



PÁGINAS DE UMA AGENDA: O AGENDAMENTO MUDIÁTICO PARA COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DE 2014

Hudson Pablo de Oliveira Bezerra
Bertulino José de Souza
Helder Cavalcante Câmara

RESUMO

Mediante a relação estabelecida entre a mídia e as práticas esportivas na atualidade, é necessário adotarmos posturas críticas e reflexivas para que possamos compreender com autonomia os elementos e interesses postos nessa relação. No cenário brasileiro, em que o país conquista o direito de sediar os dois maiores eventos de competição esportiva, a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas em 2016, essa relação certamente será intensificada, e, dessa forma, devemos estar atentos para não sermos apenas consumidores passivos das informações midiáticas. Portanto, na busca por compreensões sobre essa relação, objetivamos neste trabalho refletir sobre o agendamento midiático para a Copa do Mundo de Futebol de 2014, assim, a pesquisa investigou os telejornais Esporte Fantástico (Rede Record) e Esporte Espetacular (Rede Globo) durante o mês de abril de 2010.

Palavras-Chave: *Mídia; Copa do Mundo de 2014; Agendamento.*

PAGES FROM A DIARY: THE AGENDA-SETTING FOR WORLD CUP SOCCER 2014

ABSTRACT

Through the relationship established between the media and sports nowadays, it is necessary to adopt positions critical and reflective so that we can understand with the elements and autonomy interests put in this relationship. Brazilian scenario, where the country won the right to host the two biggest events of sports competition, the World Cup the Futbool in 2014 and the Olympics in 2016, this relationship will surely be intensified, and thus we must be careful not just be passive consumers of media information. The search for understanding about this relationship, this study aimed to reflect on the agenda-setting for the World Cup the Futbool 2014, so, the research investigated the TV news Esporte Fantástico (Rede Record) and Esporte Espetacular (Rede Globo) during the month of April 2010.

Keywords: *Media; World Cup 2014; Agenda-setting.*



PÁGINAS DE UN DIARIO: AGENDA-SETTING DE LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL 2014.

RESUMEN

A través de la relación establecida entre los medios de comunicación y el deporte hoy en día, es necesario adoptar posiciones críticas y reflexivas para que podamos obtener entendimiento con los elementos y los intereses de la autonomía puesto en esta relación. Escenario brasileño, cuando el país ganó el derecho a organizar los dos eventos más importantes de la competición deportiva, la Copa Mundial de Fútbol en 2014 y los Juegos Olímpicos en 2016, esta relación seguramente se intensificará, y por lo tanto debemos tener cuidado no sólo ser consumidores pasivos de información multimedia. Por lo tanto, la búsqueda de la comprensión de esta relación, este estudio tuvo como objetivo reflexionar sobre el agenda-setting para la Copa Mundial de Fútbol 2014, tanto para el trabajo investigó los noticieros Deporte Fantastico (Rede Record) y deporte espectacular (Rede Globo) durante el mes de abril de 2010.

Palabras Claves: Medios de comunicación; Copa Mundial de 2014; Agenda-setting.

INTRODUÇÃO

Penetrar nas veredas que nos guiam as discussões sobre esporte é estar entregue a um percurso construído entre o fascínio e a dúvida. Esse fascínio é encontrado na capacidade de promover uma transcendência dos sujeitos da realidade para um “mundo” tecido no domínio das emoções, porém, de forma oposta, provoca dúvidas pelo poder de satisfação e dominação que exerce nas relações sociais e na vida das pessoas.

No contexto atual as manifestações das práticas esportivas dominam um amplo espaço da vida social e cultural das pessoas. Através de diferentes formas e com objetivos distintos elas adentraram e se fixaram no imaginário popular passando a influenciar as relações sociais dos diferentes grupos populacionais e instituições (BRACHT, 2009). Entretanto, destacamos que o esporte é hegemonicamente consumido na sua forma de maior espetacularização, ou seja, através do esporte de alto rendimento, especialmente durante a realização de competições esportivas.

Nesses eventos, a ampla abrangência e a representatividade social, faz com que se depositem múltiplos interesses na sua realização e participação. Diante disto, a mídia destacar-se-á por utilizar do esporte, em especial dos eventos de competição esportiva, como conteúdos de informação e entretenimento. Embora o esporte já tivesse sua história firmada antes do aparecimento da mídia, esta conseguiu influenciá-lo e transformá-lo, passando muitas vezes a dominá-lo de acordo com seus objetivos.

Entretanto, elucidamos que uma das instituições da mídia ganha destaque nesse processo, a televisão. A parceria da televisão com o esporte não é recente, todavia decorre de um processo de longa data que se modelou de acordo com as influências históricas, culturais, sociais, políticas e econômicas pelas quais passaram.



A compreensão dos interesses estabelecidos na relação da televisão com o esporte é de fundamental importância para uma atuação crítica e emancipada diante as informações midiáticas na sociedade moderna. Esse fato merece maior atenção no atual cenário brasileiro em virtude do país ter conquistado o direito de sediar as duas maiores competições esportivas do mundo: a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas em 2016.

Em nosso trabalho nos propusemos a refletir sobre o processo de agendamento midiático para a Copa do Mundo de Futebol de 2014 realizado pelos telejornais esportivos *Esporte Fantástico*, da emissora Rede Record, e *Esporte Espetacular*, da emissora Rede Globo. Para tanto, utilizamos metodologicamente de uma pesquisa descritiva de abordagem qualitativa. Os dados para análise foram obtidos a partir de gravações de fitas em vídeo cassete e download nos sites dos referidos telejornais durante o mês de abril de 2010.

Portanto, a partir dos resultados e das discussões realizadas sobre eles, promoveremos reflexões acerca da relação entre os esportes e as instituições midiáticas, especialmente durante a realização dos megaeventos esportivos, para que possamos pensar a melhoria da formação e atuação do profissional em Educação Física no tratamento das informações veiculadas pela mídia sobre os assuntos esportivos.

ESPORTE E MÍDIA: EM QUE SE PAUTA ESSA RELAÇÃO?

Para pensarmos a relação entre a mídia e as práticas esportivas na atualidade, torna-se necessário recorrermos a processos investigativos que se proponham a compreender os elementos conectivos dessa relação. Nesses estudos, as estratégias devem versar para além do simples conhecimento da realidade, e avançar no sentido de usufruir dos conhecimentos produzidos na formação de pessoas em diferentes contextos sociais, dentre eles, o contexto da Educação.

Para entendermos sobre a mídia, nos embalamos nas ideias de Gastaldo (2009, p. 353) onde o autor faz os seguintes esclarecimentos:

Em termos do senso comum, se entende por “mídia” os “meios de comunicação de massa” [...], ou seja, os veículos de comunicação, tomadas como dimensão tecnológica, que, a partir da produção centralizada, veiculam seus produtos de modo “massificado”, isto é, a um público numeroso e indistinto, sem levar em conta a individualidade de cada um dos participantes deste público.

No entendimento apresentado por Gastaldo (2009) a mídia seria o instrumento responsável por transmitir ou mediar informações entre “produtores” e “receptores”. Dessa forma, as investigações dos processos de mediações são importantes, pois questionam as posturas e objetivos adotados pelos produtores das informações e a forma como são percebidas e recebidas pela população.

Para Ramos (2002, p. 98):

A mídia é propriamente um veículo. E como um veículo de mensagem está longe de ser neutra. A mediação midiática, se podemos expressar assim essa tautologia, flexiona o



conteúdo, embora tenha, como ponto de partida para esta flexão, algo que lhe é exterior de modo essencialmente heterogêneo.

Com base nessas ideias compreendemos que a mídia enquanto veículo de formação e informação perde sua neutralidade, visto que é “veículo” e será guiado a partir dos interesses de seus condutores.

Todavia, os processos de mediação dos assuntos esportivos possuem características que lhe permitem se diferenciar das demais categorias de informação e entretenimento veiculados pela mídia. Na atualidade, percebemos que diversas são as estratégias de mediação que utilizam o conteúdo esportivo para a veiculação de informações, e na mesma proporção, encontramos uma grande quantidade de pessoas que consomem ou recebem as informações midiáticas sobre esse fenômeno social. Para tanto, é importante estarmos em alerta para o que nos diz Betti (1997, p. 1), “o uso do esporte pela mídia provoca um impacto sobre a maneira como percebemos e praticamos o esporte”.

O apontamento realizado por Betti (1997) nos leva a refletir sobre a relação do esporte com a mídia, visto que, o esporte quando “usado” pela mídia recebe adequações e conceitos que são atribuídos pelos produtores das informações de forma a enquadrá-lo nos objetivos das instituições midiáticas, escondendo na maioria das vezes suas características iniciais, bem como, atribuindo novas características que não são encontradas em sua prática.

Neste processo de mediação das informações esportivas o meio televisivo ganha destaque. Através de diferentes estratégias, este veicula informações sobre os esportes, especialmente sobre suas competições. Em sua grade de programação são evidenciadas marcas das práticas esportivas através de diferentes programas, dentre elas, destacamos as marcas firmadas pelos telejornais esportivos. Esse gênero de programa televisivo vem cada vez mais ganhando destaque nas diferentes emissoras da televisão brasileira.

Sobre os telejornais esportivos, Silva e Marchi Junior (2009, p. 11) destacam que é:

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 algumas especificidades que 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 uma leitura da notícia.

Contudo, essa fusão tem algumas implicações, visto que, os assuntos esportivos veiculados por esse gênero de jornalismo exageram no sentimento e emoção, e deixam a desejar na coerência e objetividade, como forma de apreender para seus espaços uma quantidade maior de pessoas que se envolvem sem uma análise crítica das informações que estão recebendo.

De acordo com Souza (2006, p. 6) “por mobilizar um número maior de sentidos, a televisão está sempre à procura daquilo que desperta emoção nas pessoas”. Quanto aos espaços do telejornalismo, “esta procura se manifesta no caráter melodramático emprestado às reportagens”.

Diante destas características, evidenciamos que diversas foram às mudanças ocorridas nas estruturas midiáticas para utilização dos conteúdos esportivos em suas transmissões, todavia a recíproca



também é verdadeira. Como cita Costa (2007, p. 8) “se por um lado os meios de comunicação se especializaram para adentrar o universo do esporte e colocá-lo em sua pauta, por sua parte o esporte fez sérias concessões na sua parte atlética e competitiva para atender os interesses midiáticos”. Dessa forma, é perceptível que, não só a mídia, em especial a televisão, realizou modificações para se adequar ao esporte, mas esse também realizou inúmeras modificações para servir aos interesses das instituições midiáticas. Temos assim uma troca mútua de interesses.

Na opinião 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 imprensas a elas associadas”. É diante dessa poderosa estratégia de venda e comercialização de produtos que a mídia tem a cada dia estreitado os vínculos com os assuntos esportivos.

Comprendemos a televisão como um dos meios de comunicação de maior expressividade no cenário brasileiro. Esta é utilizada como fonte inesgotável de formação e informação, todavia, é importante que também a reconheçamos, sobretudo como fonte de dominação e alienação.

Dessa forma, é importante analisarmos este veículo de informação para que possamos compreender os diferentes objetivos que se colocam nos seus processos de mediação, especialmente durante a veiculação de assuntos do meio esportivo. Mais do que isso, como esse processo “contamina” as pessoas e faz com que o cidadão comum acredite que o que ele vê é a expressão da verdade.

A televisão para Betti (1997, p. 41), apresenta:

Uma realidade já pronta, que não atinge a criatividade do receptor; acarretando a perda do direito de escolha e da livre concentração, e estabelece com o espectador uma relação guiada por interesses mercadológicos. [...] A televisão impõe um novo imaginário.

Complementando, Betti (1997, p. 41) argumenta que “a linguagem-imagem da televisão compõem-se de estereótipos que despertam o inconsciente do telespectador, e assim demonstram como devem comportar-se de acordo com os desejos do sistema”. Esta os prende em estruturas que são imperceptíveis, porém respeitáveis, de forma que não oportunize autonomia crítica para refletir sobre o que é recebido.

Sobre a padronização de comportamentos implantados pela televisão, Costa (2007, p. 9) fala que “o fascínio que as imagens exercem nas pessoas convida-os a adentrar no mundo performático da mídia. A realidade dos meios de comunicação, de certa forma, passa a ser a realidade do cotidiano”. Assim, com estas características, a televisão funciona como um vetor determinante de comportamentos, especialmente pelo grande fascínio que provoca nas pessoas, levando muitas vezes a um estado de falsa consciência sobre a “realidade apresentada” e a “realidade vivida”.

Quando juntamos o fascínio provocado pela televisão ao fascínio provocado pelo esporte moderno, especialmente o esporte como forma de espetáculo nas competições de prestígio nacional e internacional, estamos diante de um poderoso arsenal de entretenimento população. Isto acontece pela capacidade de proporcionarem um envolvimento emocional sem a necessidade de maiores reflexões a respeito do que é transmitido.



Refletindo sobre esta parceria, Silva e Marchi Júnior (2009, p. 7) argumentam que “através do poder de suscitar emoções, a televisão encontra nos eventos esportivos momento bastante adequado para explorar o imaginário do indivíduo”. Ou seja, esta utiliza deste espaço onde o racionalismo está marginalizado para incutir valores e significados ao telespectador.

Dessa forma, segundo Mezzaroba (2009, p. 2):

O esporte contemporâneo passou a ser um conteúdo apropriado às novas tecnologias, principalmente a televisiva, e o uso destas, “naturalizou-se” em nossas vidas e cada vez mais ocupam nosso tempo de lazer – lazer midiático – que é caracterizado pelo entretenimento e pelo consumo.

É importante também destacarmos que dessa relação surge um personagem, que talvez seja o protagonista maior de toda a história, o telespectador. São eles que conferem sentido para as transmissões televisivas e com o esporte a televisão tem potencializado essa conquista.

Com as transmissões dos eventos esportivos a televisão tem levado os telespectadores a um estado de alienação, que é caracterizado essencialmente pela ilusão de que ao “participarem” dessas transmissões se tornarão esportistas ou autoridades nos assuntos do esporte. Todavia, pensando a estrutura da mediação televisiva, enfatizamos que a participação destes restringe-se praticamente a recepção, visto que, todo conteúdo transmitido é previamente elaborado. Entretanto, assiste-se na atualidade em alguns espaços da mediação esportiva aberturas para uma tentativa de interação entre os produtores e os receptores das informações, tais como os comentários que podem ser feitos durante as partidas de futebol via email.

Embora a capacidade de interferência da televisão nos telespectadores pareça somente negativa, essa também desperta a capacidade de argumentação quanto a assuntos debatidos no meio esportivo. E, para que isso seja ampliado qualitativamente, necessitamos trabalhar as informações de forma crítica e reflexiva para que os receptores consigam apreender os detalhes da relação entre o esporte e a mídia.

Destacamos ainda que a atuação da televisão na transmissão do esporte traz, dentre outras consequências, à fragmentação e a distorção das práticas esportivas. Para Betti (1997, p. 37) esse fato acontece por que:

A televisão seleciona imagens esportivas e as interpreta para nós, propõem um certo “modelo” do que é “esporte” e “ser esportista”. Mas, sobretudo, fornece ao telespectador a ilusão de estar em contato perceptivo direto com a realidade, “como se estivesse olhando através de uma janela de vidro”.

Essa “janela de vidro” é acessada facilmente pela população através de seus lares, todavia, “a imagem que o telespectador vê produz apenas certas condições de percepção do original, uma reprodução que passa pela limitação dos próprios códigos televisivos. [...] Ele só verá o que a câmera lhe mostrar” (BETTI, 1997, p. 38).

Com as técnicas de som, imagem, efeitos especiais, dentre outras, adotadas pela televisão na transmissão dos eventos esportivos, Pires (2006, p. 4) conclui que “estas são condições tecnológicas que



visam compensar a substituição da experiência subjetivamente vivida pela mediação televisiva”. Isto é, uma busca por compensar as faltas que as imagens da televisão têm em relação ao contexto das práticas esportivas, além de trazer elementos que não podem ser encontrados na realidade.

Dessa forma, segundo Alves Júnior (2008, p.17) “com a aplicação de novas tecnologias de comunicação no campo da transmissão eletrônica do esporte, o espectador, presente no local da disputa, e o telespectador, que assiste a televisão, consomem espetáculos diferentes”. Embora assistamos ao mesmo espetáculo, os meios pelos quais estes são apreciados nos deixam diante de situações diferentes. Na apreciação da realidade somos os responsáveis pelas escolhas do que queremos ver, na transmissão midiática somos seres passivos que na maioria das vezes apenas recebemos informações pré-digeridas.

Segundo Betti (1997), o telespectador que consome as transmissões esportivas é impedido de realizar uma reflexão crítica, bem como de localizar os sentidos ocultos e as intencionalidades das transmissões por consequência da fragmentação, da velocidade, da reconstrução da realidade, do rebaixamento das exigências intelectuais e do impacto direto sobre o plano emocional causado pelas imagens.

Compreendemos que é diante estas características que as instituições midiáticas conseguem estabelecer o seu “reinado”. A falta de conhecimento e de uma formação crítica impede que esses se “libertem” das emoções para agir através de posicionamentos racionais. Tornam-se assim, “escravos” dos produtores das informações. Como diz Marcondes Filho (2002, p. 19) “uma sociedade sem crítica é uma sociedade morta: o componente humano sede lugar às relações maquínicas, aos processos tecnológicos marcados por inteligências artificiais e estúpidas”.

Dessa forma, qual seria a solução para mudarmos esse perfil de telespectador? Que estratégias deveríamos utilizar? Quais as consequências dessa mudança? Certamente são questionamentos de difíceis respostas, porém acreditamos que para podermos tentar responde-las devemos inicialmente problematizarmos as relações entre a mídia e o esporte.

Em nosso estudo, a problematização desta relação acontece diante um “elemento” de grande importância para a população brasileira, ou seja, a realização de Copas do Mundo de Futebol. Acreditamos que durante a realização desse evento os interesses midiáticos e envolvimento da população brasileira se intensificam. Segundo Gastaldo (2002, p. 22) “uma Copa do Mundo representa para os brasileiros o verdadeiro momento ritual de celebrar a nacionalidade”. É através do fascínio provocado por essa competição, e pela confiança que depositamos na seleção nacional “que temos nos pensado enquanto nação e povo” (BITENCOURT, 2009, p. 174).

Diante disto, como se constituirá a relação da mídia com a Copa do Mundo de Futebol em 2014 que será sediada no Brasil? Para pensarmos essa relação direcionaremos nossos olhares ao processo de agendamento que a televisão, especialmente os telejornais esportivos, tem realizado para a realização desse megaevento.

ATENÇÃO! PROCURA-SE PÁGINAS DE UMA AGENDA.

Nosso estudo se apropria da Teoria do Agendamento para pensar a relação do esporte com a mídia, especialmente da televisão com a Copa do Mundo de Futebol de 2014 que será sediada pelo Brasil. De acordo com Mezzaroba (2009, p. 3) “o conceito de agendamento é apenas uma tradução do *agenda-setting* no inglês”, que resumidamente significa o processo de discussão e debate organizado pela mídia que acontece antes da realização de um evento.



Tomando como base os estudos Baibich (2007, p. 15) o *agenda-setting*, ou também, Teoria do Agendamento, “surgiu de um estudo de Maxwell McCombs, em 1968”. Neste estudo, McCombs “analisou os efeitos dos meios de comunicação de massa em eleitores indecisos” e chegou à conclusão de que “os acontecimentos e questões enfatizadas pela mídia entram na agenda de discussões do público que acompanha os meios de comunicação. A mídia determina os assuntos que serão tratados por seu público”.

Baibich (2007, p. 16) também argumenta que:

A mídia serve segundo esta teoria, como meio pelo qual o público constrói seu conjunto de assuntos de interesse. A teoria do agendamento não fala em uma influência direta da mídia na opinião do público, mas ela tem o papel decisivo de definir quais os tópicos merecem opinião e interesse de quem está atento aos veículos de comunicação.

Assim, de acordo com essa teoria a mídia seria responsável pela construção da pauta de temas para o debate público, apresentando o que lhe desperta interesse e escondendo o que não lhe interessa. Ainda, “além de exercer este papel de ‘mestre-de-cerimônias’, e determinar os problemas que serão debatidos na sociedade, a mídia também determina o nível de importância que cada tema adquire neste debate” (BAIBICH, 2007, p. 16).

O agendamento midiático seria assim um processo de longo prazo, que aos poucos e continuamente oportunizaria o debate para a formação de opiniões e a preparação para a realização dos eventos, no caso específico do nosso trabalho, a Copa do Mundo de Futebol de 2014.

Com base em Mezzaroba e Pires (2009, p. 3) compreendemos, o agendamento como:

Um processo relacional entre a agenda jornalística e a agenda pública, em que há uma tentativa de alguns grupos (financeiros, econômicos, políticos e a própria mídia) em pautar termos 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 tem uma relação de interação com a opinião pública, assim como com grupos privados ou da esfera pública, fazendo com que, em sua operacionalização, vários campos se cruzem.

Embasados nesse entendimento do processo de agendamento, nos propusemos a analisar como os telejornais esportivos estão agendando a Copa de 2014 e quais as intenções desse processo. Nossa pesquisa aconteceu durante o mês de abril de 2010 e teve como espaço de investigação os telejornais esportivos: *Esporte Fantástico* transmitido aos sábados pela emissora Rede Record e *Esporte Espetacular* transmitido aos domingos pela emissora Rede Globo.

Na coleta do material de análise, utilizamos da gravação de fitas através de vídeo cassete e das reportagens disponibilizadas para download nos sites dos programas *Esporte Fantástico* (http://www.rederecord.com.br/programas/esportefantastico/_home.asp) e *Esporte Espetacular* (<http://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/>).



No material coletado foram apresentadas 129 reportagens. Para análise, separamos e classificamos inicialmente as reportagens dentro de categorias (grupos estabelecidos para aglutinar reportagens sobre a mesma temática). Nestas reportagens foram citadas inúmeras modalidades esportivas, entretanto, uma recebeu maior destaque, que para nós não foi surpresa, o **futebol**. Com 79 reportagens essa categoria foi reclassificada em subcategorias como: **clubes de futebol**, onde foram apresentadas reportagens sobre os clubes de futebol brasileiro tais como: Portuguesa Santista, São Paulo, Santo André, Botafogo, Corinthians, Palmeiras e Santos, sendo que esta última obteve o maior número de reportagens em vista do bom desempenho acompanhado nas competições realizadas no período das gravações.

Além desta, obtivemos ainda subcategorias referentes à: **futebol inclusão e superação; mulher e futebol; campeonatos estaduais; futebol internacional; locutores de futebol; futebol e lazer; humor e futebol; história do futebol; mascotes do futebol; futebol nas academias; escândalos, polêmicas e fraudes; personagens e fatos marcantes; e, Copa do Mundo de Futebol de 2010**. Esta última obteve destaque dentre as demais subcategorias do futebol em vista da proximidade da realização do evento, e abordou assuntos como: opinião popular sobre a convocação dos jogadores para a Copa; as instalações que receberiam as seleções na África do Sul; a contagem regressiva dos dias para o início da copa; retrospectiva de gols marcados em copas anteriores; apresentação das cidades sedes dos jogos do mundial; figurinhas do álbum oficial da Copa de 2010; discussão sobre a convocação do jogador Neymar para integrar a seleção brasileira; apresentação das feras do mundial; os países participantes; entre outros.

Compondo as demais categorias das reportagens apresentadas tivemos: **vôlei; atletismo; disputas automobilísticas; esportes radicais; basquete; esporte na mídia; recordes; natação; corrida aérea; boxe; futsal; nado sincronizado; hipismo; beisebol; ginástica artística; ciclismo; judô; paraolimpíadas; handebol; rali; tênis e Educação Física escolar**.

Diante do exposto, percebemos uma grande variedade de informações nas reportagens coletadas, especialmente no que concerne as modalidades esportivas. Entretanto, como apresentamos, o futebol ganha a ponta e destaca-se como mais citado.

Todavia, questionamos, e o agendamento para a Copa do Mundo de Futebol de 2014 aconteceu durante as gravações dos telejornais Esporte Fantástico e Esporte Espetacular no mês de abril? Diríamos inicialmente que não, visto que não obtivemos nenhuma reportagem que fizesse referência ao megaevento delimitado. Entretanto, foi a partir dessa “ausência” de agendamento que promovemos algumas reflexões sobre a relação da mídia com os esportes.

Afinal, o que aconteceu com o agendamento para a Copa de 2014? Ou será que não aconteceu? Certamente não apresentaremos uma resposta fechada para o caso, mas levantaremos algumas hipóteses para refletirmos e podermos compreender as causas dessa ausência.

Primeiramente, compreendemos que, se não obtivemos reportagens sobre a Copa do Mundo de 2014 nas edições analisadas, outras tiveram destaque. Na edição jornalística, para se tornar notícia às informações são selecionadas com base em critérios previamente estabelecidos. Segundo Sousa (2006, p. 2), a seleção da notícia no jornalismo esportivo, como em qualquer produto jornalístico, é:

Um processo norteado pelos critérios de noticiabilidade universais à atividade de produção e transformação de acontecimentos em fatos notáveis. Também no noticiário esportivo, tem mais chance de se tornar notícia o que é factual, que desperta o interesse



do público, que atinge o maior número de pessoas, que seja inusitado ou curioso, que seja novidade e que apresente bons personagens.

A temática da Copa do Mundo de Futebol de 2014 certamente se enquadra em muitos dos critérios de noticiabilidade apresentados, entretanto não foi selecionada no período analisado pelos “fabricantes” das reportagens.

Esse processo de seleção e decisão do que deve ser notícia é bastante discutido na teoria do Gatekeeper de David White. “O conceito de Gatekeeper (guardião do portão, em inglês) se refere a uma pessoa que deve tomar uma série de decisões”. Assim,

Na teoria de White, o processo de seleção de notícias é concebido como uma série de escolhas, onde um fluxo de notícias deve passar por uma série de “portões” (os famosos Gates), que são momentos de decisão em relação aos quais o gatekeeper (o jornalista) tem de decidir se vai escolher ou não esta notícia, deixá-la passar ou não (BAIBICH, 2007, p. 18-19).

Na conclusão de White os critérios de publicação, ou não, das notícias são arbitrários e subjetivos, e provocam uma distorção involuntária dos fatos. Portanto, tomando como base os resultados apresentados, onde o futebol se destaca como mais citado, verificamos que este se enquadra em muitos dos critérios de seleção apresentados e por isso teria passado pelos “portões” das edições jornalísticas.

A “Copa de 2014” também está relacionada a temática do futebol, e, no entanto não foi citada/agendada nas 79 reportagens classificadas nesse grupo, certamente ficando guardada para outros momentos. Como “justificativa” para esse fato, elencamos com base nas categorias de reportagens mais citadas algumas hipóteses.

Em nossas discussões teóricas expusemos que a mídia adota critérios de noticiabilidade para construção e transmissão de reportagens, sendo a escolha algo “subjetivo”. Assim, durante o período da pesquisa, certamente a temática da Copa de 2014 não atingiu os critérios exigidos, cedendo espaço para outras temáticas.

Esse espaço foi ocupado majoritariamente pelas categorias: **Santos**, “a sensação do momento”, o “arrasa quartelões do instante”, pelo ótimo desempenho da equipe e de seus jogadores no campeonato paulista que realizava-se no período da pesquisa em suas fases finais; **Copa do Mundo de Futebol de 2010**, pela importância e proximidade do evento, que iniciaria no dia 11 de junho do referido ano; **Escândalos, Polêmicas e Fraudes**, pelo interesse do público na vida dos esportistas, pelas denúncias, entre outros.

Portanto, embora não possamos realizar a afirmativa dos reais motivos da ausência direta do agendamento, deixamos como exemplo essas três categorias para que possamos pensar o não agendamento no mês de abril de 2010 para a Copa de Futebol de 2014 nos telejornais esportivos *Esporte Fantástico* e *Esporte Espetacular*.

Compreendemos que essas categorias atingiram os critérios de noticiabilidade exigidos para o momento. No entanto, aqui levantaremos uma hipótese: será que 79 reportagens sobre o futebol não se configuraria como agendamento para a Copa de 2014?



Fazendo analogia a esse fato podemos citar o exemplo da política. Em outubro de 2010 acompanhamos a disputa do pleito eleitoral nas esferas estaduais e federais, no entanto, no período que antecedeu a realização desse evento, foram apresentadas reportagens sobre personagens políticos que possivelmente iriam concorrer a essa disputa, sem fazer referência a ela, (in)conscientemente era realizado o processo de agendamento para esse evento, todavia, não de forma “direta”.

Assim, da mesma forma que na política, acreditamos ocorrer no esporte, especialmente no evento debatido em nosso trabalho, a Copa do Mundo de Futebol em 2014. Que não obtivemos nenhuma reportagem direta sobre esse evento, isso é fato, todavia não podemos nos precipitar e realizar a mesma afirmativa para o agendamento, visto que de forma implícita e (in)consciente este pode ter acontecido no período e espaço investigado.

Não queremos causar uma confusão nos leitores, mas o que chamamos atenção é que, embora não tenhamos obtido nenhuma reportagem sobre a Copa de 2014 nos telejornais e tempo investigado, o agendamento pode sim ter acontecido de forma imperceptível para os telespectadores através da discussão dos inúmeros assuntos sobre futebol, e especialmente sobre a Copa de 2010, visto que muitos das situações discutidas envolverão a realização da Copa de 2014 no Brasil.

Talvez estejamos diante de uma das maiores estratégias da mídia para a comercialização dos seus produtos e aceitação das suas informações, ou seja, para veicular ideias e incutir sentidos, símbolos e significados aos seus receptores não precisa fazê-los de forma explícita, isto pode ser realizado de modo imperceptível, o que gera um estado de falsa consciência e impede que os questionamentos surjam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, percebemos que a relação estabelecida entre o esporte e a mídia, mais especificamente, entre o esporte espetáculo de competições e a mídia televisiva, é intensamente recortada por interesses dos que detém o poder da produção das informações que serão mediadas. Este jogo de interesses acaba por veicular verdades sobre as práticas esportivas que são consumidas sem maiores reflexões pelos telespectadores.

Os telespectadores, como peças centrais do processo de mediação, necessitam despertar para reflexões sobre as informações mediadas. Como apresentamos, a televisão na transmissão de suas informações não oportuniza o desenvolvimento autônomo e criativo dos receptores, para ela, é mais vantajoso o consumo irrefletido. Na relação com o esporte esta segue a mesma lógica, tornando-se ainda mais intensa pela capacidade de suscitar emoções que as práticas esportivas possuem.

Entretanto, é durante a realização dos megaeventos esportivos, tais como, Copa do Mundo de Futebol e Olimpíadas, que esta relação estreita seus laços. Pensando isto, devemos estar atentos para buscarmos compreender que interesses estarão postos na apropriação midiática desses fenômenos, especialmente pelo cenário atual brasileiro, que conquistou o direito de sediar esses dois eventos, a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas em 2016.

Neste trabalho buscamos contribuir para esta compreensão a partir da investigação do processo de agendamento midiático para a Copa de Futebol de 2014. Compreendemos que este que não aconteceu de forma direta nos locais e tempo investigado, porém não podemos afirmar sua ausência completa, visto que, o material coletado nos proporcionou elementos para refletirmos a respeito de estratégias utilizadas pela mídia na seleção das informações a serem mediadas, bem como, da forma implícita de veiculação de informações.



Entendemos também que, para além das reflexões teóricas acerca da relação estabelecida entre os esportes e a mídia é necessário desenvolvermos propostas que possam integrar a teoria e a prática, ampliando os espaços de formação crítica para recepção das informações midiáticas sobre os assuntos esportivos. Dentre estes, apontamos o espaço escolar, especialmente o contexto das aulas de Educação Física, para oportunizarmos reflexões sobre esta relação de forma a atingirmos um contingente maior de pessoa, ultrapassando os espaços acadêmicos para se fazer presente nos espaços sociais mais amplos.

Portanto, é necessário estarmos atento às estratégias e interesses da mídia na veiculação de suas informações, especialmente quando relacionado aos assuntos esportivos. Para isso, faz-se que tenhamos uma formação crítica e emancipada para que nossas práticas de ensino possam proporcionar essa mesma visão aos alunos envolvidos nos processos educativos, especialmente no contexto das aulas de Educação Física quando abordarmos o esporte e sua relação com a mídia, ou seja, o esporte midiático, como conteúdo de nossas aulas.

REFERÊNCIAS:

ALVES JÚNIOR, Dori. **A relação Mídia-Esporte:** um estudo das mensagens esportiva na televisão e seus efeitos na prática da Educação Física escolar, na percepção do professor. Dissertação. UNB: Brasília, DF. 2008.

BAIBICH, André Maluf. **À sombra do futebol:** um estudo sobre a presença do esporte amador em jornais diários de Porto Alegre. Monografia. UFRGS: Porto Alegre, RS, 2007.

BETTI, Mauro. **A Janela de Vidro:** Esporte, Televisão e Educação Física. Tese. UNICAMP: Campinas, SP, 1997.

BITENCOURT, Fernando Gonçalves. Esboço sobre algumas implicações do futebol e da copa do mundo para o Brasil: identidades e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 30, nº 3, p. 173 – 189, maio de 2009.

BRACHT, Valter. **Sociologia crítica do esporte:** uma introdução. 3ª Ed. – Ijuí: Ed. Unijuí, 2009.

COSTA, Sergio Roberto Mendonça. **Nação, comunidade imaginada pela mídia?** O futebol-espetáculo e as identidades nacionais. III ENECULT – Encontro Nacional de Estudos Multidisciplinares e Cultura. Salvador – BA, 23 a 25 de maio de 2007.

GASTALDO, Édison. “O país do futebol” mediatizado: mídia e copa do mundo no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 11, nº 22, jul/dez. p. 352-369, 2009.

_____. **Pátria, chuteiras e propaganda:** o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo: Annablume; São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2002.



MARCONDES FILHO, Ciro. Mídiacriticism ou dilema do espetáculo de massas. In. PRADO, José Luiz Aida (org.). **Crítica das Práticas Midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas.** – São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MEZZARROBA, Cristiano ; PIRES, Giovanni de Lorenzi . **O agendamento esportivo como objeto de pesquisa da Educação Física e como (nova) possibilidade no trato com os conhecimentos da Educação Física Escolar.** In: 8º Congresso Argentino y 3º Latinoamericano de Educacion Física y Ciencias, La Plata, 2009.

MEZZARROBA, Cristiano. Esporte e lazer na perspectiva da indústria cultural: aproximações preliminares. **Esporte e Sociedade.** Ano 4, nº 11, mar./jul. 2009.

PIRES, Giovanni de Lorenzi. **Mídia, Esporte e Ilusão.** FIESLA – Fórum Internacional de Esporte e Lazer. Rio de Janeiro, 2006.

RAMOS, Fernão Pessoa. Sobre a divergência dos meios e as imagens maquínicas. In. PRADO, José Luiz Aida (org.). **Crítica das Práticas Midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas.** – São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SILVA, Camile Luciane da; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. Comunicação televisiva: reflexões e considerações sobre o telejornalismo esportivo. **Revista Eletrônica Rázon y Palabra.** Deporte, Cultura y Comunicación, nº 69. 2009. Disponível em: www.razonypalabra.org.mx. Acesso em: 28 de outubro de 2009.

SOUZA, Li-changShuen Cristina Silva. **Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre jornalismo e entretenimento.** Anais. IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Porto Alegre, 2006.

Hudson Pablo de Oliveira Bezerra
Rua Antonio Ribeiro de Bessa, Nº 158, COHAB, Cep 59810-000, Portalegre – RN.
pabloloucomotiva@hotmail.com
Projeto de multimídia

Hudson Pablo de Oliveira Bezerra
Mestrando do PPGEF da UFRN
Bolsista da CAPES
Membro do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura de Movimento – GEPEC

Bertulino José de Souza
Doutorando em Antropologia Social e Cultural da Universidade de Coimbra
Docente do Curso de Educação Física da UERN/CAMEAM
Membro do Grupo de Pesquisa Educação Física, Sociedade e Saúde



Helder Cavalcante Câmara
Especialista em Educação Física Escolar
Docente do Curso de Educação Física da UERN/CAMEAM
Membro do Grupo de Pesquisa Educação Física, Sociedade e Saúde