



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**Visibilidade dos esportes olímpicos no “Globo Esporte”:
análise dos jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019**

LARISSA COSTA SOARES

Rio de Janeiro

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**Visibilidade dos esportes olímpicos no “Globo Esporte”:
análise dos jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito parcial para obtenção do diploma
em Comunicação Social – Jornalismo.

LARISSA COSTA SOARES

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa

Rio de Janeiro

2019

FICHA CATALOGRÁFICA

SOARES, Larissa Costa

Visibilidade dos esportes olímpicos no “Globo Esporte”: análise dos jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019. Rio de Janeiro, 2019.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo),
Escola de Comunicação – ECO –, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

Orientador: Gabriel Collares Barbosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Visibilidade dos esportes olímpicos no “Globo Esporte”**: análise dos jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019, elaborada por Larissa Costa Soares:

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa
Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagens

Prof. Flávio Nehrer
Mestre em Comunicação Social - UERJ
Professor da Universidade Estácio de Sá – campi Niterói e Rio Comprido

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky
Doutor em Comunicação Social – UFRJ
Departamento de Métodos e Áreas Conexas

Rio de Janeiro

2019

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Vera e Cicero, minha vó, Yolanda, e minha irmã, Luisa, por estarem sempre ao meu lado durante todos os momentos da vida.

À minha amiga, Bruna Ribas, por me acompanhar e ter sido essencial durante esses quatro anos de faculdade.

Ao meu namorado, Victor Fabregas, por estar comigo, em qualquer lugar do mundo, me apoiando e acreditando em mim.

Aos meus amigos de modo geral, por sempre me deram a força necessária.

A todos aos professores que ajudaram na minha formação e permitiram que eu chegasse até aqui.

Ao meu orientador Gabriel Collares, por toda atenção e indicações necessárias para que esse trabalho pudesse ser concluído.

SOARES, Larissa Costa. **Visibilidade dos esportes olímpicos no “Globo Esporte”:
análise dos jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019.** Orientador: Gabriel Collares
Barbosa. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro:
ECO/UFRJ, 2019.

RESUMO

Este trabalho analisou as exibições dos Jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019 no Globo Esporte, programa esportivo diário da Rede Globo. Nesse sentido, serão analisados os direitos de transmissão das competições, o que será primordial para a análise comparativa de ambas. O intuito, portanto, é mostrar como esse fator, que é inserido ao longo da narrativa dentro dos valores mercadológicos que esse campo jornalístico adquiriu no decorrer de sua recente trajetória, influencia na relação do conteúdo produzido e veiculado para os telespectadores.

Palavras-chave: Pan-Americano; Parapan-Americano; jornalismo esportivo; valor mercadológico; visibilidade.

SUMÁRIO

- 1. Introdução**
- 2. Jornalismo esportivo: caminhos da mercantilização**
- 3. Megaeventos esportivos: Pan e Parapan-Americano**
 - 3.1. Megaeventos e o jornalismo esportivo mercantil
 - 3.2. Traços históricos do Pan e Parapan-Americano
 - 3.3. Jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019
- 4. Os jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019 e o “Globo Esporte”**
 - 4.1. “Globo Esporte”: direito de transmissão dos jogos
 - 4.2. Análise dos jogos Pan-Americanos no “Globo Esporte”
 - 4.3. Análise dos jogos Parapan-Americanos no “Globo Esporte”
 - 4.4. Comparativo da exibição dos jogos Pan-Americano e Parapan-Americano
- 5. Conclusão**
- 6. Referências Bibliográficas**

1. Introdução

O esporte mais praticado no Brasil é democrático. Quando é falada a palavra “esporte”, a primeira coisa que vem à cabeça dos brasileiros é o futebol. Mas o número de modalidades esportivas é bastante amplo o que contribui para que as pessoas, com os mais diversos interesses, possam praticar ou acompanhar as que consideram mais interessantes. Além disso, o esporte é capaz de estreitar as relações sociais. Diferentes modalidades atendem aos mais variados gostos do público e, assim, cada um possui um esporte de maior interesse para acompanhar as competições.

Contudo, o esporte vem se distanciando dessas ideias. Com a globalização e o aumento dos fluxos comunicacionais, o lucro e o dinheiro são aspectos principais vislumbrados pelas classes dominantes da sociedade. A mídia, nesse cenário, passa a exercer um papel de grande influenciador da sociedade e passa a alcançar um maior número de pessoas, de diferentes classes sociais, já que o seu acesso foi facilitado.

Dentro dessa lógica, o esporte passa a adquirir um valor de produto, fator que será confirmado por Alcoba (1980) e Silveira (2009). Ele passa a ser um instrumento rentável, principalmente, para a mídia. O interesse do público por esse setor sempre existiu, porém cresce mais ainda na medida em que é incentivado com mais vigor pelos meios de comunicação, que se expandem cada vez mais na sociedade. Assim, diversos esforços são realizados para que o público tenha maior interesse pela área. A mídia, então, passa a alterar a proposta inicial do esporte, preocupando-se mais em vender um produto para o seu público consumidor.

O intuito desse trabalho é verificar a transformação do jornalismo esportivo como um produto mercadológico e como isso se verifica na prática. Para isso, serão analisados os Jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019. O objeto de estudo escolhido é um megaevento esportivo, sendo assim, busca-se observar como esses eventos são tratados pela mídia. A análise busca fazer um comparativo entre ambos a fim de entender como eles são exibidos pelo maior veículo de comunicação atual, a Rede Globo. Dessa forma, serão evidenciadas as diferenças relativas a exibição, tanto no sentido de espaço (tempo de exibição), quanto no sentido de conteúdo, de ambos no programa Globo Esporte. Assim, procura-se perceber as mudanças e quais são os benefícios delas para o evento esportivo e também no aspecto social.

Para que esse comparativo fosse possível, foram analisadas a primeira semana de competições de ambos os eventos (período de 26 de julho até 2 de agosto dos jogos Pan-Americanos; 23 de agosto até 30 de agosto dos jogos Parapan-Americanos) no programa Globo Esporte, da Rede Globo. O programa é exibido diariamente, de segunda a sábado, no horário do almoço, de 12h50 à 13h20. A análise busca realizar um comparativo diário do tempo de exibição oferecido para o conteúdo relativo ao evento, ao futebol – esporte de maior prestígio e que possui os maiores índices de audiência – e para os demais esportes (dentre eles encontram-se o vôlei, a natação, UFC, por exemplo; em suma, os conteúdos que foram abordados e não se encontram nem ligados ao evento, nem ligados ao futebol). É importante observar que o tempo a ser apresentado nas tabelas serão arredondados, sempre terminados em zero ou cinco. Já o tempo total não sofrerá essa alteração. Tal alteração será feita para facilitar as observações dos leitores. Além disso, as cabeças, notas cobertas e chamadas do programa não levarão em conta, portanto, o processo de aproximação tornar-se-á ainda mais necessário, para que os valores obtidos possuam maior proximidade com a realidade.

Todo esse processo será fundamentado anteriormente por meio de uma revisão bibliográfica de diferentes autores do campo da comunicação, sobretudo. A revisão de literatura será realizada, principalmente, voltada para os aspectos históricos do jornalismo esportivo e para contextualizar sobre o atual cenário de espetacularização. Ademais, para embasar a consequente supervalorização dos Megaeventos esportivos. Com relação ao Pan e Parapan, objetos de análise deste trabalho, poucos autores trataram dessa temática como conteúdo principal. Para suprir essa questão, o conteúdo relativo ao jornalismo esportivo e aos megaeventos serão incorporados ao contexto desses eventos. Para que isso seja possível, as bibliografias sobre os aspectos históricos dessas competições contribuem para um melhor embasamento.

O trabalho possui uma divisão em três capítulos, o segundo e o terceiro possuem subdivisões para que todo o conteúdo possa ser explicado mais claramente e dentro de suas possibilidades. O primeiro buscará apresentar os aspectos históricos do jornalismo esportivo de maneira geral, já o segundo seguirá a mesma linha, porém voltado para o Pan e Parapan, por fim, será feito o comparativo da exibição desses dois eventos no Globo Esporte.

Sendo assim, inicialmente, serão desenvolvidos traços históricos do jornalismo esportivo. Sua criação é recente e ocorreu em um momento posterior ao jornalismo. No

primeiro capítulo, será feito um retorno ao momento de aparição dessa linha, ainda no meio impresso. Em seguida, entrará em pauta a influência do rádio e como o jornalismo esportivo era tratado nesse veículo. Por último, aparece a televisão, que será a grande responsável pelas principais mudanças nos valores do esporte, que tornar-se-á um produto, uma mercadoria do mundo capitalista.

Essa linha jornalística será inserida em uma lógica de especialização, uma vez que trata de um tema específico. Em seguida, será feita uma associação desse modo de fazer jornalismo com o entretenimento. Os valores desse campo estão se alterando e a importância maior começará a ser a venda do conteúdo, não importando de fato o que será produzido. Nessa lógica, será abordado o conceito de *jornalismo soft*, o qual afirma que o mais importante é a venda e o valores que esta proporcionará em detrimento de um conteúdo de qualidade.

O jornalismo esportivo passa, então, a possuir mais concretamente um valor de produto. Esse capítulo apresentará a televisão como grande precursora dessa transformação. Foi esse meio de comunicação que ampliou o caráter de espetacularização e permitiu que o jornalismo esportivo chegasse na casa dos telespectadores sob esses moldes de comercialização.

O capítulo 2 seguirá essa linha do espetáculo e se aprofunda tanto nos aspectos relativos aos megaeventos esportivos, quanto no Pan e Parapan-Americano propriamente dito. Ambos os assuntos podem ser discutidos dentro do mesmo capítulo, uma vez que se busca construir uma relação entre os dois para que o trabalho se construa e a análise da competição, no capítulo seguinte, faça sentido. Além disso, os eventos em questão inserem-se no conceito em discussão.

Assim, o conceito de megaevento esportivo é desenvolvido e associado ao de evento multiesportivo. Os dois tratam de um evento de grande porte realizado durante um período determinado de tempo, em um local específico, e contam com a participação de atletas de ponta previamente preparados. Contudo, o primeiro possui maior relação com a questão do espetáculo. Por isso, é mais bem desenvolvido ao longo do desenvolvimento.

O espetáculo será apresentado como de suma importância tanto para a mídia, quanto para o Estado. Para os meios de comunicação, eles se apresentam importantes pois, diante de grandes eventos, um número maior de olhares se voltam para a televisão. Não só aqueles que gostam de esporte e acompanham diariamente as competições possuem interesse por grandes eventos. As emissoras, então, se preparam para criar a melhor

atmosfera possível para os seus telespectadores. Tais estratégias serão discutidas e poder-se-á observar a importância do envio de repórteres correspondentes, tal como a produção de matérias especiais com atletas de destaque. Tudo isto será feito visando um incremento dos índices de audiência, que lhes proporcionarão ótimos retornos financeiros.

Serão analisados, também, os motivos que tornam o evento rentável para o Estado. Os benefícios se darão tanto no momento de sua realização, quanto no momento a posteriori. Durante as competições, todo o setor de turismo é incrementado e, com isso, diversos âmbitos da economia são movimentados juntos. Além disso, o legado será apontado como favorável, não só pela estrutura da cidade que é ampliada e pode ser usufruída de outra maneira, mas também pela imagem que será passada internacionalmente para os demais países do mundo. Nesse sentido, a mídia será a grande aliada do Estado, pois ela será a responsável por transmitir essa visão positiva. Este capítulo, nesse aspecto, busca apresentar os megaeventos como grandes outdoors. Contudo, para que tudo isto seja possível, a cidade-sede precisa se adequar a padrões previamente estipulados, que serão citados ao longo da discussão.

Esse modelo de competição é atrativo para a maior parcela da sociedade, que vive sob a lógica da valorização do espetáculo, por isso apresenta benefícios em tantas esferas. Nesse momento, o trabalho irá citar o autor Guy Debord, responsável por analisar a sociedade sob essa ideia de “sociedade do espetáculo” de maneira negativa. Contudo, este trabalho não busca se aprofundar nessa questão. Debord será trazido para a discussão apenas a fim de fundamentar e confirmar que o espetáculo está intrinsecamente ligado aos valores hoje pregados e é capaz de transformar o esporte em produto. A análise do trabalho busca justamente verificar como a espetacularização auxilia no valor de mercadoria atribuído ao esporte.

Entretanto, este trabalho mostrará que, no meio social, os benefícios não são homogeneamente distribuídos. A população é beneficiada na medida que há uma ampliação dos serviços da cidade e uma maior oferta de empregos. Contudo, a infraestrutura e segurança, por exemplo, serão melhoradas nas áreas turísticas, de competição e nos eixos de transição próximos para esses locais.

Em seguida, esse capítulo busca se aproximar dos jogos Pan e Parapan. Essa relação será feita tanto pelo fato desses jogos estarem inseridos nesse meio tratado anteriormente, tanto por meio de uma importante figura para a consolidação do projeto

inicial dos jogos. Avery Brundage, desde o início, era contra esse caráter de comercialização da competição.

Por último, será apresentado ainda um panorama dos jogos que aconteceram no ano de 2019. Essa estratégia será utilizada para que o leitor seja previamente preparado para o capítulo seguinte, o qual irá fazer uma análise desses eventos.

O capítulo 3, então, tem como objetivo principal realizar uma análise comparativa da exibição do Pan e Parapan no Globo Esporte. Para isso, apresentará algumas informações do programa e como esse poderá realizar a transmissão das disputas, fator que será importante na hora da comparação. A Rede Globo não possuía o direito de transmissão na televisão aberta dos jogos Pan-Americanos, já do Parapan, não tinha qualquer tipo de limitação para exibição.

Para que a comparação possa ser feita, primeiro serão apresentados dados relativos à exibição de cada um dos megaeventos comparando com o restante do conteúdo do programa. Mas, o foco principal não será essa competição e sim observar qual o tempo total que foi dedicado a cada evento e qual deles obteve maior espaço. Além disso, será destacado o tipo de conteúdo que foi produzido para cada um deles.

Por meio dessas observações, o capítulo busca analisar quais foram os reflexos dos direitos de transmissão na prática. Assim, estudar se houve algum tipo de alteração na visibilidade dos jogos Parapan, que costumam não possuir uma atenção muito grande por não serem o maior desejo do público consumidor. Dessa forma, busca-se responder se as minorias ganham com a mercantilização do jornalismo esportivo em algum sentido.

2. Jornalismo esportivo: caminhos da mercantilização

O jornalismo esportivo está cada vez mais presente no cotidiano dos brasileiros. Das manchetes dos jornais aos telejornais de maior audiência, o assunto ganha destaque e visibilidade. As mídias investem cada vez mais na cobertura dos eventos esportivos e tornam o esporte sinônimo de espetáculo. Contudo, nem sempre foi assim. A origem desse campo jornalístico é recente e veio à tona apenas em um momento seguinte ao do surgimento da imprensa. Sendo assim, é importante analisar o período inicial do jornalismo esportivo bem como as mudanças pelas quais ele sofreu ao longo do tempo, e como isso se reflete nos dias atuais.

As primeiras notícias esportivas na imprensa se limitavam a resenhas de casos curiosos comentados por quem havia presenciado a luta entre o cozinheiro de Lord Smith e o pasteleiro do Duque de Bridge, numa modalidade que se denominava de boxe (SILVEIRA, 2009). Porém, aos poucos, as notas sobre esportes foram se ampliando para artigos descritivos dos jogos e partidas. Em termos internacionais, nasce em Paris, em 1828, o primeiro jornal esportivo, *Journals des Haras*. Logo depois, em 1852, na Inglaterra, o *Sportman*. A Espanha também não ficou de fora e, em 1856, publica a revista *El Cazador*.

No Brasil, o seu surgimento se deu um pouco depois, mas esse modo de fazer jornalismo só foi, de fato, valorizado quando o futebol ganhou prestígio e passou a ser o maior interesse da população. Vale ressaltar que este trabalho pretende fazer uma análise do contexto brasileiro e não busca se aprofundar no jornalismo esportivo mundial, porém pode trazer informações sobre ele para embasar o nacional. No viés profissional, o jornalista, ao exercer a função de um repórter esportivo, deve seguir os mesmos princípios técnicos e deontológicos que os repórteres de outras editorias como política, economia, polícia ou geral. O jornalista esportivo deve levar ao público informação de relevância e que contribua para a disseminação da prática esportiva, função social implícita a quem milita na área. (LOPES, 2015). Eles serão os personagens responsáveis por comandar o sentimento positivo ou negativo dos torcedores, que será ditado de acordo com a forma que a notícia será publicada.

Os primeiros jornalistas esportivos foram escritores subjugados pela emoção da competição, pelos feitos dos atletas. Contudo, o aumento rápido da importância do esporte para o veículo e para público, acabou por incluí-lo como um gênero específico do jornalismo, ao lado da economia, política, religião. Para tanto, são necessárias pessoas capacitadas para descrever o que acontece nas competições e suas consequências. (ALCOBA apud SILVEIRA, 2009, p. 21)

De maneira geral, o esporte ganhou maior importância na medida em que o lazer e o tempo livre passaram a fazer parte da vida dos cidadãos (OSELAME; COSTA, 2012). Os primeiros registros nas publicações brasileiras eram as escassas notas sobre as práticas desportivas inerentes ao cotidiano das elites sociais do final do século XIX –caça, turfe e remo. O futebol, em si, só viria a ser oficialmente noticiado no ano de 1901. (NEVES, 2018). Contudo, a grande dificuldade do jornalismo esportivo sempre foi o menosprezo e o preconceito que o acompanhou. O esporte era visto como algo banal, uma prática para a mera diversão pessoal e, não, algo que valorizasse o conhecimento, os negócios ou a política. Assim, segundo pensamento da época, sem “peso informacional”, não poderia ocupar os espaços destinados aos temas considerados importantes. Contudo, a onipresença do esporte na sociedade brasileira, como afirma Affonso (2015), fomentou a ideia de que a editoria de jornalismo esportivo deveria ter espaço redacional, ainda que tivesse que desenvolver a informação de uma forma diferente. E a narrativa deveria ainda levar em consideração o fato de o esporte envolver uma gama de diferentes sentimentos dos torcedores.

Talvez não haja área do jornalismo tão sujeita a intempéries quanto à cobertura de esportes. O profissional enfrenta o preconceito dos próprios colegas, que consideram uma editoria menos importante, e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como “mero palpiteiro”. (COELHO apud AFFONSO, 2015, p. 32).

Antes de prosseguirmos na apresentação dos aspectos históricos dos esportes na imprensa, vamos fazer algumas considerações. Assim, outro desafio do jornalista esportivo, advinda com o decorrer da prática, está relacionado a dificuldade de se especializar em um determinado esporte. O jornalista precisa cobrir o esporte de maneira geral, com isso, limita-se, uma vez que é impraticável que ele domine todos de maneira igualitária. Assim, uma determinada notícia sobre uma modalidade pode não ser tão bem

desenvolvida quanto sobre outra, já que os conhecimentos técnicos serão diferentes. Para driblar essa deficiência, surgem os *comentaristas ex-atletas*, que são de suma importância durante eventos esportivos. Tal artifício é necessário, principalmente, porque o enxuto mercado não oferece grandes oportunidades para jornalistas especialistas em esportes que fujam do eixo do futebol, lutas ou automobilismo, produtos mais valorizados e rentáveis.

Quem cobre basquete também faz vôlei, atletismo, boxe, etc. Mesmo que se dedique com mais afinco a um só esporte. Mas como ser especialista em basquete se é preciso também acompanhar atletismo? E como tornar-se expert em atletismo se só for possível fazer uma matéria sobre o assunto na proximidade de alguma grande competição? O problema é que o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. (...) O que explica o aparecimento de atletas como comentaristas sempre que é preciso aprofundar-se em grande competição. O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas. Esse aventureiro poderá ter muito sucesso. Mas vai ter de brigar muito mais por isso. (COELHO apud MOURA, 2014, p. 21).

O jornalista esportivo ainda possui uma grande responsabilidade. O fato de o esporte estar tão inserido na vida das pessoas faz com que elas detenham de grande conhecimento sobre esse campo. Logo, qualquer possível erro será percebido. Assim, o trabalho que envolve o jornalismo esportivo que já é tão relativizado por parcela da sociedade, em virtude do preconceito, será ainda mais questionado. Além disso, o compromisso com a verdade se torna mais importante, uma vez que o aficionado saberá distinguir a manipulação na notícia com maior facilidade: “não há como enganar os aficionados. Quem acompanha o esporte está inteirado do assunto e suspeita quando algo pode não ser verdadeiro ou está sendo publicado apenas para ‘benefício do próprio noticiado’” (SILVEIRA, 2009, p. 59).

Segundo as autoras Oselame e Costa (2012), o desenvolvimento do jornalismo esportivo brasileiro pode ser dividido em três fases: romance, realidade e informação-entretenimento. A primeira etapa (romance), data a década de 1970 e corresponde ao período de quando o jornalismo esportivo ainda tentava se constituir enquanto campo profissional. Esse momento é marcado pelo romance e pela literatura, quando se destacam as crônicas, que traziam o assunto para o dia a dia dos leitores, não à toa, o compromisso com a objetividade era deixado de lado. Já a segunda etapa ocorreu durante o período de

1980 a 1990, quando a objetividade passa a pontuar os relatos e há uma maior busca pela precisão das informações. Por fim, o período da informação-entretenimento está acontecendo atualmente. Assim, o espetáculo passaria a ser o principal atributo dos acontecimentos na escolha das notícias. O objetivo não seria investigar de fato as informações e ir em busca delas, mas divertir, distrair e entreter o telespectador.

Outro ponto: podemos inserir o jornalismo esportivo no campo semântico do jornalismo especializado. O público deseja uma produção personalizada e com narrativa singular sobre esportes, já que aquele conteúdo passa a ter cada vez mais valor e importância no mundo contemporâneo. Tal produto pode ser disponibilizado através de suplementos aos jornais que já existem e há, portanto, um crescimento da segmentação do mercado. O jornalismo especializado possui duas missões: o indivíduo, perdido no meio de tantas informações que circulam na sociedade atual, e a coesão social, ao agregar indivíduos conforme suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses (SILVEIRA, 2009). Segundo Silveira, o jornalismo esportivo pode ser chamado de jornalismo superespecializado, já que detém uma variedade de modalidades, com vocabulários distintos e regras completamente diferentes umas das outras. Nesse sentido, a autora faz uma crítica a ausência de especialização do jornalista que não acompanha a tendência dessa forma de fazer jornalismo.

Retomando os aspectos históricos, o título de primeiro diário esportivo é dividido entre Rio de Janeiro e São Paulo. Segundo Neves (2018), as versões oficiais apontam o *Jornal dos Sports*, contudo, alguns autores apontam *A Gazeta Esportiva*. Em todas essas publicações, eram feitas crônicas esportivas. O futebol é retratado com dramaticidade, há uma idolatria aos jogadores e um escrito que tem por finalidade motivar o torcedor (SILVEIRA, 2009). Logo, nota-se um caráter impreciso, que pode ser relacionado a primeira fase do jornalismo esportivo, tratada anteriormente por Oselame e Costa.

A *Gazeta Esportiva* surgiu nas primeiras décadas do século XX, como um complemento à *Gazeta* – fundada por Cásper Líbero –, quando a cidade de São Paulo passava por um “boom” econômico, posterior a transição da economia cafeeira para a industrial. Por conta do momento no qual estava inserido, apresentava um viés nacionalista, valorizando a feição popular e os aspectos técnicos. Dessa forma, a *Gazeta Esportiva* ia de encontro com a perspectiva do futebol-arte, dominante nos principais jornais do Rio de Janeiro (NEVES, 2018). Dentre tais periódicos destaca-se o *Jornal dos Sports*, ao qual fazia muitas críticas relativas a forma de escrever, já que muitas vezes isso

não era feito com isenção e ficava clara a parcialidade. Contudo, o declínio da *Gazeta Esportiva* foi ocorrendo gradativamente, devido a ascensão da TV e do rádio.

Voltando-se para o contexto carioca, a iniciativa da criação do *Jornal dos Sports* partiu de Mario Leite Rodrigues Filho, irmão de Nelson Rodrigues. O jornal foi criado em 1931, porém, somente a partir de 1936, quando os sócios venderam o periódico para Mário Filho, o típico personagem bem-relacionado em todas as esferas da sociedade, que ele ganhou grande repercussão. Ele era popularmente conhecido como o “cor-de-rosa”, devido à tonalidade de sua impressão gráfica, inspirada nas publicações estrangeiras. Seu conteúdo contemplava todos esportes, nacionais e internacionais, como tênis, golfe, atletismo, por exemplo.

A linguagem doutrinária do jornal de Mário Filho, sua centralização na capital nacional, o contexto de profissionalização do futebol e, claro, o time de colaboradores do JS, tudo isso contribuiu para justificar a experiência de O cor-de-rosa como um marco da emancipação do jornalismo esportivo brasileiro. (BUARQUE DE HOLLANDA apud NEVES, 2018, p. 9)

O *Jornal dos Sports* se manteve no mercado por mais de cinco décadas, contudo, com a morte de Mário Filho, começou a perder força. Devido à concorrência de outros periódicos e outros fatores de ordem administrativa, foi perdendo em circulação até que, em 2007, foi extinto.

A explicação mais plausível para a decadência dos dois periódicos considerados como marcos do jornalismo esportivo brasileiro está relacionada ao momento de crise e desorganização das entidades esportivas nacionais no final dos anos de 1980, fato que, ainda segundo Buarque de Hollanda, culminou no processo de modernização do futebol brasileiro, agora na era do marketing e do patrocínio esportivo. De acordo com a bibliografia consultada, os veículos não conseguiram acompanhar tais mudanças e ficaram engessados em um modo de produzir notícias que não atendia às demandas de anunciantes. (NEVES, 2018)

Após tal análise dos principais periódicos precursores do jornalismo esportivo no Brasil, iremos nos voltar para uma análise mais mercadológica desse modo de fazer jornalismo, que surgiu com o decorrer do tempo. Nesse sentido, podemos citar o jornal *Lance!*, que buscava estratégias de fidelizar o leitor, por isso, tinha um público alvo bem

definido: o torcedor consumidor. A ideia do periódico era ser uma ponte entre o futebol e o público.

A estratégia foi eficiente ao se considerar, sobretudo, o contexto de reestruturação do futebol nesse período, como as recorrentes crises administrativas da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a comercialização dos direitos de transmissão para a TV e o desenvolvimento do marketing esportivo, onde muitas agremiações passaram a ostentar a figura de clubes-empresas. (NEVES, 2018, p.12)

Diante das polêmicas e impasses, ficava clara a necessidade de um canal para transmitir todo esse cenário para os leitores. O projeto do *Lance!* está baseado justamente na sua participação no processo em curso de mudanças no futebol e no esporte, como afirma Moura (2014). Nesse período, evidenciou-se uma necessidade de tratar de assuntos referentes aos bastidores de clubes e dirigentes esportivos. Assim, o jornal não ficava apenas com o papel de aproximar o leitor/torcedor do seu time, ele também tinha a função de quebrar com a ideia de que esse público consumidor só estava buscando um conteúdo de menor interesse, o chamado “entretenimento” que vai ser mais a frente melhor desenvolvido. Contudo, ainda segundo Moura, o número de vendas diminuiu após essa decisão, pois ela ia de encontro com o projeto original do jornal.

Não só os impressos exerceram um importante papel na popularização do futebol e expansão do jornalismo esportivo, como as emissoras de rádio foram importantes veículos de comunicação. É notório, até os dias atuais, o papel importante que o rádio possui nessa área. Transmissões, coberturas, debates e comentários, por exemplo, são dedicados ao esporte nas grades das emissoras. O futebol é a principal pauta; contudo, durante grandes eventos ou quando algum atleta realiza um feito de destaque, esse assunto pode ganhar espaço editorial. Até hoje é possível perceber que o rádio não foi abandonado: a precisão e a emoção levadas por esse meio fazem com que as pessoas, mesmo acompanhando *in loco* ou pela televisão, permaneçam com seu rádio ligado acompanhando cada lance.

Vale lembrar que o rádio chegou ao Brasil na década de 1920, porém era restrito às elites, já que o aparelho era importado e inacessível a muitos. O conteúdo das transmissões radiofônicas era abastecido por recortes de jornal impresso. Portanto, a partir disso nota-se que o rádio não chegava para “acabar” com o meio impresso, pois dependia dessa ferramenta para suas transmissões. Dessa forma, notou-se nos primeiros anos a

dependência dessa mídia com o impresso para poder levar a informação aos seus ouvintes. Com o decorrer do tempo, o potencial do veículo foi sendo descoberto assim como suas especificidades.

Um fato histórico curioso: para que os locutores pudessem transmitir o placar de uma partida, os repórteres de campo ligavam para o estúdio para passar a informação. A primeira partida de futebol irradiada ao vivo no rádio só ocorreria em 1931, pela Rádio Educadora Paulista (AFFONSO, 2015). Durante a década de 1940, as partidas que acontecem em outros países passam a ser transmitidas. A partir dos anos 1950, começa uma padronização das transmissões esportivas. Contudo, muitas dificuldades técnicas eram enfrentadas. Além disso, para suprir os altos custos, buscava-se economizar em outros aspectos: os salários dos profissionais eram reduzidos e não se exigia especialização; o narrador também era técnico, motorista e comentarista (SILVEIRA, 2009).

É a partir da década de 1950 que a televisão começa a ser introduzida na sociedade brasileira. Assim como o rádio, esse elemento se manteve inicialmente restrito às elites, uma vez que os preços dos aparelhos eram exorbitantes. Por conta do período em que surgiu, posterior ao desenvolvimento do jornalismo esportivo, a televisão já possuía espaço e público em potencial para tratar da temática. A TV Tupi, por exemplo, já possuía um programa voltado totalmente para o esporte desde a sua criação: o Vídeo Esportivo.

No dia seguinte à estreia do programa, foram exibidas as primeiras imagens de uma partida de futebol – lances da vitória do São Paulo sobre a Portuguesa, no Estádio do Pacaembu. Apenas um mês depois de a emissora entrar no ar, foi televisionada a primeira partida de futebol da história. As imagens do clássico entre Palmeiras e São Paulo, no Pacaembu, puderam ser vistas com atraso pelo setor ínfimo da população paulistana que usufruía de um televisor (RIBEIRO apud AFFONSO, 2015, p. 23).

Diversas emissoras de televisão no eixo Rio – São Paulo começaram a competir entre si para ganharem o maior número de audiência. Os grandes eventos aceleram ainda mais essa competitividade, pois, junto com eles, entram em jogo também altos valores e uma grande possibilidade de maiores lucros. A Copa de 1958 foi um marco nesse sentido. O Brasil, ao conquistar seu primeiro Mundial, altera a maneira de torcer do aficionado em esporte. As imagens ganham força e passam a despertar emoções ainda maiores. Foi a TV Tupi quem comprou os direitos de exclusividade para transmitir os jogos, porém, a

tecnologia não permitia a reprodução na íntegra, apenas um compacto com 30 minutos e com dias de atraso. Por isso, o rádio ainda reinaria como mídia prioritária nos primeiros anos de televisão no Brasil.

Com o intuito de avançar ainda mais, e em meio ao favorável cenário vivido pelos torcedores, as TVs Tupi e Rio decidiram realizar a primeira transmissão ao vivo: as partidas do Campeonato Carioca – onde 12 das 22 estrelas da Seleção jogavam. Os clubes não gostaram da ideia, pois temiam que seus cofres fossem abalados por conta de um esvaziamento dos estádios. Entretanto, as emissoras se sobrepuseram às barreiras impostas por prefeitos, dirigentes e até mesmo por administradores do Maracanã e conseguiram o feito. Nesse sentido, podemos perceber que o medo antigo ainda se reflete na lógica atual, uma vez que os jogos que acontecem em determinado estado, não são transmitidos em termos locais, apenas em canais fechados de televisão por assinatura e que demandam uma compra exclusiva. Além disso, pode-se notar a força que a televisão vem ganhando, impondo a sua vontade sobre a dos demais e ditando, até mesmo, mudanças contra a vontade de outros.

Para facilitar a vida dos profissionais da área e dos apaixonados por esportes, surgem o videotape, "o recurso possibilitou a apresentação de um mesmo programa em dias diferentes na semana, o que significou a oportunidade de criar uma grade de atrações que prendesse o telespectador em uma relação de fidelidade, diferente do modelo adotado até então com programas diferentes a cada dia" (AFFONSO, 2015, p. 24). Os jogos podiam agora ser exibidos na íntegra, mesmo que ainda com alguns dias de atraso.

Os jogos da Copa de 1962, no Chile, passaram a ser exibidos na íntegra na televisão, por conta de um acordo entre as TVs Record e Tupi, as maiores do país. Mesmo com dois dias de atraso, o avanço encantou a população, que antes só podia assistir a alguns lances dos jogos. A narração da partida era dividida, com metade transmitida por Raul Tabajara, e o restante por Walter Abraão. (AFFONSO, 2015, p. 25)

Com a chegada dos militares ao poder, no movimento de 1964, a televisão passou a funcionar com uma ferramenta de integração nacional. O governo passou a investir na implantação de satélites e na ampliação do sistema telefônico, expandindo a transmissão de TV para todo o país. Nessa época, a programação televisiva já havia rompido com o elitismo, passando a se preocupar com o aumento da audiência. O número de famílias com

aparelhos televisivos subiu consideravelmente e a TV já estava dentro da casa de grande parte da população. Contudo, por conta do caráter de repressão do regime, muitos jornais e emissoras fecharam as portas. Mesmo assim, o jornalismo esportivo produziu reportagens que denunciavam a corrupção e os esquemas ilícitos dos cartolas brasileiros. As mesas-redondas ganhavam espaço, modelo de programa que tem sucesso até os dias atuais¹.

A televisão, portanto, levava os esportes a todos os lugares e, através de seus recursos técnicos criava o impacto proporcionado pelas imagens geradas, que nas próximas décadas iriam privilegiar a espetacularização da ação esportiva.

Diante do cenário do esporte globalizado, nota-se que a atividade esportiva passa a ser entendida como um produto da indústria cultural, sendo apresentada na forma de show e espetáculo. Para adentrar sobre essa ideia, precisa-se entender que vivemos hoje na sociedade do espetáculo, conceito desenvolvido pelo pensador francês Guy Debord, e é esse aspecto social que foi o precursor para que o jornalismo esportivo se tornasse uma mercadoria: “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p. 13).

O esporte, portanto, passa a ser representado pela mídia na forma de espetáculo, com o objetivo de atrair cada vez mais os olhares do público. O jornalista esportivo, inserido nesse contexto, irá priorizar um conteúdo e publicações que dialoguem diretamente com o maior alcance. A qualidade fica em segundo plano, dando espaço para a quantidade. A notícia é um produto, logo, é responsável por gerar lucros para a empresa. O espetáculo no qual o esporte está inserido é um caminho muito rentável, capaz de movimentar capital de um país inteiro.

Essa característica mostra-se ainda mais forte quando acontecem grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo, as Olimpíadas e os jogos Pan Americanos – evento que será analisado ao longo deste trabalho. O público passa a demonstrar um maior interesse nesses assuntos, o que pode acarretar na mudança da estrutura de um jornal, principalmente quando se aproxima ou se está em grandes eventos, como Copa do Mundo, Olimpíadas, etc. (SPANNENBERG et al., 2012).

¹ Durante esse período, a Rede Bandeirantes de Televisão passou a ter bastante prestígio como canal de esporte. Além dessa emissora, a TV Manchete e a TV Cultura atravessaram grandes momentos esportivos e se destacaram pelos programas esportivos que introduziram na sua programação, como o Manchete Esportiva.

A partir de tais constatações, fica clara uma aproximação com o conceito de *jornalismo soft*. Este afirma que são levados mais em conta fatores mercadológicos do que o próprio jornalismo, com o intuito de, justamente, atrair mais público (SPANNENBERG et al., 2012). Nota-se que o que deve ser notícia deve ser aquilo que mais interessa ao público. Esse aspecto mercantil pode ser observado desde o século XIX no jornalismo de modo geral, uma vez que as notícias passam a ser a matéria-prima dos jornais. Assim, o caráter mercadológico das notícias permanece até os dias atuais, o que mostra que “a informação pública do ocidente é hoje profundamente marcada pela ordem do valor de troca” (SODRÉ apud AFFONSO, 2015, p.33).

O jornalismo esportivo não deve se limitar apenas as quatro linhas do futebol ou ao que acontece em quadra, por exemplo, ele deve entender o que o público deseja saber e, a partir daí, ampliar suas abordagens.

A audiência, inclusive, foi um dos fatores preponderantes para o desenvolvimento do jornalismo esportivo no Brasil e no mundo, juntamente com a popularização do futebol e a sua consequente profissionalização, que ocorreu em percurso simultâneo à profissionalização do próprio jornalista. (NEVES, 2018, p. 2)

Não é novidade que o futebol exerce grande contribuição para o jornalismo esportivo. Apesar de ter apresentado grande repulsa do público no início, foi impulsionado pelas crônicas para que fossem parte da vida de grande parcela da população brasileira. Atrelada à essa paixão de interesse nacional, a audiência, portanto, joga junto com essa idolatria, uma vez que o público interessado será grande. Esses dois fatores juntos permitiram que o jornalismo esportivo tivesse força suficiente para se sustentar no mercado. O esporte é o produto que mais vende, segundo Alcoba (apud SILVEIRA, 2009, p. 36). Por conta disso, o espaço destinado a ele não se limita apenas a uma parte de um jornal ou programa, por exemplo. É esse aspecto lucrativo desse modo de fazer jornalismo que move as mídias a investirem nele.

O esporte vai além da prática esportiva em si, ele envolve também aspectos políticos e econômicos, que dialogam diretamente com a questão mercadológica que existe por trás. Quanto à questão econômica, o esporte move uma grande quantia de dinheiro, desde os direitos de transmissão até mesmo o turismo de uma cidade. O investimento em esportes dá retorno, tanto para as mídias – por meio de índices de audiência e patrocinadores –, quanto para as cidades-sede – melhorias na infraestrutura local e

incremento do turismo. Esses aspectos se tornam ainda mais claros durante grandes eventos esportivos mundiais. Durante a Copa do Mundo de 2004 na Alemanha, por exemplo, segundo Alcoba (apud SILVEIRA, 2009, p. 38), o benefício, incluindo o contrato com a televisão, foi de mais de 600 milhões de Euros.

Em relação ao aspecto político, percebe-se que hoje o jornalismo esportivo precisa dar conta de todas as questões que envolvem o esporte, até mais aquelas que dizem respeito aos bastidores. Os escândalos políticos que envolvem os dirigentes do clube, a campanha eleitoral, tais como as polêmicas dos grandes órgãos gestores de grandes eventos, são temas recorrentes na mídia. Dessa forma, nota-se que “o esporte não é mais apenas uma diversão, ele é produtor de benefícios em todos os aspectos, desde os culturais aos industriais; desde os políticos aos econômicos” (SILVEIRA, 2009, p. 53).

O jornalismo esportivo, portanto, ao priorizar os valores mercadológicos - como é trazido no conceito de *jornalismo soft* - altera a essência inicial desse campo jornalístico. Contudo, essa alteração pode ser vista sob o viés de ampliação, uma vez que novos assuntos relacionados a esse meio passam a ganhar espaço nas pautas cotidianas. Essa tendência é baseada no desejo do seu público consumidor, que possui novas demandas e interesses. Nesse sentido, o entretenimento surge como uma vertente que reforça tais aspectos mercantis.

Dessa forma, é possível perceber que, apesar de datar uma origem recente, o jornalismo esportivo sofreu diversas alterações nesse período. Essas mudanças foram acompanhando as tendências do seu público consumidor em todos os momentos. Portanto, pode-se notar uma necessidade constante de estar ligado diretamente ao público consumidor, pois é esse grupo que lhe proporcionará melhores índices de audiência e, conseqüentemente, os melhores patrocinadores.

Os grandes eventos esportivos se mostram como grandes exemplos disso, já que são de grande interesse do telespectador - uma vez que envolvem atletas de ponta das modalidades esportivas -, logo, são também um desejo das mídias. É importante, então, analisar como esses aspectos mercadológicos se apresentam na prática.

3. Megaeventos esportivos: Pan e Parapan-Americano

No contexto da espetacularização e mercantilização do jornalismo esportivo, os grandes eventos esportivos se mostram como excelentes objetos para propagar e acentuar tais características. Nesse sentido, este trabalho busca se aprofundar nos jogos Pan e Parapan-Americanos, evidenciando alguns de seus traços históricos e situa-los no cenário em questão. Com isso, será discutida a ideia de eventos multiesportivos, a qual está relacionada diretamente a essa competição. Para isso, é importante apresentar também as diretrizes do conceito de megaevento esportivo.

3.1. Megaeventos e o jornalismo esportivo mercantil

Dentro da lógica do mundo capitalista, o jornalismo esportivo, como já visto anteriormente, está cada vez mais alinhado aos ideais mercadológicos e vem sendo tratado como um produto lucrativo. Nesse sentido, os eventos esportivos que reúnem uma grande quantidade de atletas renomados e atraem o olhar de um enorme público ganham mais força, pois, junto com a visão do telespectador, os meios de comunicação conquistam diversos outros benefícios, como um aumento dos patrocinadores. Esse modelo de competição ainda possui um caráter mais amplo, ele será rentável também para a sociedade e para o Estado.

Os eventos multiesportivos se apresentam dentro desse contexto. Esse conceito é utilizado para tratar das competições que envolvem vários esportes de modalidades diferentes. Essas disputas ocorrem normalmente juntas, em um determinado lugar. Para isso, as delegações enviam seus atletas. A ideia de Megaeventos Esportivos se alinha à anterior. Ela leva em conta a curta duração dos jogos e o longo processo de preparação para disputa, o que confirma a presença de esportistas de ponta. Megaeventos Esportivos são espetáculos, podem ser conceituados como competições internacionais de alto valor simbólico, de curta duração e de longo processo de preparação, que engloba milhares de pessoas, afetando diretamente vários setores da sociedade.

Os Megaeventos relacionam mais a competição à concepção de espetáculo. Sob essa perspectiva, o espetáculo, de acordo com Guy Debord (2003), se torna o próprio capital. É válido ressaltar que o autor trata a sociedade do espetáculo sob um viés negativo, contudo,

este trabalho não busca adentrar nessa análise mais profunda. A ideia é mostrar o valor de mercadoria que o espetáculo, nesse caso representado pelo esporte, passa a ter. O espetáculo, portanto, contribui para que o esporte apresente um maior caráter mercadológico.

O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo. A produção econômica moderna estende a sua ditadura extensiva e intensivamente (DEBORD, 2003, p. 24).

Essa relação possui como base o seu alto valor simbólico internacional e a interferência que possui na vida de uma sociedade, tanto no campo social, quanto no econômico. Assim, várias esferas da sociedade dialogam com os seus benefícios lucrativos. O alcance desses eventos internacionalmente implica uma base sólida para sua realização. Um evento de grande porte necessita também de uma estrutura à altura para que possa ser realizado em sua plenitude e ofereça as vantagens que promete.

megaeventos esportivos são caracterizados como eventos de alcance mundial, que necessitam de estrutura e financiamento para acontecer. A junção do prefixo “mega” justifica-se por serem eventos culturais e esportivos de porte colossal, grandes invenções criadas pelo avanço científico e tecnológico, resultantes do grande boom da globalização (MARCHI JR. et al. apud BERNABÉ, 2014, p. 457).

Esse formato de competição possui várias vias rentáveis. Primeiramente, podemos analisar as vantagens oferecidas para a mídia. O interesse do público por grandes espetáculos permite que ocorra um aumento da audiência e, conseqüentemente, um maior número de patrocinadores se sente atraído. A mídia, então, volta seus esforços para uma grande cobertura televisiva, principalmente. Repórteres são enviados para os locais dos jogos e mudanças na grade de programação priorizam a competição, a fim de despertar no público o desejo pelo evento e aumentar, assim, o número de audiência, com a promessa da melhor cobertura dentre as suas concorrentes. Nesse sentido, os programas esportivos

também passam a dedicar um espaço diário para atualizar sobre os dados das competições que estão ocorrendo.

Até mesmo o jornalismo factual é afetado, já que os maiores feitos e conquistas ganham espaço nos principais telejornais da televisão brasileira. Essa estratégia desperta a curiosidade sobre o evento no telespectador em potencial do conteúdo esportivo, que pode passar a ser um novo público dessa demanda.

A cidade-sede também ganha muito com os Megaeventos, tanto durante a sua realização, quanto depois. Tal modelo de competição, portanto, é de grande interesse estatal. Inicialmente, este tem que desembolsar uma quantia para investimento, principalmente, em infraestrutura, que envolvem desde a construção de arenas até vilas olímpicas para hospedagem dos atletas.

Segundo Toledo (2015), para que um cidade possa realizar a sua candidatura, ela precisa contemplar dezessete temas: 1) Visão, Legado e Comunicação; 2) Conceito Geral dos Jogos Olímpicos; 3) Clima e Estrutura Política e Econômica; 4) Aspectos Legais; 5) Formalidades Aduaneiras e de Imigração; 6) Meio Ambiente e Meteorologia; 7) Finanças; 8) Marketing; 9) Locais de Competição; 10) Jogos Paraolímpicos; 11) Vila Olímpica; 12) Serviços Médicos e Controle de Doping; 13) Segurança; 14) Acomodação; 15) Transporte; 16) Tecnologia; 17) Operações de Mídia.

O aspecto social, portanto, é diretamente afetado por tais necessidades no dia a dia. Entretanto, nem todos os locais são atingidos, apenas aqueles que estão próximos aos locais de competição ou são rotas para tais. O sistema de transporte passa por uma reestruturação e diversas melhorias são realizadas, porém, como falado, isso não ocorre de maneira completa em toda a cidade. O mesmo acontece com a segurança, por exemplo; ela é bastante reforçada nas proximidades e locais turísticos da cidade, pois são nesses espaços que as câmeras estarão voltadas e os turistas irão frequentar, este é o local de venda da cidade internacionalmente.

Em contraponto, benefícios para uma maior parcela da sociedade também são notados. No momento da competição, o turismo é acelerado e, com isso, os ganhos econômicos são muitos e diversas áreas são movimentadas. Há uma crescente geração de empregos – nas obras infra estruturais e também nas arenas, por exemplo – e um terreno fértil para o desenvolvimento de um mercado autônomo. Os Megaeventos esportivos engendram um “fator de bem-estar” entre os cidadãos, de forma a produzir efeitos para o bem-estar geral da população no país em que o evento se realiza (TOLEDO, 2015).

Assim, em termos sociais, as vantagens dos Megaeventos só são vistas quando isso traz algum tipo de retorno financeiro ou representa uma necessidade do Estado. Por isso, não ocorrem de maneira homogênea em toda a sociedade. Tal aspecto confirma a forma como o esporte se distancia da sua característica de integração e inclusão e passa a ter o valor de produto. A ausência do público de baixa renda, que não possui condições de arcar com todos os custos que esse espetáculo envolve, confirma ainda mais tais questões.

Já para o Estado, o lucro é visto além do momento das competições. O período seguinte aos jogos também é bastante relevante, uma vez que todo o legado deixado contribuiu para o crescimento da cidade e as estruturas construídas poderão ser utilizadas para outras atividades que também irão gerar lucros.

Além disso, funcionam como ótimos outdoors internacional, pois, por meio deles, a cidade-sede consegue causar uma boa impressão internacionalmente e manter uma constante atividade turística em seu território. Megaeventos esportivos trazem benefícios para a imagem do país, já que a exposição internacional gera um incremento do prestígio, ou seja, alteram positivamente o modo como o país/cidade-sede e sua população são vistos por outros Estados ou pelo público estrangeiro.

Dessa forma, como afirma Toledo (2015), a discussão sobre os megaeventos passa a se desenvolver em diferentes áreas do conhecimento, a exemplo da Educação Física, da Administração, do Planejamento Urbano, da Ciência Política e do Direito. O esporte passa a não ser limitado à apenas um campo. A ampliação do seu valor mercantil faz com que mais setores passem a olhar para ele com outros olhos, enxergando nesses grandes eventos, grandes possibilidades econômicas.

Diante dessa lógica mercantil que se amplia cada vez mais, é importante retornar ao início dos jogos Pan-Americanos, evento multiesportivo e megaevento, quando o objetivo de uma importante figura na consolidação do Movimento Olímpico se mostrou justamente contra todas essas atuais características. Avery Brundage, ex-atleta olímpico e administrador esportivo norte-americano, foi um dos precursores para que o projeto do Pan pudesse realmente se concretizar.

Dentre outras questões, Brundage se opunha justamente a tão presente comercialização dos Jogos. O ex-atleta negava a influência da política ou do contexto político sobre o esporte (e vice-versa), defendia o amadorismo esportivo e, com muita veemência, defendia a continuidade dos Jogos Olímpicos a despeito de condições adversas.

A espetacularização, portanto, estaria completamente dissociado do Pan-Americano e vai contra todas as ideias de Brundage.

Entretanto, já na primeira edição dos jogos, pode-se perceber que as características mercantis começam a se apresentar de forma sutil. A visão positiva que a mídia argentina destacou dos jogos projetou uma boa imagem internacional criando um cenário propício para a realização dos jogos olímpicos, evento de maior porte.

A mídia impressa argentina fez referências positivas ao evento, ressaltando a organização e a projeção internacional positiva da imagem do país. Autoridades do esporte argentino consideraram o sucesso do Pan como uma demonstração de que Buenos Aires poderia sediar os Jogos Olímpicos no futuro, incluindo o próprio presidente Perón (TORRES apud SANTOS, 2017, p. 997).

Assim, os meios de comunicação já se mostravam alinhado com a ideia de vender uma boa imagem do país. Conseqüentemente, diversos outros setores da economia seriam acelerados com isso, pois mais pessoas e investidores se sentiriam atraídos pelo local. Além disso, tal estratégia também era interessante para a mídia argentina, que seria beneficiada com a possibilidade da realização de jogos de maior porte, com os melhores índices de audiência e o maior número de patrocinadores.

Esse aspecto pode ser analisado também na participação do Rio de Janeiro como cidade-sede dos jogos Pan e Parapan-Americanos de 2007. O principal intuito da cidade ao realizar a 15ª edição do evento era ganhar credibilidade em uma futura candidatura olímpica. Segundo Toledo (apud BLACK, 2007), esta é uma tática utilizada mundialmente, quando diferentes Estados organizam os chamados “Jogos de Segunda Ordem” para provar que estão aptos para sediar um evento esportivo de maior grandeza. O Rio de Janeiro pensou além da visibilidade positiva, sua ideia era projetar toda a infraestrutura sob os padrões do COI, de forma a antecipar a construção e/ou reforma de praças e equipamentos esportivos necessários à recepção dos Jogos Olímpicos. O intuito dos organizadores, aqui, era “vender” a organização desse evento regional como um estágio de aprendizado. (TOLEDO, 2015)

A perspectiva subjacente a tal projeto era de que, ao erigir essa estrutura mesmo antes da abertura do processo de escolha, o Rio de Janeiro se antecipasse aos eventuais concorrentes e às próprias exigências do COI, o que poderia lhe conferir uma vantagem comparativa em uma nova candidatura, que viria a ocorrer em 2003, quando a cidade se apresentou como aspirante à realização dos Jogos Olímpicos de 2012. (Benedicto, 2008; Cruz, 2010; Miagusko, 2012) (TOLEDO, 2015, p. 27).

A partir disso, fica claro que há uma relação mercadológica entre os Megaeventos e o jornalismo esportivo. Essa linha jornalística é a responsável por “vender” os megaeventos e agregar valor para eles. Por meio do jornalismo que o evento ganha uma maior visibilidade internacional e todos os esforços feitos para criar um cenário positivo podem ser reconhecidos e explorados.

3.2. Traços históricos do Pan e Parapan-Americano

Os jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos ocorrem de quatro em quatro anos e contam com a presença de atletas de países do continente americano. Eles reúnem diferentes modalidades esportivas, que são disputadas em um determinado período de tempo – em torno de um mês, na maioria das vezes. Sendo assim, eles podem ser encaixados na ideia de eventos multiesportivos. Além disso, também se apresentam dentro da categoria de megaevento esportivo, já que é uma competição de caráter internacional e que envolve diferentes segmentos sociais e econômicos.

A competição acontece em algum país dentre a América do Norte, Central e Sul. Primeiro, são disputados os jogos Pan-Americanos e, em seguida, cerca de duas semanas depois, acontece o Parapan. A partir da edição de 2007, no Rio de Janeiro, ambas as competições passaram a ocorrer na mesma cidade e ganharam moldes mais unificados. Vale frisar que o Parapan é disputados por atletas que possuem alguma deficiência, mas não só isso, eles precisam estar filiados ao Comitê Paralímpico das Américas – instituição que organiza e supervisiona os jogos.

A Organização Desportiva Pan-Americana (ODEPA) é o órgão, formado por 42 países do continente, que rege a competição e toda sua estrutura e ações são definidas pela Carta Olímpica. A Organização foi criada quatro anos após a realização da primeira edição dos jogos e sua sede encontra-se na Cidade do México. A competição segue os moldes

olímpicos e, desde 1951 – quando realizado o Pan pela primeira vez – contou com desfile de Delegações, Tocha e Fogo Pan-americanos, Juramento Olímpico e Cerimônias de Abertura e Encerramento.

A ideia para realização do jogos Pan-Americanos surgiu após a Olimpíada de 1932, por membros latino-americanos do Comitê Olímpico Internacional, com o objetivo de desenvolver e estimular mais intensamente o esporte no continente Americano. Contudo, o COI não aceitou, em um primeiro momento, essa proposta. Diversas reuniões aconteceram até que, finalmente, foi aceito.

Para tornar o Movimento Olímpico global/universal o COI endossou, embora não sem resistências, competições regionais e continentais no início do século XX. Houve intensos debates em reuniões consecutivas do órgão para decidir sobre cancelar e sediar Jogos regionais. De um lado havia a preocupação de que a proliferação de jogos regionais pudesse, a longo prazo, fazer declinar o interesse pelos Jogos Olímpicos. (SANTOS, 2017, p. 991)

A inspiração veio de eventos multiesportivos realizados anteriormente e que possuíam moldes semelhantes. A primeira delas ocorreu no Rio de Janeiro, em 1922, com o apoio do COI. O evento chamado primeiramente de Jogos Olímpicos Latino-Americanos e, em seguida, de Jogos Latino-Americanos. O evento aconteceu concomitante às celebrações do centenário da independência no Brasil, com a colaboração operacional da Associação Cristã de Moços (ACM), envolto por ideais de “cristandade muscular”. A Associação possuía bastante reconhecimento no que tange a questão do esporte, ela o promoveu como essencial para a formação moral e cristã e contribuiu para o desenvolvimento do esporte moderno no mundo no século XX e, também, para a expansão do Movimento Olímpico.

Além da competição que ocorreu em terra brasileira, os Jogos Centro-Americanos, que tiveram início em 1924, também após uma edição de Jogos Olímpicos – os jogos de Paris serviram de inspiração. Esses possuíam moldes semelhantes, sendo realizados também de quatro em quatro anos. A competição contava com a participação, inicialmente, apenas de países da América Central e Norte, porém, com o passar do tempo, foram ampliando suas fronteiras e incorporaram países que estão no Caribe e na América do Sul,

passando a receber o nome de Jogos Centro-Americanos e do Caribe – também conhecido como JCC.

esses dois eventos podem ser compreendidos como precursores e propulsores da ideia de se realizar o evento continental mais tarde denominado de Jogos Pan-Americanos, a julgar pela mobilização que eles desencadearam para a criação de federações esportivas nacionais e regionais, filiação de membros da América Latina ao COI, criação de Comitês Olímpicos Nacionais (CON) em países das Américas Central e do Sul, e pela apropriação/emulação das dimensões protocolares, operacionais e ideológicas dos Jogos Olímpicos nesses eventos. (SANTOS, 2017, p. 992)

O projeto foi aceito e, em 1940, foi realizado o I Congresso Esportivo Pan-Americano, com a finalidade de definir os moldes para da competição que foi marcada para o ano de 1942, com sede em Buenos Aires, capital da Argentina. Contudo, a Segunda Guerra Mundial fez com que os planos tivessem que ser alterados. O ataque japonês a Pearl Harbour, no Havaí, em dezembro de 1941, foi estopim para a entrada dos Estados Unidos na Grande Guerra. A ausência da maior potência do continente, de 1939 até 1945, não permitiu a realização dos jogos em 1942.

Apesar da crescente burocratização da instituição e constante comunicação entre os membros da recém-criada ODEPA, a tentativa inicial de inaugurar os Jogos Pan-Americanos em 1940 em Buenos Aires, na Argentina, sucumbiu ao cenário da II Guerra Mundial. Além das questões de segurança, transporte de atletas e outras dificuldades, com a participação protagonista dos EUA na Guerra, a relação entre este país e a Argentina quanto a seus posicionamentos políticos ficou tensionada naquele cenário e comprometeu decisivamente operacionalidade do evento regional. Esses mesmos motivos fizeram com que a tentativa de inaugurar o evento em 1942 também falhasse (TORRES apud SANTOS, 2011, p. 994).

Somente após a Olimpíada de 1948 que foi realizado um novo congresso. No II Congresso Esportivo Pan-Americano, a cidade de Buenos Aires manteve-se como sede dos jogos, que ganharam uma nova data – o ano de 1951. A abertura da competição ocorreu no dia 25 de fevereiro e os jogos foram realizados até 9 de março. No total, o Pan contou com a participação de 2.513 atletas, de 21 países, que disputaram provas em dezoito modalidades esportivas diferentes.

Os países participantes foram: Argentina, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, El Salvador, Estados Unidos, Guiana Francesa, Guatemala, Haiti, Jamaica, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Trinidad e Tobago, Uruguai e Venezuela. Já os esportes eram: atletismo, basquete, beisebol, boxe, ciclismo, esgrima, esportes aquáticos (natação, saltos ornamentais, polo aquático), futebol, ginástica, hipismo, levantamento de peso, lutas, pentatlo moderno, pólo, remo, tênis, tiro esportivo e vela.

A dona da casa, a Argentina, ficou com 1º lugar, com 150 medalhas, sendo 68 de ouro, quase metade. Em seguida, os Estados Unidos, com 95 no total e 44 ouros. O desempenho secundário da grande potência foi justificado por problemas financeiros, uma vez que o país teve gastos muito elevados com a Guerra; a delegação americana ficou limitada a 175 atletas e o país não teve representantes em sete esportes: hipismo, futebol, ginástica, pólo, remo, tênis e vela. Em termos de Brasil, o país enviou 179 atletas e ficou em 5º lugar, com 32 medalhas e apenas 5 de ouro.

Em relação ao Parapan, sua origem é mais recente e, inicialmente, não possuía vínculo com o Pan como apresenta hoje. As primeiras competições que contavam com para-atletas dataram o ano 1967, porém, apenas em 1999, que os jogos foram associados ao Pan-Americano. Dentre as modalidades de formal geral nos dois formatos, apenas a natação, o basquete em cadeira de rodas e o atletismo são realizadas desde a primeira edição.

O primeiro modelo da competição ocorreu em Winnipeg, no Canadá, e contou apenas com a participação de atletas paraplégicos de seis países diferentes. Sob esses moldes foram realizadas nove edições no total, que ocorreram a cada 2 ou 4 anos até 1995. Nesse mesmo ano, ocorreram, na Argentina – sede dos Jogos Pan-Americanos, três eventos distintos, com foco em para-atletas. Vale ressaltar que essas competições não possuíam relação com as tratadas anteriormente. Os eventos realizados foram: os Jogos Pan-americanos de Cadeira de Rodas, os Jogos Pan-americanos para Cegos e os Jogos Pan-americanos dos Deficientes.

Sob esse viés, nota-se que uma aproximação entre o Pan e competições envolvendo para-atletas começa a ser esboçada. Foi, justamente, logo após essa edição que ficou decidido que seriam realizados os jogos Parapan-Americanos. A sua estreia ocorreu na Cidade do México e, ao todo, 1.200 atletas, de 20 países diferentes, competiram em 4 esportes: atletismo, natação, basquete e tênis de mesa. Neste ano, o Pan foi realizado no Canadá.

Apenas em 2007, na edição do Rio de Janeiro, que o Parapan foi de fato vinculado ao Pan. Foi nesse ano que as competições passaram a ser disputadas em sequência, na mesma cidade-sede e com a mesma estrutura. O evento contou com 1300 atletas, de 25 países. A mudança foi positiva para o Brasil que passou a ocupar liderança do quadro geral de medalhas desde então.

Tal vinculação dos jogos ampliou ainda mais a questão da mercantilização do evento. Por um lado, é possível pensar que esta junção é negativa, pois exclui a possibilidade de uma outra cidade receber os jogos e, com isso, todo o desenvolvimento que um megaevento traz consigo. Contudo, para a cidade-sede isso é extremamente benéfico. A possibilidade de realizar dois grandes eventos permite que todas as vantagens sejam duplicadas e o gasto com infraestrutura, por exemplo, seja único, o mesmo. O turismo será incrementado por um período mais longo e todos os esforços de melhorias nesse sentido já teriam que ser feitos de qualquer forma. Por mais que haja uma necessidade de investimento extra, a maior parte já foi demandada para o primeiro evento a ser realizado.

3.3. Jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019

Neste momento, este trabalho, procura apresentar um panorama do Pan e Parapan-Americanos referentes a 18ª edição dos jogos, a fim de nortear sobre o que aconteceu de modo geral em ambas. O Pan aconteceu entre os dias 26 de julho e 11 de agosto, enquanto o Parapan ocorreu de 23 de agosto até 1º de setembro. Os jogos ocorreram na cidade de Lima, no Peru; foram realizadas competições também nos distritos de Callao, Huacho, Ica, Punta Negra, Cañete e Lunahuaná.

O Pan teve a presença de mais de 6 mil atletas, de 41 países diferentes, em 417 competições, de 38 modalidades diferentes. O Brasil teve grande destaque na competição e concretizou a sua melhor atuação do país em Jogos Pan-Americanos. O país ficou em 2º lugar do quadro geral de medalhas, atrás dos Estados Unidos, com 171 medalhas, sendo 55 de ouro, 45 de prata e 71 de bronze². Os americanos somaram 293 medalhas: 120 de ouro, 88 de prata e 85 de bronze.

² Disponível em: <https://www.cob.org.br/pt/cob/time-brasil/brasil-nos-jogos/participacoes/lima-2019/>. Acesso em: 2 de novembro de 2019.

Já os jogos Parapan-americanos apresentaram um porte menor, com um número mais reduzido de atletas. Ao todo, 1890 atletas, de 30 países distintos competiram em 370 eventos em 17 esportes. O Brasil manteve o padrão das outras edições e ficou com o 1º lugar, tornando-se tetracampeão. Desde 2007, na edição realizada no Rio de Janeiro, o Brasil ocupa a 1ª colocação. Porém, dessa vez, o país conquistou ainda a melhor campanha da história, com 308 medalhas, sendo 124 ouros. O feito da melhor marca não era batido desde a primeira vez que a competição foi disputada. O México era o responsável pela marca, no primeiro Parapan, em 1999, quando o país latino conquistou, em casa, 121 medalhas de ouro e 307 no total.

Em paralelo com o que foi abordado anteriormente sobre a necessidade de uma infraestrutura prévia, o Peru, cidade-sede, se manteve dentro do orçamento inicial. Os gastos ficaram em torno de R\$ 4,4 bilhões (US\$ 1,2 bilhão) e não foi apresentado um projeto luxuoso. Contudo, o processo de preparação foi turbulento, todas as obras atrasaram em relação ao cronograma previamente previsto. Para que tudo ficasse pronto a tempo, os peruanos recorreram a outro país que já tinha tido experiências com a competição. Os ingleses, que organizaram os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2012, foram consultado e, tal ajuda, custou cerca de R\$ 262 milhões (US\$ 70 milhões)³. O valor total do projeto, portanto, poderia ter sido ainda mais baixo se não tivesse ocorrido essa falta de planejamento.

Outro obstáculo ocorreu em torno da realização dos jogos Parapan. O país não contava com um Comitê Paralímpico, nem com uma organização no esporte para deficientes físicos também. Para suprir essa falta, foi criada, em 2013, uma entidade para cuidar dos paralímpicos. Dentre os destaques realizados por essa nova entidade está a Vila dos Atletas, que custou cerca de R\$ 300 milhões⁴ e é toda adaptada, com rampas, banheiros e elevadores para cadeirantes e também possui adaptações nas calçadas para os cegos e instruções em braile. Os benefícios foram excelentes para os atletas, que puderam realizar suas atividades diárias com mais facilidade. Tal fator pode refletir diretamente na

³ Os dados referente aos gastos foram retirados do site *globoesporte.com*. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/jogos-pan-americanos/noticia/lima-gasta-r-44-bilhoes-para-fazer-uma-edicao-sem-luxos-dos-jogos-pan-americanos.ghtml>. Acesso em: 12 de novembro de 2019

⁴ Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/atletas-peruanos-veem-parapan-de-lima-como-meio-para-tornar-o-pais-mais-acessivel,edb4ed044daaa993459ba8aba0f8f34dybgq51ks.html>. Acesso em: 12 de novembro de 2019

performance dos mesmos durante as competições. Além disso, tais estruturas servirão de legado para o país e auxiliarão os futuros moradores com deficiência daquela instalação.

Quantos aos direitos de transmissão, há uma diferença entre os dois eventos. Os jogos Pan Americanos, desde 2011, são transmitidos exclusivamente pela Rede Record. A emissora, desde 2007, possui os direitos na televisão aberta, mas apenas na edição seguinte conquistou a exclusividade. Não houve alteração nesse sentido, a Rede Globo se manteve fora da transmissão na televisão aberta, exibindo apenas um conteúdo mais simples. A emissora de Roberto Marinho, entretanto, poderia exibir todo o conteúdo na televisão por assinatura. Tais questões serão discutidas no capítulo a seguir.

Já o Parapan-Americano foi transmitido pelos canais SporTV e foram destinadas mais de 80 horas para cobertura do maior evento de esporte adaptado do continente. Não houve qualquer tipo de limitação para exibição desse conteúdo esportivo no canal aberto. Por decisão do Comitê Organizador Local de Lima 2019, as cerimônias de abertura, de encerramento, além das competições de atletismo, natação, basquete e rúgbi em cadeira de rodas. Essa questão dos direitos de transmissão demonstra mais um aspecto relativo ao valor mercantil do esporte, que é um produto vendido por meio desses direitos.

Diante dessas análises, inserindo os megaeventos Pan e Parapan na lógica mercantil do jornalismo esportivo, o próximo capítulo busca explorar a forma como o Pan e o Parapan foram exibidos no Globo Esporte, programa diário (exibido de segunda a sábado) da Rede Globo, na televisão aberta.

4. Os jogos Pan e Parapan-Americanos de 2019 e o “Globo Esporte”

Este capítulo busca fazer uma análise da exibição dos Jogos Pan e Para-Pan Americanos de 2019, no programa “Globo Esporte”, da Rede Globo. Por fim, será feita uma comparação referente ao tempo total que cada uma das competições teve direito durante o período de uma semana – primeira semana dos jogos. Para embasar melhor a discussão, inicialmente, será apresentado o programa em questão e suas características principais que dialogam com o objetivo final.

4.1. “Globo Esporte”: direito de transmissão dos jogos

A televisão tem como principal produto o futebol, que interessa, conforme a pesquisa "*Esporte Clube Ibope Media*", realizada pelo Ibope em 2011, a 92% do universo de telespectadores. (OSELAME; COSTA, 2012). O esporte e a televisão possuem uma estreita relação entre si, como já demonstrado ao longo deste trabalho monográfico. Nesse sentido, este capítulo pretende fazer uma análise da primeira semana de exibição do jogos Pan-Americanos e Para Pan-Americanos, de 2019, no programa Globo Esporte, da Rede Globo. Serão discutidos aspectos de exibição das duas competições e, por fim, será feito um comparativo entre ambas.

Antes, é preciso estabelecer como ponto de partida a hegemonia que a Rede Globo possuía frente às demais emissoras da rede aberta, principalmente no que tange à audiência na televisão. No campo do jornalismo esportivo não é diferente pois a Globo investe na compra dos direitos de transmissão dos maiores eventos esportivos. Entre 1998 e 2000, por exemplo, a emissora desembolsou US\$ 600 milhões na aquisição da exclusividade dos direitos de transmissão (OSELAME; COSTA, 2012):

Neste início de século XXI, o esporte é um terreno fértil para o espetáculo. Não por acaso, desde a edição realizada em 1984, em Los Angeles, nos Estados Unidos, a viabilidade econômica de eventos esportivos como os Jogos Olímpicos passou a ser garantida pela venda dos direitos de transmissão especialmente para as emissoras de televisão, mas também para as estações de rádio e, mais recentemente, na última década, para os portais de internet. (OSELAME; COSTA, 2012, p.2)

A partir disso, nota-se que os grandes eventos se tornam “mercadorias” e o lucro direto gerado se mostra na forma de audiência – o que atrai um grande número de patrocinadores interessados em expor suas marcas durante as competições. Assim, haverá uma grande concorrência entre as maiores redes de televisão para obter exclusividade sobre esses produtos.

A primazia da Rede Globo nesse campo, apesar de indiscutível na maior parte das competições, começou a ser abalada a partir de 2008. A Rede Record comprou os direitos exclusivos de transmissão dos eventos do ciclo olímpico de 2012 (Jogos Olímpicos de Inverno de Vancouver, em 2010; Jogos Pan-Americanos de Guadalajara, em 2011; e Jogos Olímpicos de Londres, em 2012). Em 2007, a emissora já havia tido a sua primeira experiência com os jogos Pan-Americanos, contudo, ainda não possuía exclusividade.

Quanto a questão do investimento da emissora nos programas, neste trabalho o foco será no Globo Esporte, programa transmitido de segunda a sábado, na TV aberta, na hora do almoço (12h50 até 13h20). O programa busca, por meio de uma linguagem mais informal e com um tom mais próximo do telespectador, apresentar as principais notícias do mundo esportivo do dia anterior até o momento. As matérias produzidas possuem o formato, em sua maioria, de *vídeo-tape* (VT), contudo, notas cobertas também podem ser vistas. Além disso, caso alguma competição esteja em uma fase importante e um repórter tenha sido enviado para o local, tal como ocorre em eventos de grande porte, as notícias podem ser passadas na forma de *vivo*.

O programa Globo Esporte se insere no contexto da terceira fase do desenvolvimento do jornalismo esportivo brasileiro, iniciada nos anos 2000 com o advento das novas tecnologias e, principalmente, com a transformação do esporte de competição em uma indústria rentável e em um espetáculo televisivo capaz de atrair enormes audiências e milionários patrocinadores. (OSELAME; COSTA, 2012, p.12)

Neste capítulo, será feita uma análise de uma semana do período dos jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos, de 2019, no programa Globo Esporte. O Pan Americano ocorreu do dia 26 de julho até o dia 11 de agosto, enquanto o Parapan foi realizado de 23 de agosto até 1º de setembro. Ambas as competições ocorreram na cidade de Lima, no Peru.

A Rede Globo não possuía o direito de transmissão, na TV aberta, dos jogos Pan-Americanos, como dito anteriormente. Já dos jogos Parapan-Americanos, não havia qualquer tipo de restrição para exibição do conteúdo. É importante observar, a priori, que para ambos os eventos – que ocorrem praticamente seguidos um do outro e na mesma cidade-sede – foram enviados repórteres correspondentes para a cidade de Lima, no Peru.

A análise pretende identificar o modo como esses dois produtos são passados para o público. A partir disso, verificar como os direitos de transmissão influem na notícia produzida. Pretende-se identificar as diferenças entre a forma de exibição das duas competições. Assim, verificar se o Pan-Americano, que, de acordo com o senso comum, possui uma maior visibilidade, mantém tal característica. Além disso, observar se o Parapan-Americano, que não possui tanta divulgação, continua ocupando um patamar mais baixo, mais desvalorizado, ou se esse padrão é alterado.

É importante destacar que as minutagens a seguir podem ter uma pequena diferença para a realidade, uma vez que a divisão por categorias (Pan Americano, Futebol e Demais Esportes) foi arredondada para casa do zero ou cinco. Todo material foi retirado do acervo da Rede Globo, no site "Globo Play"⁵.

4.2. Análise dos jogos Pan-Americanos no "Globo Esporte"

Nesse momento, será feita análise dos jogos Pan Americanos. Foi estudada a semana de 26 de julho até 2 de agosto – semana de abertura dos jogos. Durante todos esses dias, o programa exibiu algum conteúdo relativo à competição.

⁵ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/globo-esporte/p/815/>. Acesso em: 3 de setembro de 2019

Tabela 1: Pan-Americano 26/07/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	2'20''
FUTEBOL	13'
DEMAIS ESPORTES	11'35''
TEMPO TOTAL	18'

Nesta edição, foi exibido um boletim sobre o início dos jogos Pan-Americanos. O boletim foi ilustrado com apenas uma foto, que representava as porta-bandeiras brasileiras que iam participar da cerimônia de abertura da competição.

Tabela 2: Pan-Americano 27/07/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	2'10''
FUTEBOL	16'
DEMAIS ESPORTES	10'15''
TEMPO TOTAL	23'5''

Neste dia, foi realizado um vivo com repórter Glenda Kozlowisk, que estava na sede dos jogos (Lima, Peru). Não foi apresentado nenhum tipo de ilustra durante a sua entrada, além disso, a repórter também não chamou nenhuma sonora.

Tabela 3: Pan-Americano 29/07/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	1'30''
FUTEBOL	12'10''
DEMAIS ESPORTES	13'
TEMPO TOTAL	23'

A partir deste dia, quando o programa tratava dos Jogos Pan-Americanos, primeiro, o apresentador do programa, Alex Escobar, apresentava o quadro de medalhas. O foco principal da abordagem era para a posição do Brasil na tabela. Após rápida análise, foi realizado um vivo com Glenda. O vivo foi ilustrado com duas fotos, referente à canoagem e outra à ginástica. Por último, a repórter chamou uma sonora do ginasta brasileiro Arthur Zanetti.

Tabela 4: Pan-Americano 30/07/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	2'20''
FUTEBOL	12'20''
DEMAIS ESPORTES	2'50''
TEMPO TOTAL	18'

Esta edição seguiu a mesma lógica de apresentação do quadro de medalhas direto do estúdio por Escobar que, em seguida, entrou em contato com a repórter em Lima, por meio de um vivo, para que ela desse o panorama geral da competição. O vivo foi ilustrado com uma foto de atletas do taekwondo e, finalizado, com uma sonora do ginasta brasileiro Arthur Nori.

Tabela 5: Pan-Americano 31/07/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	1'45''
FUTEBOL	13'
DEMAIS ESPORTES	2'45''
TEMPO TOTAL	18'

A edição do dia 31 de julho de 2019 seguiu o mesmo padrão de exibição do quadro de medalhas direto do estúdio. Contudo, não foi realizado vivo nesse dia, apenas um boletim, o qual foi ilustrado com uma foto relativa ao pódio do handball feminino.

Tabela 6: Pan-Americano 01/08/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	1'15''
FUTEBOL	18'
DEMAIS ESPORTES	1'
TEMPO TOTAL	23'

Neste dia, foi exibido novamente o quadro de medalhas direto do estúdio. Em seguida, foi realizado um vivo, que foi ilustrado com duas fotos, referentes ao boxe feminino e outra ao boxe masculino. Após essas ilustras, pela primeira vez, o vivo contou com uma ilustra por vídeo, a qual mostrava os ginastas brasileiros com suas respectivas medalhas.

Tabela 7: Pan-Americano 02/08/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PAN AMERICANO	2'25''
FUTEBOL	14'30''
DEMAIS ESPORTES	3'
TEMPO TOTAL	23'

Esta edição foi a última analisada durante o período de uma semana. Ela também não fugiu muito da lógica que vinha sendo construída. Primeiro, Escobar apresentou o quadro de medalhas direto do estúdio. Em seguida, foi realizado um vivo, ilustrado com duas fotos, uma relativa ao badminton e outra ao boxe. Após, uma sonora foi chamada para a finalização do tema.

A partir da análise desse período, fica claro que o programa priorizou o contato direto com o repórter que estava na cidade de Lima. A prioridade nitidamente era a realização de vivos, para que houvesse uma maior participação da repórter. Tal estratégia passa para o público maior confiança, uma vez que a notícia está sendo dada diretamente do local onde está acontecendo o evento, logo, detém de grande número de informações confirmadas pessoalmente. Quando isso não era possível, a alternativa eram os boletins. Todo conteúdo, sejam os vivos ou os boletins, eram pouco ilustrados. Apenas na edição do dia 01 de agosto de 2019 o boletim apresentou uma ilustração com vídeo; todos os demais do período de análise contaram apenas com a presença de fotos relativas ao conteúdo que estava sendo falado pelo repórter. Além disso, de sete edições analisadas, apenas três delas contaram com sonoras, um artifício importante no jornalismo televisivo, já que a informação é falada pela pessoa que mais detém conhecimento e entendimento sobre o assunto em questão.

Esses aspectos decorrem do fato da Rede Globo não ter sido a detentora dos direitos de transmissão dos jogos Pan-Americanos na TV aberta. Assim, por conta da limitação de imagens que a emissora possuía, a alternativa encontrada foi a valorização do repórter enviado para o local. O conteúdo, entretanto, era exposto de maneira limitada, já que o telespectador não tinha acesso às imagens do que estava sendo abordado. Essa escolha

pode ser ilustrada na afirmativa: "Mas é preciso estar ao vivo, mostrar agilidade e presença no fato, estar direto do local do acontecimento, reiterando suas potencialidades tecnológicas, mesmo que não se tenha nada a dizer" (EMERIM; BRASIL, 2011, p. 13). Destarte, a emissora mostra ao público que está presente e acompanhando de perto todos os acontecimentos e, além disso, mostra o seu poder tecnológico. Com tais artifícios, a Globo comprova sua presença mesmo que não possa levar imagens ao seu telespectador. Nesse viés, é importante notar que ao entrar nesse assunto durante o programa, o apresentador sempre faz um convite ao público para que acompanhe os jogos e as transmissões pelos canais da Globo (SporTV) na televisão por assinatura.

4.3. Análise dos jogos Parapan-Americanos no "Globo Esporte"

A análise feita dos jogos Parapan foi do dia 23 de agosto até 30 de agosto, mesmo período do Pan – primeira semana de competição. Contudo, durante esses sete dias, três programas não contaram com qualquer tipo de conteúdo relativos aos jogos.

Tabela 8: Parapan-Americano 23/08/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PARA PAN AMERICANO	3'15"
FUTEBOL	9'50"
DEMAIS ESPORTES	8'20"
TEMPO TOTAL	18'15"

Tabela 9: Parapan-Americano 24/08/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PARA PAN AMERICANO	4'30''
FUTEBOL	12'20''
DEMAIS ESPORTES	6'30''
TEMPO TOTAL	23'05"

Tabela 10: Parapan-Americano 26/08/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PARA PAN AMERICANO	2'50''
FUTEBOL	19'
DEMAIS ESPORTES	1'40''
TEMPO TOTAL	23'05"

Tabela 11: Parapan-Americano 27/08/2019

CONTEÚDO	TEMPO
PARA PAN AMERICANO	1'45''
FUTEBOL	16'35''
DEMAIS ESPORTES	3'55''
TEMPO TOTAL	18'15"

Durante o período analisado dos jogos Para Pan-Americanos – uma semana, tal como os jogos Pan-Americanos –, todo o conteúdo referente a competição foi abordado no formato de VT. Todos os VTs eram ilustrados com imagens de vídeo, apresentavam passagem do repórter no local da competição e sonoras, que poderiam ser de atletas

competidores ou do público (povo-fala). O repórter Renato Peters foi enviado para Lima, também sede dos jogos.

É importante frisar que a Globo não possuía nenhum tipo de limitação para a exibição dos conteúdos relativos à essa competição. Portanto, o conteúdo pôde ser melhor explorado e o telespectador conseguiu de fato ver o que estava acontecendo durante os jogos e não ficou sabendo do conteúdo apenas pela voz do repórter correspondente. Dessa forma, segundo Anelo (2016), as imagens ganham mais impacto quando aliadas ao texto e assim, podem causar diversas reações nos telespectadores. O público passa não só a saber o que está acontecendo durante o curso da competição, como também pode visualizar o ambiente como um todo. Além disso, a presença das imagens permite que o repórter explore mais aspectos da competição, que só com a fala não conseguiriam ser expressados.

Contudo, vale ressaltar que nos dias 28, 29 e 30 de agosto não foi abordado nenhum conteúdo relativo aos jogos Para Pan-Americanos. Ainda assim, devido a esses aspectos acima citados, observa-se uma maior visibilidade do Para Pan-Americano em relação ao Pan-Americano. Tal comparativo será abordado mais detalhadamente ao longo do trabalho.

4.4. Comparativo da exibição dos jogos Pan-Americano e Parapan-Americano

Tabela 12: Comparativo

EVENTO	TEMPO
PAN AMERICANO	13'45''
PARA PAN AMERICANO	12'20''

A partir das informações do conteúdo relativo a uma semana dos jogos Pan-Americanos e o mesmo número de dias dos jogos Parapan-Americanos, pode-se concluir que o Pan teve um maior tempo de exibição, totalizando 13 minutos e 45 segundos frente a 12 minutos e 20 segundos do Parapan. Contudo, é importante ressaltar que foram analisados sete programas que continham conteúdo do Pan-Americano, já do Parapan

apenas quatro edições no mesmo período abordavam o assunto. Dessa forma, torna-se evidente que, apesar de ocupar um menos tempo, os jogos Parapan tiveram um espaço e uma visibilidade maior do que o Pan-Americano.

Além da comparação por tempo de exibição, é válido ressaltar a forma como o conteúdo das duas competições foi abordado. No caso da primeira, os vivos e os boletins prevaleciam e eram pouco ilustrados e possuíam poucas sonoras. Já a segunda, uma competição frequentemente menos divulgada e que possui menor apelo do público - fator decorrente de uma sociedade preconceituosa, que busca o melhor espetáculo esportivo, como já tratado anteriormente -, contou com a exibição de VT todas as vezes em que foi trabalhada.

Tais fatores, tanto relativos ao tempo de exibição, quanto a forma como o conteúdo foi abordado, são reflexos dos direitos de transmissão que a Rede Globo possuía diante dos eventos. Como a emissora não detinha os direitos, na TV aberta, do Pan-Americano, o conteúdo exibido foi curto e pouco trabalhado, já que não era permitido o uso de imagens e nem de sonoras. Entretanto, pode-se perceber que o programa fez questão de abordar o tema em todos os programas e mostrar ao telespectador que possuía um repórter no local da competição. Segundo Lopes (2015), para quem acompanha transmissões ao vivo de eventos esportivos, é possível perceber a transformação destes em espetáculos; a forma como os repórteres abordam os assuntos durante os jogos que contribui para que telespectadores, mesmo de longe, se sintam dentro das arenas. Além disso, é válido ressaltar que, em todas as edições, o apresentador sempre faz um convite ao público para que assista ao evento no canal de TV fechada da emissora, no qual são exibidos os conteúdos sem qualquer limitação.

No caso dos jogos Parapan-Americanos, pode-se perceber que há uma mudança na visibilidade dos jogos. A competição, que costuma se manter em segundo plano e é vista de forma relativizada, ganha espaço de fato no programa. Tal relativização é decorrente do fato abordado por Santos (2012), que fala sobre a definição do que é ou não notícia depender, não do dever de informar o que é relevante, mas do que é interessante ao público, visando a geração de lucro pela audiência e pela demanda social. Sendo assim, antes, o conteúdo, apesar de relevante, não era abordado por não estar dentro das grandes demandas sociais. Contudo, diante da possibilidade de apresentar um conteúdo de qualidade, a emissora investiu neste evento. O conteúdo exibido foi mais aprofundado,

com amplo uso de imagens. O telespectador passa a ter conhecimento de tudo que está acontecendo no evento, com todos os detalhes.

Assim, nota-se que a luta desse grupo que é relativizado pela sociedade passa a ganhar força e o seu desejo de visibilidade se concretiza de fato. Os dois lados saem ganhando no final, a emissora, pela possibilidade de exibir um conteúdo de qualidade ao seu público, e o Parapan, que ganha maior notoriedade. Contudo, é válido ressaltar que a caminhada desses atletas ainda é longa. Apesar do maior grau de visibilidade e qualidade de exibição, a competição não foi abordada em três edições durante o período de uma semana. A importância desse evento ainda não é equivalente aos demais esportes, porém as oportunidades estão começando a se ampliar e ganhar as telas dos brasileiros, aumentando, portanto, as chances de mudança de mentalidade quanto à relevância da competição também crescem.

5. Conclusão

A partir das análises feitas, pôde-se perceber o início de um processo de mudança, por parte da mídia, no que tange a representatividade de grupos relativizados pela sociedade. Essa alteração possui relação direta com as questões econômicas que possuem influência cada vez mais forte no conteúdo que será fornecido e trabalhado para os telespectadores.

O jornalismo esportivo, desde seu início, mesmo que recente, passou por diversas mudanças que fizeram ele ter o caráter que tem hoje. Sua popularização é inegável, o número de pessoas com interesse por esse campo jornalístico se amplia rapidamente. Diante desse cenário favorável para o crescimento de um potencial público consumidor, a mídia passa a investir seus esforços nessa área. Os avanços relacionados ao meio tecnológico, como o desenvolvimento de ferramentas que facilitaram a produção de matérias televisivas, permitiram que esse processo fosse viável e ocorresse de maneira mais intensa. A televisão e sua popularização foram primordiais nesse sentido, uma vez que esse meio de comunicação é capaz de levar a notícia a um grande número de casas e permite que o telespectador vivencie com mais veracidade o que está sendo veiculado.

Junto com essa ampliação, cresceram junto as questões econômicas que envolviam esse meio. Os altos níveis de audiência acirraram a concorrência e potencializaram a qualidade do serviço que era fornecido para sair na frente das demais. Nesse sentido, os Megaeventos esportivos se apresentam como ferramenta para expansão do público consumidor, por conta do seu teor de espetáculo, que atrai os olhares da maior parte da sociedade. As emissoras, portanto, buscam sempre aqueles eventos que serão mais rentáveis e capazes de expandir seus níveis de audiência. Contudo, nem sempre isso é possível, pois o mercado criado nesse meio nem sempre torna isso viável para todas. O mercado dos meios de transmissão é crescente e exclui grandes mídias da obtenção de produtos rentáveis.

Diante dessas ideias formuladas, o Pan e Parapan-Americanos foram analisados no “Globo Esporte”, da Rede Globo. O programa é exibido na hora do almoço e um dos principais da televisão aberta. A emissora detinha permissão de exibição apenas dos jogos Parapan-Americanos, já em relação ao Pan, a Globo só poderia exibi-lo sem limitações nos seus canais de televisão por assinatura.

A análise realizada relativa ao período de uma semana de ambas as competições, pôde comprovar que ela não se deu da mesma maneira. Foi comprovado que o Parapan – competição relativizada pela sociedade e, portanto, de menor teor lucrativo – teve mais tempo de exibição e apresentou um melhor conteúdo em relação ao Pan. A competição para deficientes teve um tempo de exibição de 12’20” e não foi abordada em três edições do programa no período de análise. Quanto ao Pan, a exibição foi mais elevada, de fato, o tempo foi de 13’45”, entretanto, a exibição ocorreu todos os dias analisados. Assim, por mais que o tempo tenha sido maior, diante do espaço disponibilizado, o Parapan saiu na frente.

Além disso, foi possível perceber que o conteúdo também foi trabalhado e abordado de maneira diferente. Como a emissora não possuía os direitos de transmissão na TV aberta do Pan, teve encontrar outras formas de apresentá-lo que não fosse pelo tradicional *videotape*. Porém, isso fez com que a abordagem ocorresse de forma mais rasa e limitada, sendo feita apenas por meio de vivos, os quais ainda eram pouco ilustrados. Já o Parapan foi exibido sempre com *videotapes* bem construídos e editados, podendo confirmar a proposta da relação da televisão com os Megaevento, a qual é justamente levar uma maior experiência próxima da realidade para o telespectador.

Tais conclusões vão de encontro com o que o senso comum deduziria. A maior e melhor exibição sempre é voltada para os eventos mais valorizados, já que eles serão mais lucrativos. O foco principal ter sido o Parapan contraria essa perspectiva, o público que tem interesse por esse conteúdo é mais limitado, por conta, muitas vezes da falta de conhecimento e atenção dada para ele.

A mercantilização, assim, não se mostra de todo negativo. Ela é importante para as minorias, pois os impasses relativos aos direitos de transmissão, limitam as emissoras, que precisam transmitir um outro conteúdo de qualidade para as casas da população. Com isso, esse grupo relativizado ganha mais espaço e visibilidade. Pode-se dizer que ambos os lados saem ganhando: a emissora, pela possibilidade de exibir um conteúdo de qualidade ao seu público dentro das suas condições, e o Parapan, com maior visibilidade.

Contudo, ainda há obstáculos a serem superados pelos grupos relativizados em diversos âmbitos. O conteúdo relativo ao Parapan foi, inegavelmente, melhor desenvolvido, porém durante três dias da semana o evento sequer foi abordado. A sua importância ainda não está equiparada a dos outros esportes, por isso é retirado de pauta diante de outros assuntos que dialogam mais com o desejo do público.

O primeiro passo está sendo permitido justamente pela mercantilização do jornalismo esportivo. Ademais, outros programas e também outras emissoras deveriam seguir esse caminho de valorizar esse grupo relativizado. Essa tentativa poderá justamente dialogar com o seu principal interesse: o lucro. Destarte, é importante observar se essa tendência irá fazer de fato despertar um maior desejo do telespectador pela temática. Para isso, outros trabalhos e análises voltados para outras mídias poderiam comprovar se essa mudança vem ocorrendo de maneira ampla.

6. Referências bibliográficas

AFFONSO, Lucas Torres de Oliveira. **Globo Esporte: do telejornal ao programa de TV**. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, ano.

BERNABÉ, Andressa Peloi; STAREPRAVO, Fernando Augusto. Megaeventos Esportivos: o desenvolvimento do legado esportivo educacional. In: **Pensar a Prática**. Goiânia: v. 17, n. 2, p. 456-471, 2014.

CARDOSO, Marcelo. Jornalismo esportivo: ensino, aprendizagem e conceitos. In: **Jornalismo Popular e Alternativo. Revista Alterjor**. São Paulo: USP, n. 1, v. 15, p. 16-30, 2017.

COAKLEY, Jay; SOUZA, Doralice Lange de. Legados de megaeventos esportivos: considerações a partir de uma perspectiva crítica. In: **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**. Paulo, v. 29, n. 4, p. 675-686, 2015.

COSTA, Cristiane; OZELAME, Mariana. Entre a Notícia e a Diversão: Um Retrato do Jornalismo Esportivo de Televisão. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Ceará: Fortaleza, 2012.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Projeto Periferia, 2003.

IKEDA, Augusto Seiji; MARTIN, Lucas Ferreira; FARIA, Renato Henriques de; MORAIS, Rinaldo Augusto de; SPANNENBERG, Ana Cristina. Jornalismo esportivo ou de entretenimento? Análise da diversidade temática nas notícias do portal globoesporte.com. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Minas Gerais: Ouro Preto, 2012.

LOPES, Denise. **Estruturas e Dinâmicas do Mercado Brasileiro de TV por Assinatura no Processo de Reprodução do Capital**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2017.

LOPES, Rafael da Costa. A construção do personagem no jornalismo esportivo. In: **Universitas: Arquitetura e Comunicação Social**. Brasília: UniCEUB, v. 12, n. 2, p. 39-48, 2015.

MONTEIRO, Tiago. **As Práticas do Fã: identidade, consumo e produção midiática**. Tese (Mestrado em Comunicação e Cultura). Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2007.

MOURA, Jonas Lorenzoni de. **Luta por visibilidade: a cobertura dos esportes olímpicos no Diário LANCE! e no portal LANCE!Net**. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo). Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2014.

NEVES, Thalita. Aspectos da história do jornalismo esportivo. In: V Encontro Regional Sudeste de História da Mídia. Belo Horizonte: Minas Gerais, 2018.

SANTOS, Doiara Silva dos. Os Jogos Pan-Americanos e o Enraizamento do Movimento Olímpico na América Latina. In: Movimento. **Revista da Escola de Educação Física**. Porto Alegre, v. 23, n. 3, p. 989-1000, 2017.

SANTOS, Leonor Werneck dos; AFFONSO, Lucas Torres de Oliveira. Jornalismo esportivo e audiência: a linguagem do programa globo esporte. In: Ecos de Linguagem. **Revista do Labsem**. Rio de Janeiro: UERJ, v. 1, n. 2, p. 1-22, 2013.

SILVA, Fernanda da. Jornalismo esportivo como área específica na televisão: O pacto sobre o papel do jornalismo no Globo Esporte e Bate-Bola. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas**. Monografia (Graduação em Jornalismo). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

SOUSA, Li-Chang. **Cobertura esportiva na televisão: jornalismo ou entretenimento?** Mestrado em Comunicação. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2005.

TOLEDO, Renata Maria; GRIX, Jonathan; BEGA, Maria Tarcisa Silva. Megaeventos esportivos e seus legados: uma análise dos efeitos institucionais da eleição do Brasil como país-sede. In: **Revista de Sociologia e Política**. Paraná: Curitiba, v. 23, n. 56, p. 21-44, 2015.