
**“SEM LIBERDADE DE CRITICAR NÃO EXISTE ELOGIO
SINCERO²¹” DIANTE DAS OLIMPIADAS DE LONDRES/2012:
OBSERVANDO A DIALÉTICA GLOBAL-LOCAL NA MÍDIA
IMPRESSA SERGIPANA²²**

André Marsiglia Quaranta
(SEED/SE, LaboMídia/UFS);
Eduardo Carvalho
(LaboMídia/UFS)

1. INTRODUÇÃO

Como ocorre a cada quatro anos, em 2012 mais um ciclo olímpico se encerrará. O ponto culminante ocorrerá em Londres e todos os holofotes midiáticos serão direcionados para uma avalanche de informações sobre as provas, particularidades dos atletas, novos recordes, etc.

A abrangência da cobertura e o aumento da acessibilidade aos meios fazem com que os fenômenos esportivos globais cheguem a todas as regiões do país, mesmo aquelas com pouca tradição esportiva. Nestes casos, percebe-se que uma das estratégias utilizadas pela mídia regional, para despertar o interesse dos seus espectadores pela cobertura de tais eventos, é provocar uma identificação destes com aspectos ou personalidades com representatividade locais.

A partir do estudo de Pires²³ (1998, p. 32), podemos observar que o esporte espetacularizado precisou adotar a linguagem visual televisiva, consolidando-o assim [...] como um elemento da cultura e economia globalizada e sendo hoje organizado para ser difundido prioritariamente pelos meios de comunicação eletrônica [...]. Isso maximizaria os lucros proporcionados pelas mensagens publicitárias, o que configuraria a mercadorização do próprio esporte como algo imprescindível.

Neste sentido, não teríamos simplesmente a veiculação do esporte nos meios de comunicação, em especial a televisão, mas sim uma moldagem do esporte diante dos interesses sobrepostos pela mídia em si. Betti (2001) aponta como inevitável essa

²¹ A frase em destaque, de autoria do dramaturgo francês Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais (1732-1799), trata-se do slogan do Jornal da Cidade, com uma adaptação no título deste subprojeto para atender os nossos objetivos de pesquisa.

²² Este trabalho é parte de uma pesquisa coletiva, denominada *As Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2012 na mídia sergipana: investigando estratégias de agendamento e a mobilização da dialética global-local*. São quatro subprojetos: um que verificará a mídia impressa (jornal impresso), outro a mídia televisiva, um outro a mídia digital (portal Infonet), e este, em especial, que se trata de um estudo de recepção com professores de EF.

²³ O presente estudo introduz a discussão do fenômeno esportivo moderno aos estudos dos processos sociais. Algumas características inerentes ao esporte são apontadas por Pires (1998): funcionalização, sociabilização, ideologização, mercadorização e espetacularização do esporte.

possibilidade de trato midiático²⁴ do esporte por dois motivos: pela limitação inerente a cada mídia e pela função exercida em cada tipo de veículo.

Desta forma, o presente estudo, que se encontra em andamento, tem como objetivo a observação das estratégias de *agendamento*, através da mídia impressa sergipana, em relação às Olimpíadas de 2012, na tentativa de nos aproximar de um evento que ocorrerá no velho mundo (Londres), a partir da *dialética global-local*. No âmbito da educação física, tal intuito se justifica pelo fato do próximo ciclo olímpico materializar-se em solo brasileiro em 2016. Sendo assim, ficamos atentos ao que será veiculado nos meios de comunicação, especificamente nos jornais impressos, é uma forma de estarmos incorporando elementos para a formação de professores e, conseqüentemente, nas suas futuras práticas pedagógicas.

2. O AGENDAMENTO COMO ESTRATÉGIA MIDIÁTICA

A hipótese de *agenda-setting* foi elaborada no final da década de 1960 por M. McCombs e D. Shaw, devido à constatação dos mesmos com relação à grande ligação que existia entre aquilo que a imprensa destacava em suas questões e o nível de importância que as pessoas da comunidade (pessoas que estavam expostas à mídia) atribuíam ao que era noticiado.

Desta maneira, pode-se dizer que a hipótese de *agenda-setting* tem nos *meios de comunicação de massa* o seu objeto principal. (PAVARINO, 2003).

Segundo Pavarino (2003), tais veículos de comunicação são os principais responsáveis pela ligação entre o acontecimento e a opinião pública, dizendo às pessoas sobre o que pensar, e assim, direcionando o público. Para esta autora, “A hipótese da *Agenda-Setting* propõe que aquilo que é comentado, discutido, pensado na esfera social deve-se, em grande parte, aos *mass media*”.

Wolf (2001) comenta que com as modificações dos efeitos dos meios de comunicações de massa (de curto para longo prazo) surge a hipótese do *agenda-setting*, a qual defende que:

em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, 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 os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW apud WOLF, 2001, p.144).

Cohen (1963) apud Wolf (2001, p.145) afirma que se é certo que a imprensa “pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre que temas devem pensar qualquer coisa”.

²⁴ Betti (2001) nos traz uma reflexão de que não há o esporte *na* mídia e sim o esporte *da* mídia, já que a sua fragmentação o deixa de maneira descontextualizada na sua exibição pelos meios de comunicação. Algumas características são inerentes ao esporte *da* mídia, são elas: falação esportiva; monocultura; sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo; superficialidade; e por fim, a prevalência dos interesses econômicos.

Wolf (2001, p.145-6) especifica alguns aspectos gerais da *hipótese de agenda-setting*:

1) a hipótese de agenda-setting é mais um núcleo de temas e de conhecimentos parciais que posteriormente pode ser organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos meios de comunicação de massa;

2) os diversos fatores que provocam certas “distorções involuntárias” na produção de informação e que são difundidas pelos meios de comunicação de massa também são relevantes quanto à hipótese de agenda-setting;

3) a hipótese de agenda-setting realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos pelos meios de comunicação de massa e as experiências pessoais dos indivíduos.

Ainda para Wolf (2001, p.152), “A hipótese do agenda-setting defende que os *mass media* são eficazes na construção da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando”.

Wolf (2001) comenta sobre uma pesquisa que visava verificar a função do *agenda-setting*, realizada por Bechelloni (1982), a respeito do diário *L'Unità*, procurando perceber se o referido jornal orientava ou não a “percepção de mundo” dos leitores. O estudo revelou que os temas de importância nacional que eram cobertos na primeira página daquele jornal eram amplamente citados pelos leitores como questões que estavam na ordem do dia “o que significa que um assunto fortemente valorizado no jornal diário, tem quase todas as probabilidades de o ser também na agenda dos leitores, enquanto um assunto pouco valorizado pode, também, em condições e segundo lógicas que seriam individualizadas, ser situado pelo próprio leitor em zonas de maior centralidade”. (BECELLONI apud WOLF, 2001, p.155).

McCombs (1976) apud Wolf (2001, p.161-2) defende que há nos meios de comunicação de massa uma eficácia temporalmente graduada e diferenciada:

Os jornais são os principais promotores da agenda do público. Definem amplamente o âmbito do interesse público, mas os noticiários televisivos não são totalmente desprovidos de influência. A televisão tem um certo impacto, a curto prazo, na composição da agenda do público. O melhor modo de descrever e distinguir essa influência será, talvez, chamar ‘agenda-setting’ à função dos jornais e ‘ênfatisação’ (ou spot-lighting) à da televisão. O carácter fundamental da agenda parece, frequentemente, ser estruturado pelos jornais, ao passo que a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda.

Segundo Wolf (2001, p.173) três tipos de agendas do público podem ser distinguidas:

a) *Agenda intrapessoal*: a importância é atribuída a uma questão pela própria pessoa, de acordo com o seu sistema de prioridades;

b) *Agenda interpessoal*: são temas que os indivíduos falam ou discutem entre si;

c) *Percepção que um sujeito tem do estado da opinião pública*: importância que o indivíduo pensa que os outros atribuem ao tema.

Em seu artigo *O agendamento do esporte: uma breve revisão teórica e conceitual*, Fausto Neto (2002, p. 9-10) procura “refletir sobre o papel das agendas dos meios de comunicação sobre a realidade de cada um [...], o que a esfera das mídias tem a ver com a organização e/ou os interesses que constituem a nossa vida”.

Este mesmo autor comenta sobre o quanto nossas vidas, atualmente, são organizadas de “fora para dentro”, ou seja, o quanto que nossas rotinas, expectativas e prazos nos são, de certo modo, “impostos” ou “concebidos” por instituições, neste caso, os meios de comunicação. Isso porque “a vida das pessoas e das instituições se apresenta cada vez mais pela mão dos meios de comunicação [...] (e também) os mídias se constituem lugar, hoje, onde os vínculos sociais se produzem com mais efetividade.” (FAUSTO NETO, 2002, p. 10).

Mas isso não significa que os efeitos das mídias sejam tão deterministas sobre nossas mentes/intelecto/cognição como se imaginou por algum tempo. Sobre isso (os efeitos deterministas das mídias), inicialmente Fausto Neto (2002) comenta que o campo midiático seria a principal instituição da atualidade em nossa sociedade, tendo o poder de nos dirigir, de forma estratégica, a agenda nossa de cada dia. Graças a isso, nossas vidas seriam conseqüências desse poder agendador.

Mas o que é, então, a *agenda* e o *agendamento*?

Conceitualmente, as *agendas*, de acordo com Borelli & Fausto Neto (2002, p.73), “são temas, assuntos selecionados para serem ofertados aos leitores”.

Já o *agendamento* “é um trabalho discursivo que passa pelo modo de dizer de cada veículo e, é também nessa peculiaridade do modo de tratar a realidade com que cada jornal cria vínculos com seu leitorado, e também a maneira pela qual outros campos sociais atribuem confiabilidade ao dito do jornal” (FAUSTO NETO, 2002, p.16).

De forma mais clara, o *agendamento* pode ser entendido como “o processo em que são determinadas as questões mais importantes, é um trabalho discursivo empreendido pelas mídias” (BORELLI & FAUSTO NETO, 2002, p.73).

Para Fausto Neto (2002) “O agendamento decorre de movimentos que a sociedade desenvolve mediante seus diferentes campos que, a seu turno, constituem suas respectivas agendas, movendo-as nos tabuleiros nas negociações, dos interesses, dos poderes e das ideologias” (p.12).

Procurando conceituar ainda o *agendamento*, Borelli (2003, p.2) escreve que:

O agendamento no esporte não se constitui apenas numa decisão unilateral dos mídias, pois ele resulta de movimentos que a sociedade realiza, a partir das relações entre os diversos campos sociais, constituindo suas próprias agendas, empreendendo negociações, disputas, *colocando à mesa* interesses, ideologias, culturas e poderes.

Didaticamente, de acordo com Fausto Neto (2002, p.13) há três grandes atores que constroem as agendas: *os promotores* (instituições empreendedoras da atividade esportiva, de natureza pública e privada, como por exemplo: agremiações, agências, atletas etc.); *os divulgadores* (constituídos pela esfera midiática, que faz a veiculação) e *os consumidores* (os públicos, aficcionados etc.).

São “três subconjuntos que reúnem uma enormidade de campos: esportivo propriamente dito, político, financeiro, promocional, sindical-associativo; o midiático, na sua diversidade de veículos; e, finalmente, o público na sua heterogeneidade social e dos gostos e preferências” (Id.).

Para se entender de forma mais aprofundada a questão do agendamento do esporte é necessário saber, em primeiro lugar, que a visibilidade midiática das instituições e dos campos sociais tem como objetivo o seu “funcionamento”; e em segundo lugar, que os processos de agendamento realizados pelos campos sociais têm o esporte como fim (FAUSTO NETO, 2002, p.14).

Na atividade midiática se “lida de um lado com as fontes, no processo de produção da atualidade. E de outro, com os receptores, quando disponibiliza para eles a edição de cada dia” (Id.).

Diante do que expusemos até aqui, faremos a seguir uma descrição sobre a metodologia a ser desenvolvida para a esta pesquisa.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA E SUA ANÁLISE INTRODUTÓRIA

De natureza qualitativa, por trabalhar com o universo de significados, crenças, valores e atitudes presentes na realidade social humana (MINAYO; GOMES, 2010), caracterizamos este estudo como observacional-descritivo (TRIVIÑOS, 1987), cuja abordagem em relação ao objeto recortado da realidade objetiva, buscará poder compreender o discurso midiático-esportivo em torno da cobertura das Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2012 e tenta interpretar as dimensões discursivas da mídia em que essas narrativas são construídas.

Para compreender um grande evento no âmbito esportivo, como o caso das Olimpíadas de 2012, é preciso observá-lo por sob vários ângulos e, particularmente, a relação com a mídia é determinante, pois pode influenciar a pauta (e agenda) destes eventos na mídia impressa, tornando-nos mais próximos deste, ou seja, a partir de uma relação dialética global-local, mediada pelos meios de comunicação (PIRES *et al.*, 2010). Neste aspecto, este veículo de comunicação possui uma característica específica, qual seja, o público alvo atinge privilegiadamente pessoas formadoras de opinião, que interpretam as notícias de maneiras diferentes e compreendem a informação de acordo com o seu repertório cultural.

Com a chamada “década do esporte no Brasil²⁵”, podemos observar o interesse em pesquisas que contemplem estes eventos esportivos a partir dos fatos noticiados pela mídia impressa na tentativa de observar se a agenda pública se constrói a partir da agenda midiática. Como exemplo, podemos citar os estudos de Brüggemann *et al.* (2011), que buscaram identificar as estratégias de agendamento sobre a Copa do Mundo de 2014 no período que a antecedeu, ou seja, a Copa do Mundo da África do Sul, em 2010, a partir do jornal Folha de São Paulo.

Dentre os jornais impressos com maior circulação no estado de Sergipe²⁶, o Jornal da Cidade²⁷ se destaca por ser o mais antigo, dentre os atuais, e pela sua tradição junto à população local. Fundado no início da década de 1970, com seu formato *Standard*, traz em seu corpo editorial jornalismo de opinião e factual sobre notícias locais e nacionais. Por estas razões é que optamos por ter este meio de comunicação como fonte primária para o estudo.

Para o presente recorte, a partir da coleta feita durante o primeiro mês de observação do jornal impresso em questão, compreendendo os dias 10 de maio de 2012 até o dia 10 de junho. Neste período, 27 (vinte e sete) exemplares saíram em circulação, sendo que encontramos em apenas 15 (quinze) exemplares um total de 32 (trinta e dois) matérias/citações faziam alusão às Olimpíadas de Londres 2012.

²⁵ Com início a partir dos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro (2007); perpassando pelos Jogos Mundiais Militares também no Rio de Janeiro, Copa das Confederações de Futebol (2013), Copa do Mundo de Futebol (2014) e Copa América de Futebol (2015); e, por fim, os Jogos Olímpicos de 2016 a ser sediado no Rio de Janeiro.

²⁶ Temos ainda os seguintes impressos: Jornal Cinform (fundado em 1982); Correio de Sergipe (fundado em 2001) e o Jornal do Dia (fundado em 2005).

²⁷ Vale ressaltar que o Jornal da Cidade não possui edição às segundas-feiras.

Quanto à localização em editoriais, 21 matérias estavam presentes no caderno de Esportes. As demais. O restante das matérias/citações está alocado nas editoriais Variedades, Política e Opinião.

Na editoria de Esportes, há um aumento do espaço dado para os Jogos Olímpicos nos primeiros dias do mês de junho.

Um dos aspectos que podemos destacar trata-se da preparação de atletas brasileiros em modalidades coletivas, como por exemplo: majoritariamente o futebol, principalmente o masculino; a seleção feminina de handebol; as seleções de basquetebol; e a seleção brasileira de voleibol feminino.

A cobertura até o presente momento, referente à seleção brasileira de futebol masculino ocupa um espaço relevante diante do número de matérias no Jornal da Cidade, em número de 06 (seis). Podemos observar uma pressão para este grupo, liderado por Mano Menezes, quanto ao ineditismo da vitória olímpica nesta modalidade. O dito “país do futebol”, nunca conseguiu tal feito e, nos parece, que este precisa ser o momento. Além de detalhar o retrospecto da seleção com relação aos seus amistosos em temporada que antecedeu a escolha dos atletas com mais de 23 anos (em número de três) que poderiam ocupar vaga nos jogos, como é o caso do jogador Hulk.

É dada ênfase tanto nas seleções femininas de voleibol e handebol o fator de preparação destas equipes nos meses que antecedem as olimpíadas. A seleção de vôlei, como atual campeã olímpica e a sua participação na 20ª edição do Grand Prix de vôlei nesta etapa preparatória. Já para seleção de handebol, foi traçada a sua participação em torneio preparatória na Turquia, explicitando que a equipe saíra invicta e, na sequência, dois amistosos contra a seleção da Coreia do Sul (atual vice-campeã olímpica). Uma matéria, referente às atletas do handebol, apontou o sorteio das chaves nos jogos “escapando” do grupo mais forte, composta pela Noruega – atual campeã olímpica; França – vice-campeã mundial; e Coreia do Sul – vice-campeã olímpica.

No contexto local, especificamente falando de particularidades do Estado de Sergipe, observamos dois fatos relevantes em matérias veiculadas: a primeira tratou da inauguração da escola de esportes em Aracaju-SE e contou com a presença do Ministro do Esporte Aldo Rebelo e destacou importância da construção da escola para a formação de atletas. Apesar de não fazer referências a Londres/2012, e sim, ao Rio/2016, observamos que a escola tem como um dos objetivos a formação de atletas olímpicos.

Outra Matéria fala sobre a 4ª edição seguida do campeonato brasileiro de boxe ocorrido no estado de Sergipe entre os dias 11 e 16 de junho. Mostra atletas sergipanos que poderiam conseguir vagas na equipe olímpica do Brasil, para disputar em Londres/2012. Como ainda estamos em fase de coleta de dados, esperamos em breve estarmos disponibilizando as análises finais no próximo congresso desta entidade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apontamos na metodologia deste estudo, a coleta do material para análise será feito até o final dos Jogos Olímpicos. O que destacamos aqui foi um pequeno recorte das nossas primeiras impressões sobre a forma em que o jornal impresso estudado cria as suas estratégias de aproximação de um evento global a partir dos locais no Estado de Sergipe.

O fato de não termos atletas sergipanos participando desta edição londrina das Olimpíadas, faz com que outras estratégias sejam utilizadas para nos tornar mais próximos deste megaevento esportivo. Diferentemente do que observamos desde 2007,

com os Jogos Pan-americanos do Rio de Janeiro, das Olimpíadas de Pequim em 2008 e dos jogos Pan-americanos de Guadalajara, em que tínhamos atletas sergipanos participando efetivamente, temos atualmente como sergipana participando em Londres a coordenadora de seleções de ginástica rítmica, Cristina Vital, é a figura que pode ser explorada para esta aproximação.

Também podemos destacar a incidência de matérias que traz desde já o agendamento dos próximos Jogos Olímpicos de 2016 que ocorrerá na cidade do Rio de Janeiro e que já estão sendo evidenciados. Continuemos “observando” estes movimentos.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**, 2 ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

BETTI, Mauro. Esporte na mídia ou esporte da mídia? In: **Revista Motrivivência**. Ano XII, nº 17, p. 107-111, set./2001.

BITENCOURT, Fernando Gonçalves; HACK, Cássia; COSTA, Antonio Galdino; DORENSKI, Sérgio; LISBOA, Mariana; MÓL, Mellyssa; MEZZARROBA, Cristiano; MENDES, Diego; PIRES, Giovani de Lorenzi. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas na dialética universal/local. **Revista Pensar a Prática**, Goiânia/GO, v.8, n.1, 2005.

BITENCOURT, Fernando Gonçalves. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas. Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, 2, out/2004. **Anais...** Criciúma: CBCE/UNESC, 2004.

BORELLI, Viviane. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 25, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002.

_____. A queda de um treinador: estratégias discursivas de agendamento e a demissão de Luxemburgo da Seleção Brasileira de futebol. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

BRÜGGEMANN, Ângelo *et al.* Folha de São Paulo: um jornal a serviço (da copa) do Brasil. In: PIRES, Giovani De Lorenzi (org.). **O Brasil na Copa, a Copa no Brasil**: registros de agendamento para 2014 na cobertura da midiática da Copa da África do Sul / – Florianópolis: Tribo da Ilha, 2011.

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.

JORNAL DA CIDADE.NET. Disponível em: www2.jornaldacidade.net (Acessado em 31 de outubro de 2011).

MEZZAROBA, Cristiano. **Estratégias discursivas no agendamento do esporte na mídia:** o voleibol masculino do Brasil em Atenas 2004. Monografia (Graduação em Educação Física) Florianópolis: Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; GOMES, Suely Ferreira Deslandes Romeu (orgs.). **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. 29ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

PAVARINO, Rosana Nantes. Teoria das representações sociais: pertinência para as pesquisas em comunicação de massa. In: Congresso Anual em Ciência da Comunicação, 26, 2003, Belo Horizonte/MG. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM, 2003.

PIRES, Giovani De Lorenzi *et al.* Jogos Olímpicos e a Dialética Global-Local: os Catarinenses em Atenas/2004 na Mídia Impressa Regional. In: SANFELICE, Gustavo; MYSKIW, Mauro (orgs.). **Mídia e Esporte:** temas contemporâneos. Novo Hamburgo: Ed. FEEVALE, 2010, v.1, p. 34-56. (E-book disponível em <http://www.feevale.br/files/documentos/pdf/36133.pdf>)

TRIVINÕS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em Educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 2001.