imagem que se constituirá do Brasil após sua realização, o que, para nós, é o grande risco deste megaevento.

### **O AGENDAMENTO A PARTIR DE ÁFRICA DO SUL X BRASIL**

O agendamento midiático tratado nesta pesquisa inicia-se com uma campanha disseminada pela TV Globo que marca a contagem regressiva para o início da Copa do Mundo de Futebol 2014: “faltam apenas 100 dias para a Copa”. A partir deste chamariz nas propagandas que antecederam o Jogo amistoso AxB percebe-se um duplo objetivo: o início do agendamento midiático para a Copa do Mundo e o chamamento para o jogo amistoso em questão.

Por processo de agendamento aqui referenciado, utiliza-se do conceito de Traquina (2001) para entendê-lo. O autor esclarece que agendamento equivale-se ao conceito de agenda-setting (McCOMBS, 1993), contudo, melhor esclarece quando diz que:

[...] agendamento é um processo relacional entre a agenda jornalística (midiática) e a agenda pública (social), em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, políticos e midiáticos) em pautar temas e assuntos de seu interesse na esfera social e colocar, desta maneira, sua(s) opinião(ões) com o objetivo de torná-la(s) hegemônica(s). O agendamento, portanto, é sempre exercido pela mídia, veículo que opera tais interesses, mas em estreita interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública, fazendo com que, em sua operacionalização, vários campos se cruzem. (p. 339)

Ainda, neste contexto conceitual, não poderíamos deixar de reforçar os postulados da agenda-setting com a teoria da espiral do silêncio desenvolvida por Noelle-Neumann (1995) que apresenta a onipresença da mídia como eficiente modificadora e formadora de opinião a respeito da realidade, assim, corroborando com a teoria do agendamento, a imprensa teria o



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

**Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.**

**25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)**

poder de determinar os assuntos principais da população, através da divulgação repetitiva de artigos e notícias sobre determinado tema, e justifica em pesquisas sobre sua teoria que as pessoas são influenciadas não apenas pelo que as outras dizem, mas pelo que as pessoas imaginam que os outros poderiam dizer. Assim, a opinião pública da população é a opinião da maioria que pode e chega a se expressar livremente na medida que tem acesso aos meios de comunicação.

Desta forma, entende-se que a mídia, via processos de agendamento, pode influenciar a projeção de acontecimentos culturais, econômicos, políticos e aqui, esportivos, capazes de compor uma importante parcela de constituição da realidade social dos indivíduos envolvidos. Percebe-se que essa relação entre mídia e esporte também pode incentivar a prática esportiva de performance, a preferência por alguns esportes mais disseminados midiaticamente, bem como um envolvimento cotidiano paralelo a partir dos personagens esportivos construídos pela grande mídia.

Para Barreta (2012), recorreremos à mídia para nos atualizar e conhecer temas que não podemos presenciar. E os meios de comunicação de massa são a ferramenta utilizada para isso, pois são fontes de informação e tem conhecimento de decisões, ações, fatos que ocorrem em cenários de seu interesse e/ou que o afete, como o campo esportivo. Por isso, mesmo concordando com Hohlfedlt (1997, p. 43) quando este diz que o agendamento ainda não atingiu o status de teoria, pois ainda é “um sistema aberto, sempre inacabado, infenso ao conceito de ‘erro’ característico de uma teoria”, entendemos que o agendamento é uma estratégia em vigorosa atividade na mídia estudada aqui, em construção, transformação, mas constitutiva da práxis social, mercadológica e simbólica de nossa sociedade. Neste aspecto foi isto que observamos na audiência do jogo AxB, quando os próximos eventos midiáticos relacionados à Copa 2014 foram as principais abordagens da transmissão, reforçando aqui nosso posicionamento: o de que a Copa 2014 é um evento midiaticizado e que só existe enquanto realidade mediada, principalmente pela televisão.

Desde 2007 sabe-se que a Copa 2014 será realizada no Brasil, de 12 de junho a 13 de julho do mesmo ano, com jogos em oito cidades-sede: Manaus, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, Brasília, Cuiabá, Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Porto Alegre. Como megaevento é um grandioso espaço de discussões sobre as equipes, as



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

condições infraestruturais, de mobilidade, prestação de serviços e, sobretudo, dos prognósticos sobre resultados que, muitas vezes, percebem-se, realmente, quase previsíveis.

Antes e durante a transmissão do jogo amistoso AxB, percebe-se que o agendamento midiático da TV Globo para a Copa 2014 vai muito além do esporte, envolve vieses político e econômico, com narrativas de positividade para a sua realização que não admitem nenhuma outra abordagem que não envolva a sua perfeita realização.

### **TV GLOBO - TRANSMISSÃO DO JOGO E AGENDAMENTO**

O jogo AxB aconteceu em 05 de março de 2014 e teve como principal justificativa o chamamento para os 100 dias que faltavam para o início da Copa 2014, contudo, o agendamento midiático inicia-se há pelo menos 20 dias antes do amistoso, com intensa grade de programação composta por reportagens testemunhais nos diversos programas jornalísticos e esportivos da TV Globo, bem como em vinhetas na grade comercial entre estes programas. A culminância do agendamento midiático acontece no próprio jogo, contudo, o programa esportivo Globo Esporte realiza a última inserção promocional da partida anunciando horário e local de realização.

Ao vivo, o narrador Galvão Bueno e o comentarista esportivo Roberto Casa Grande iniciam os trabalhos de transmissão poucos minutos antes das 14:00 horas, horário de Brasília. Além dos comentários sobre alguns jogadores que ainda poderiam ser convocados para a Copa 2014, chamou-nos atenção os comentários positivos sobre a realização da última Copa do Mundo em 2010, na África do Sul, com destaque para o legado das estruturas esportivas, a melhoria dos sistemas de transporte e infraestrutura dos aeroportos, com clara observância de que semelhante situação ocorrerá no Brasil por conta do megaevento.

A equipe de transmissão foi composta pelo narrador e comentarista já citados, bem como pelo comentarista de arbitragem Arnaldo Cesar Coelho e os repórteres de campo Mauro Naves e Tino Marcos, este, que antes do início da partida realiza uma entrevista com o Técnico da Seleção, Luiz Felipe Scolari que fala positivamente da equipe, mas interrompe sua narrativa por conta do som das vuvuzelas, o que fez com que Galvão Bueno iniciasse uma narrativa sobre Nelson Mandela, os sentimentos ainda presentes pelo seu falecimento, as homenagens encabeçadas pelo atual presidente daquele país, Jacob Zuma, com o número da sela onde permaneceu preso durante anos, o mesmo estando estampado nas camisas das duas



## V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

seleções. O narrador também destaca a simbologia da partida: o país que sediou a última copa e o país que sediará a copa atual.

Iniciada a partida, quanto ao agendamento aqui estudado observou-se as seguintes enunciações:

### QUADRO 01: Enunciações na transmissão do jogo de futebol: África do Sul x Brasil (05/03/2014)

Momento (h/min/seg)	Enunciador	Enunciação
<b>1º PERÍODO</b>		
00:00:01	Galvão Bueno	A Copa do Mundo 2010 na África do Sul: a derrota do Brasil e a vitória da Espanha
00:00:50	Tino Marcos	Motivação do capitão da seleção brasileira durante o aquecimento ao afirmar que aquele momento é um importante passo para a Copa 2014.
00:03:00	Galvão Bueno	A proximidade da Copa 2014 e os amistosos que outras seleções mundiais estão fazendo (51 amistosos naquele dia)
00:05:00	Galvão Bueno	90 dias para o 1º jogo do Brasil
		Calendário da seleção até a Copa (Convocação, Jogos do Brasil e Datas)
00:09:00	Galvão Bueno	Convocação definitiva da seleção (data: 07 de maio)
00:09:50	Galvão Bueno	Gol do Brasil (Oscar) – B 1 X 0 A
		Galvão Bueno erra, se distrai e não narra o gol. Pede desculpas pela distração
00:11:00	Galvão Bueno	Os confrontos do Brasil contra a África do Sul
00:13:00	Mauro Naves	Público do jogo: 35.000 espectadores
00:14:00	Galvão Bueno	Os próximos jogos da seleção antes da Copa 2014: 03/06 – Panamá, 06/06 – Sérvia, 12/06 – estreia na Copa contra a Croácia
00:22:00	Galvão Bueno	A Copa 2014, elogio aos estádios da África – conservação – o legado deixado pela Copa 2010.
00:30:00	Galvão Bueno, Tino Marcos e Mauro Naves	Possíveis jogadores que podem ser convocados para a Copa 2014 – Convocação
00:34:00	Galvão Bueno	Convocação definitiva para a Copa 2014 – 07 de maio
00:40:00	Galvão Bueno	Gol (Neymar) B 2 X 0 A
00:42:00	Galvão Bueno e Casa Grande	Os jogos que a seleção brasileira fará na primeira fase da Copa 2014
00:45:00	Galvão Bueno	O amistoso é bom para a preparação da seleção
<b>INTERVALO</b>		
	GLOBO	Emissora Oficial: Coca Cola / Listerine / Hyundai
	COCA-COLA	Tema: Copa 2014 (Promoção das garrafinhas)
	JONHSON &	Tema: Copa 2014
	HYUNDAI	Tema: Copa 2014 (aumentar a garantia de 4 para 5 anos se o Brasil for campeão)
	Galvão Bueno	Apuração Carnaval
	GLOBO	Emissora Oficial: Brhama / Nestlé / Itaú / Magazine Luiza
	ITAÚ	Tema: Copa 2014
	NESCAU	Tema: Atividade física e não ao sedentarismo
	MAG. LUIZA	Tema: Copa 2014
	BRAHMA	Tema: Copa 2014
	Mauro Naves	Percurso de convocações e preparação para a Copa 2014 – Comparação com a Copa 2012
	MC DONALDS	Tema: Copa 2014 (promoção sonho de craques)



## V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

	NETSHOES	Tema: esportes
	SADIA	Frango sem hormônio
	SEBRAE	Consultoria e Negócios
	HAVAIANAS	Praia – moda verão
	SHELL	Gasolina V-power
	Galvão Bueno	Lista de Convocados
		Melhores Momentos
		Estatística dos jogos da seleção com o Felipão
		Seleção muda o uniforme e apresenta o uniforme que usará na Copa 2014
<b>2º PERÍODO</b>		
00:00:21	Galvão Bueno	Gol (Neymar) B 3 X 0 A
00:05:00	Galvão Bueno	A proximidade da Copa 2014 – 100 dias
00:08:00	Galvão Bueno	Apresentação dos convocados – 26 de maio
		1º jogo da Copa 2014 – Brasil x Croácia
00:19:00	Galvão Bueno	Preparação dos jogadores para a Copa 2014
00:20:00	Galvão Bueno	Os jogos amistosos de 03 e 06 de Junho (Goiânia e São Paulo)
00:23:00	Galvão Bueno	1ª rodada da Copa: Croácia / México / Camarões
00:27:00	Galvão Bueno	A Copa 2014
00:32:00	Tino Marcos	Planos de Felipe Scolari para a Copa 2014
00:33:00	Galvão Bueno	O uniforme da Seleção
00:34:00	Galvão Bueno	Gol (Fernandinho) B 4 X 0 A
00:38:00	Galvão Bueno	Calendário de atividades da seleção antes da Copa
00:45:00	Galvão Bueno	Gol (Neymar) B 5 X 0 A
<b>FINAL</b>	GLOBO	Emissora Oficial: Coca Cola / Listerine / Hyundai
	COCA-COLA	Tema: Copa 2014 (Promoção das garrafinhas)
	JONHSON &	Tema: Copa 2014
	HYUNDAI	Tema: Copa 2014 (aumentar a garantia de 4 para 5 anos se o Brasil for campeão)
	OI	Promoção Oi
	Mauro Naves	Entrevista com Thiago Silva (capitão da seleção): fechamento da fase de preparação e descanso por 3 meses
	Galvão Bueno	Calendário de atividades da seleção antes da Copa

Fonte: Transmissão da TV Globo (canal aberto) do jogo amistoso de futebol África do Sul x Brasil, em 05/03/2014

- Enunciações diretamente ligadas ao agendamento midiático para a Copa 2014.
- Enunciações relacionadas indiretamente ao agendamento midiático para a Copa 2014.

### APONTAMENTOS CONCLUSIVOS

A TV Globo, ao transmitir o jogo AxB e o telespectador ao assisti-lo instauram um contrato de leitura (VERÓN, 2004), onde o agendamento das mídias e o interesse público se coadunam a partir da aceitação, atualidade e empatia. Percebe-se com a transmissão do jogo AxB que a mídia televisiva constrói o acontecimento esportivo como um espetáculo que é movido por uma cultura de massas e pela busca aos índices de audiência, mercadorizando o fato, produz sentidos e constrói simbolicamente o acontecimento.



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

Percebe-se com a análise da transmissão do jogo AxB que o discurso midiático esportivo que agenda a Copa do Mundo de Futebol 2014, é superficial do ponto de vista crítico, apenas reforçando as abordagens já desenvolvidas na grade regular da emissora de TV. Os discursos voltados para os temas dos legados estruturais, políticos, culturais e financeiros proporcionados pela Copa do Mundo de Futebol alicerçam o agendamento estudado. Contudo, observou-se uma forte demanda noticiosa sobre os próximos eventos relacionados à Copa 2014: os próximos jogos amistosos da seleção brasileira; a convocação definitiva dos jogadores; e a primeira rodada do grupo de Brasil na Copa 2014, encabeçam o agendamento durante a transmissão do jogo AxB. A grade comercial antes, durante e após a transmissão do jogo reforça o agendamento na medida em que tematiza a Copa 2014 e pauta o consumo e a mercadorização ao imbricar informação, publicidade e entretenimento.

Conclui-se que a temática voltada ao legado que a Copa do Mundo pode proporcionar ao país é uma das mais presentes na transmissão, ao lado dos próximos eventos antes e durante a Copa 2014. Destaca-se aqui a ausência de criticidade quanto ao desenvolvimento e pontos negativos que a organização vem enfrentando, reforçando aqui a teoria da espiral do silêncio. Destaca-se a ausência de pontos de discussão essenciais para a Copa do Mundo, como os legados relacionados ao meio ambiente, à cultura de uma ideia de brasilidade, assim como as iniciativas bem sucedidas ocorridas nas sedes anteriores das Copas de 2010 e 2006, como a auto sustentabilidade das instalações, o foco em ciclovias e calçadas e a ausência de investimento público em instalações privadas. Desta forma, percebemos um agendamento midiático mercadorizado, acrítico, pautado na audiência e de destaque apenas para a positividade em ser uma sede de uma Copa do Mundo de Futebol.

### **REFERÊNCIAS**

ALCANTARA, Hélio. A magia do futebol. Estudos Avançados. v. 20, n. 57, 2006.

BARRETA, Leonardo Medeiros. Da opinião pública aos jornais: o contra agendamento nas eleições presidenciais brasileiras de 2006 e 2010, nas páginas da Folha de São Paulo. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual de PontaGrossa, 2012, 122 p.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2010.



## **V CONGRESSO SUDESTE DE CIÊNCIAS DO ESPORTE**

Tema: Educação Física/Ciências do Esporte: políticas, dilemas e controvérsias.

25 a 27 de Setembro na Universidade Federal de Lavras (MG)

- DaCOSTA, L. P.; MIRAGAYA, A. Estado da Arte do Conhecimento sobre Legados de Megaeventos Esportivos no Exterior e no Brasil. In: DaCOSTA, L. P. et al. (Ed.). Legados de megaeventos esportivos. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 33-45.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. 3 ed., Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- McCOMBS, Maxwell E. The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, v. 43, n. 2, Spring, 1993.
- MEZZARROBA, Cristiano; PIRES, Giovani de Lorenzi. Os jogos pan-americanos rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo: um estudo de recepção com escolares. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. Florianópolis, v. 33, n. 2, p. 337-355, abr./jun. 2011.
- MORIN, E. O espírito do tempo. 2. ed., São Paulo: Forense, 1969.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. La espiral del silencio – Opinión Publica: nuestro papel social. Barcelona: Paidós, 1995.
- SAVENHAGO, Igor José Siquieri. Futebol na TV: evolução tecnológica e linguagem de espetáculo. *Verso e Reverso*. XXV(58):22-31, janeiro-abril, 2011.
- TAVARES, Otávio. Megaeventos esportivos. *Movimento*. Porto Alegre, v. 17, n. 03, p. 11-35, jul/set de 2011.
- TOLEDO, Luiz Henrique de. No país do futebol. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- VERÓN, Eliseo. Dresch, Vanise (trad.) O Espaço da suspeita. In: *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo-RS: UNISINOS, 2004. Pág. 159-182.

---

<sup>1</sup> Mestrando em Comunicação pelo PPGCOM/UFPI. Especialista em Supervisão Escolar pela UFRJ e Educador Físico licenciado pela UFPI. Prof. da Faculdade do Médio Parnaíba – FAMEP. E-mail: fabiosoares.com@hotmail.com

<sup>2</sup> Mestre em Educação pelo PPGed/UFPI. Licenciado em Biologia pela UFPI. Prof. da Universidade Estadual do Piauí-UESPI. E-mail: garotinhopi@gmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Profa. do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPI e do Departamento de Educação Física da UFPI. E-mail: janetepascoa@yahoo.com.br