

25 milhões de telespectadores em média a cada edição"¹¹ ao custo de R\$ 422.600,00 por uma inserção, ou um comercial de 30 segundos¹².

Lançando mão de valores estéticos, apelos emocionais e táticas sensacionalistas, pode-se perceber, nesse primeiro contato com os dados recolhidos, que a cobertura esportiva realizada pelo *Jornal Nacional* apresentou-se repleta de informações acomodadas e acontecimentos ajuizados. Assim, aliados ao uso de subsídios característicos da televisão que instituem um ambiente intimista e potencializado por planos, enquadramentos e recortes de imagens que valorizam os detalhes e impulsionam a emoção, percebeu-se a intenção de tornar os fatos atrativos aos olhos mercadológicos de empresas preocupadas em divulgar, fortalecer ou posicionar suas marcas ao valor que o esporte, sobretudo o futebol, abona. Mas será viável, e rentável, atrelar marcas, filosofias e princípios mercadológicos a algo cuja imagem já não mais agrega bons valores e significados?

Tendo em vista esses primeiros apontamentos obtidos com a observação dos dados, pretende-se, ao final desta pesquisa que se encontra em andamento, aprofundar o olhar em relação aos aspectos publicitários associados ao esporte na mídia televisiva, neste caso no telejornalismo da Rede Globo por meio do *Jornal Nacional*, e o comportamento adotado durante a cobertura do Mundial da África do Sul, entendendo tal posicionamento como possível manifestação de agendamentos para a Copa do Mundo do Brasil, a realizar-se em 2014.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Scheila E. **O “país do futebol” na Copa do Mundo:** estudo de recepção ao discurso midiático-esportivo com jovens escolares. Dissertação (Mestrado em Educação Física). Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70, s/d.

BETTI, Mauro. **Janela de vidro:** esporte, televisão e educação física. Campinas: Papyrus, 1998.

BITENCOURT, Fernando G. Esboço sobre algumas implicações do futebol e da copa do mundo para o Brasil: identidade e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 30, n. 3, p. 173-189, maio 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social.** Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual. **Verso & Reverso Revista da Comunicação**, São Leopoldo: Unisinos, ano XVI, n. 34, p. 9-17, jan./jun. 2002.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar:** socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

¹¹ Segundo informações contidas na página “Direção Geral de Comercialização” situada no site da Rede Globo de Televisão.

Disponível em: http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_jornalismo/jnac5_intro.php

¹² Valores brutos. Fonte: Jove Data. Disponível em: <http://www.jovedata.com.br/indexn.htm>



GASTALDO, E. **Pátria, chuteira e propaganda:** o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo/São Leopoldo: Annablume/Unisinos, 2002.

GUARESCHI, P. A. (org.) **Os construtores da Informação:** meios de comunicação ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia.** São Paulo: Ática, 1989.

LISBOA, Mariana M.; MEZZARROBA, Cristiano; MUNARIM, Iracema. Jogos Pan-americanos Rio/2007 e a cobertura do Jornal Nacional: ênfases e representações veiculadas. In: PIRES, Giovani De Lorenzi (orgs). **“Observando” o Pan Rio/2007 na mídia.** Florianópolis: Tribo da Ilha, 2009, p.47-62.

MEZZARROBA, Cristiano. **Os Jogos Pan-americanos Rio/2007 e o agendamento midiático-esportivo:** um estudo de recepção com escolares. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo-RS: Editora Unisinos, 2001. (Série Comunicação).

Contato:

Cristiano Mezzaroba

Rua Jordão de Oliveira, 96 – casa 11 – Bairro Atalaia

CEP 49037-330 – Aracaju/Sergipe

E-mail: cristiano_mezzaroba@yahoo.com.br

Tecnologia de apresentação: datashow