



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O ESPORTE COMO UMA CONSTRUÇÃO ESPECÍFICA NO CAMPO JORNALÍSTICO¹

Viviane BORELLI

Mestranda,

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

RESUMO - *O objetivo principal do estudo é fazer uma reflexão sobre a tematização do esporte enquanto uma construção específica no campo jornalístico, compreendido como um espaço de produção de sentidos. Da mesma forma que cada mídia desenvolve estratégias singulares de tematização da atualidade, cada editoria tem mecanismos especiais de coberturas. Nesta breve reflexão, serão abordadas algumas características particulares do jornalismo esportivo como o uso de múltiplos recursos discursivos, a maneira de ‘especular’ a vida dos ‘olimpianos’, a necessidade de uma especialização, uma certa autonomia dos jornalistas, o papel das colunas enquanto espaço de discussão, as interações estabelecidas entre os campos sociais para melhor compreensão do processo de agendamento do esporte, a grande “conversação” esportiva, as múltiplas discursividades e as falas que se cruzam no espaço polifônico.*

Palavras-chave: esporte; jornalismo esportivo; produção de sentido

¹ Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Introdução

Esta breve reflexão tem como principal objetivo compreender a especificidade do jornalismo esportivo dentro do contexto geral da atividade jornalística. O campo jornalístico é entendido enquanto lugar de produção de sentido, de construção da atualidade, e não de meros registros, de reprodução da realidade.

Serão citados aspectos teóricos, metodológicos e práticos da atividade jornalística esportiva, tendo como base fatores relativos à cobertura midiática de acontecimentos esportivos, os modos de dizer e de visibilidade do jornalismo esportivo enquanto uma atividade de produção de sentido, o entendimento do esporte e da mídia como práticas ritualísticas que são produzidas dentro de campos de conhecimento institucionalizados, entre outros temas pertinentes.

O jornalismo esportivo é uma atividade regional, muito particular, realizada dentro de um contexto maior – o jornalismo como um todo -, com pretensão de cobrir determinados assuntos. De uma forma geral, pode-se dizer que o esporte ocupa nas mídias um espaço significativo¹ se comparado a outros campos de conhecimento.

Vale ressaltar que o esporte sem linguagem torna-se apenas um movimento biomecânico e fisiológico, não sendo levado em conta seu aspecto simbólico, cultural, social. A partir desta perspectiva, o jornalismo esportivo colabora para um melhor

¹ Geralmente, se comparado a outras editorias como Economia, Educação ou Política, o Esporte ocupa mais espaço na maioria dos jornais brasileiros. Este fenômeno se intensifica, principalmente, com a Cultura de Massa. No artigo “Esporte, Indústria Cultural e Teoria da Comunicação”, Ronaldo Helal defende que é importante “perceber como o esporte é também um fenômeno específico da comunicação de massa, proporcionando os mesmos debates e sofrendo os mesmos questionamentos suscitados pelo impacto da mídia na modernidade” (1997). Para BOURDIEU (1997, p.73), nos últimos anos tanto a televisão quanto os jornais têm dado “o primeiro lugar, quando não é todo o lugar, às variedades e às notícias esportivas”.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



entendimento do movimento humano de forma geral e ajuda ainda a compreender o esporte em sua totalidade.

O esporte só ganha existência social porque passa por procedimentos técnicos, teóricos e por uma grande conversação empreendida no cotidiano, seja pela construção da agenda midiática ou pelas falas dos atores sociais - da opinião pública. Sem o empreendimento da linguagem sobre o esporte, ele passa a ser apenas uma atividade regrada, praticada pelos seus atores, ficando limitada à experiência daqueles que o vivenciam.

Seguindo caminhos muito próprios e particulares para construção do esporte², o jornalismo cultua o herói, constrói uma grande atorização³, a partir dos maiores ícones do mundo esportivo, cria mecanismos para “bisbilhotar” a vida dos ‘olimpianos’, faz julgamentos, avaliações, análises de competições, de fatos inusitados, de relações que são estabelecidas no dia-a-dia esportivo, etc. É a partir destes múltiplos e variados movimentos, que o jornalismo institui o esporte.

O jornalismo esportivo como uma atividade específica

Dentro da hierarquia do jornal, a editoria de esportes é a que tem mais autonomia, pois há menos entrave na análise do esporte do que da política ou economia, por exemplo. Neste sentido, os colunistas, em particular, desenvolvem um trabalho ímpar para a legitimação e institucionalização do campo esportivo, na medida em que

² Parte-se do pressuposto de que há dois esportes: o esporte enquanto tal (prática), que é jogado dentro de campo, por seus atores, e nos bastidores, por atletas, técnicos, dirigentes, *marketeiros*, médicos, etc; e o esporte construído pela mídia, que passa por procedimentos de elaboração, enquadramentos, enfim, por uma grande produção de sentidos empreendida no interior do campo midiático.

³ Expressão utilizada para designar o uso de personagens para figurar nas páginas de esporte.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



promovem uma grande ‘falação’ acerca de fatores que consideram relevantes e de interesse público e/ou público.

AMARAL (1969, p.98) defende que pela própria natureza e finalidade do campo, “o esporte é, sobretudo, entretenimento”. Por isso, a seção de esportes, se comparada às demais no jornal, “goza de bom grau de independência”. Esta autonomia, mesmo que relativa em determinados casos, é determinante na tematização do esporte, pois é nesta editoria que as variadas falas, os inúmeros pontos de vista são aceitos e cultuados.

Como a editoria de esportes é uma das mais autônomas dentro da estrutura do jornal, o manual de redação⁴, tão levado a cabo em outras seções, muito requisitado pelo veículo de comunicação e utilizado em larga escala pelos jornalistas para a produção de notícias, fica em segundo plano na seção de esportes, já que a liberdade é um dos ideais a perseguir.

O jornalismo tem regras próprias para narrar, apresentar, expor, enfim, tematizar o esporte. Neste sentido, LUSTOSA (1996, p. 113) confirma o exposto ao estabelecer que cada editoria de jornal apresenta diferentes codificações na formulação do texto da notícia. Isto é, cada seção tematiza, cobre os assuntos de forma diversa. Para o autor, o

⁴ Nas páginas de orientações dos manuais de redação a seus jornalistas e demais profissionais que trabalham no processo de produção de sentido são encontrados alguns exemplos da especificidade da cobertura esportiva. No item que aborda o uso de cartolas, por exemplo, o Manual de ética, redação e estilo do jornal Zero Hora lista as de uso principal, tratando o esporte de forma particular: “**Esportes:** as cartolas devem trazer o tipo de esporte, o nome do campeonato ou nome do clube ou similar” (pg.30).

Já o manual de redação e estilo do jornal O Globo orienta seus jornalistas a preferirem, por exemplo, os termos esportista e esporte, e não desportista ou desporto. Dessa forma, o manual já está co-determinando um sentido que deve ser atribuído à cobertura esportiva.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

jornalismo esportivo “utiliza uma série de expressões próprias de cada modalidade esportiva” (1996, p.137), por isso esta atividade exige conhecimentos específicos.

A atividade de compreensão do esporte só pode ser feita, primordialmente, pelos especialistas, na medida em que a tarefa de construção é tão científica que só eles podem ter este entendimento. Dessa forma, só o corpo técnico - os especialistas - podem criar sentidos em esporte, na medida em que as colunas especializadas ocupam um lugar de destaque dentro das páginas de esporte.

As colunas esportivas refletem os imaginários, os desejos, as escolhas da opinião pública, instituindo identidades, construindo vínculos com os leitores. Através de uma linguagem específica – a jornalística -, o colunista apresenta suas estratégias de leitura do esporte, a partir do ponto de vista de uma autoridade, da análise, da interpretação de fatos, já que o especialista é um “leitor privilegiado da realidade”, como define ALSINA (1989).

Por ser um leitor privilegiado, o colunista apresenta um mapeamento do assunto, tematizando o esporte a partir dos mais variados ângulos, tendo como fio condutor a argumentação. Esta leitura interessada é realizada a partir de um lugar de fala – a do especialista, que constrói sentidos pelo seu modo de dizer, estabelecendo vínculos com seus leitores.

O colunista é primordialmente um orquestrador de falas dos mais diversos campos sociais⁵, na medida em que a coluna esportiva pode ser entendida como uma entidade socialmente constituída, pois é nesse espaço que são instituídos pontos de vistas e ele é habitado por ideais a serem defendidos.

⁵ O conceito de campos sociais é compreendido a partir de ESTEVES (1998), que o define como o espaço social, onde os mais variados campos de conhecimento guardam, entre si, muitas relações, gerenciadas ou mediadas pelo campo midiático.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Como o jornalismo ocupa um lugar central de mediação da realidade, onde temas dos campos sociais passam pelo processo de mediação, há um grande cruzamento de falas, interesses, negociações, disputas. A partir de esquema desenvolvido por VERÓN⁶ (s/d), no processo de produção do acontecimento deve-se levar em conta a relação dos meios com as instituições da sociedade (o mundo das fontes), a relação dos meios com os atores individuais, a relação das instituições com os atores e a maneira em que os meios afetam a relação entre as instituições e os atores.

Tendo como base o modelo estabelecido por Verón, pode-se inferir que o trabalho empreendido pelos mídias na produção da atualidade é fruto destas complexas interações, das múltiplas vozes provenientes de vários campos sociais, que disputam espaço para ter notoriedade. Assim, o mundo das fontes, o imaginário dos leitores, a concepção de um “leitor ideal” e as regras internas do campo jornalístico são fatores determinantes e disputantes no espaço jornalístico esportivo.

Pelo fato do colunista convocar estas inúmeras falas de outros campos sociais, pode-se dizer que sua autonomia, mesmo que maior em relação às outras editoriais, é relativizada. Isto ocorre porque o colunista interage com todos estes campos, pairando sobre seu papel de orquestrador de falas, uma multiplicidade de agendas que vão incidir no trabalho de construção da atualidade no esporte.

Este movimento se realiza porque a relação do jornalista esportivo com as fontes é, essencialmente, permeada por interesses, negociações, tensionamentos, já que cada fonte vai defender a soberania de suas agendas. Por isso, o trabalho resultante destas interações e mediações vai estar carregado de marcas não apenas do colunista, mas também das inúmeras fontes ouvidas.

⁶ O texto intitula-se “Esquema para el análisis de la mediatización”.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Como define MOUILLAUD (1997), o campo midiático é, sobretudo, polêmico. Dessa forma, o espaço esportivo pode ser entendido também como um lugar de batalha, de disputas, na medida em que cada fonte vai defender o seu campo de conhecimento para ter maior visibilidade no jornal⁷. Nesta polêmica, alguns campos têm mais notoriedade para legitimar o esporte, gerando novas tensões em relação aos demais.

Esta disputa pelo espaço esportivo ocorre em dois níveis – interno e externo. Isto é, este espaço estratégico sofre primeiro uma tensão do próprio campo midiático, pois terá de disputar lugar na edição com a política, economia, educação, saúde, cultura, etc. Depois, o esporte sofre as pressões dos outros campos sociais, que também reivindicam visibilidade na mídia e agem, através das fontes, no próprio campo esportivo.

O espaço dedicado todos os dias ao esporte é fruto de negociações, de disputas, de jogos de interesse travados dentro e fora das mídias. A cobertura do esporte resulta, então, desta polêmica, deste jogo de vozes, destas injunções polifônicas de todos os campos sociais na luta por notoriedade, visibilidade e, enfim, legitimação.

Depois de definidos os lugares internamente, dentro da estrutura pré-determinada da página de esportes, os espaços serão preenchidos de acordo com o que “couber”, com o que se encaixa na matriz cultural do jornal. Esta idéia foi desenvolvida por BERGER (1998, p.37), a partir de artigo de Robert Darnton⁸. A autora chama atenção para o fato de que o acontecimento tem de ser compatível com a ‘estrutura editorial’, ou seja, ele deve ‘caber’ na ideologia do jornal.

A autora incorpora à concepção de Darnton a noção de que a aprovação do anunciante e a apreciação do leitor completam o círculo para melhor definir a noticiabilidade. Com base nesta proposição, a página de esportes, por exemplo, tem de

⁷ Dá-se maior destaque ao jornal, que é nosso objeto de estudo.

⁸ O artigo intitula-se “Jornalismo- toda notícia que couber a gente publica” e faz parte da obra DARNTON, Robert. “O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ser vista a partir de uma estrutura que antecede os acontecimentos ali noticiados, pois no momento em que ela começa a ser editada os anúncios do dia já habitam parte dela, já foram definidas as pautas do dia, etc.

O trabalho de produção jornalística do esporte é realizado ou processado em duas instâncias – interna, ou seja, de natureza intrínseca, da própria cultura organizacional das mídias, delimitada por “rotinas produtivas” do próprio jornal. A outra instância de construção da atualidade é de natureza pública. Porém, para FAUSTO NETO⁹ (2001), esta tarefa, no âmbito do jornal, cada vez mais se faz com “‘regras privadas’ que se fazem com os modelos produtivos e discursivos de cada sistema de comunicação”.

Esta constatação confirma o postulado de Darnton, de que é publicado tudo que “couber” segundo a estrutura pré-determinada (diagramação, espaço para publicidade e para matérias “pagas” e, finalmente, para as matérias editoriais), de acordo com os pontos de vista do jornal, dos interesses do anunciante, da constituição imaginária do “leitor ideal”, etc.

Outro fator importante e inerente ao campo esportivo é o seu ‘poder’ de mudar com estruturas definidas dos jornais quando ocorrem os chamados ‘grandes acontecimentos’ gerando insumos para a mídia, como os Jogos Olímpicos, Copa do Mundo, finais de campeonatos locais, regionais, nacionais, internacionais, mortes e despedidas de ídolos esportivos, etc. Para MOUILLAUD (1997), a morte dos “Grandes” (dos olímpicos, por exemplo) e os grandes acontecimentos podem “deformar o jornal”, de acordo com a maior ou menor rigidez de estrutura de cada um.

⁹ Em palestra proferida no dia 14 de dezembro de 2001, no Centro de Educação Física e Desportos da UFSM, Santa Maria, RS, durante o II Seminário de Comunicação e Esporte.

¹ Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Quando um jornal muda sua estrutura, deixando de enquadrar o esporte nas páginas corriqueiras, está estabelecendo um novo ‘contrato’ e criando novos vínculos com seu leitor, construindo, a partir deste modo de dizer, outros sentidos. Este ‘poder’ do esporte em alterar parte da estrutura jornalística é efetivado com a criação de cadernos especiais, com coberturas especiais dos ídolos em ocasiões como conquistas, quebra de recordes, mortes, entre outras ocorrências, com abordagem de temas relativos ao campo esportivo em outras editorias como de marketing, política, saúde, tecnologia, relações internacionais, etc.

Nos jornais, o esporte ‘habita’, via de regra, as últimas páginas, consideradas, juntamente com as primeiras, as mais atrativas e privilegiadas do conteúdo jornalístico. Assim, ele tem um status diferenciado das demais editorias, pois é tematizado em lugares considerados especiais. Além disso, as colunas especializadas têm amplo destaque. Na televisão, o esporte é uma das poucas práticas que tem amplo espaço, com vários programas especializados.

Já no rádio, as transmissões esportivas dominam a programação nos finais de semana, nos dias de jogos. Porém, o esporte não ocupa apenas o período de duração de jogos, mas abrange um largo espaço de tempo, que ultrapassa estes limites. Na internet, há sites de jornais, revistas e órgãos especializados que possuem muitos links para assuntos relativos ao esporte, ocupando também um grande espaço na rede mundial.

Para as mídias em geral, o esporte é muito mais que a ocorrência do fato em si (o esporte enquanto tal, o jogo dentro de campo), ele não é tematizado apenas nesta temporalidade, pois há a preparação para o jogo (uma pré-agenda¹⁰) e também ressonâncias do acontecimento (as repercussões), que chamamos de pós-agenda.

¹⁰ Esta expressão é utilizada na análise do corpus da dissertação, que foi dividido em três períodos – pré-agenda, agenda e pós-agenda dos Jogos Olímpicos de Sydney 2000.

¹ Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Assim como o trabalho jornalístico como um todo tem suas próprias regras, com a cobertura esportiva não é diferente. Neste sentido, a cobertura esportiva é realizada com ferramentas gerais, do próprio jornalismo, e com ferramentas específicas do esporte. Isto é, as regras gerais (entrevistas com fontes, formas de apreensão, construção do lead, apresentação do título, texto claro e conciso, composição da página e outros valores exigidos pelos manuais de redação) valem para todas as editorias. Porém, o jornalismo acaba incorporando fatores característicos do esporte, como a descrição da ficha técnica em jogos, o uso de expressões características do campo competitivo (linguagem agonizante, de combate, mais despojada, em função do campo ser, sobretudo, de entretenimento, etc).

O espaço jornalístico se realiza a partir do desenvolvimento de estratégias culturais, políticas, corporativas, ideológicas, etc, para se legitimar interna e externamente. Dessa forma, o jornalismo esportivo usa regras e desenvolve estratégias para dar visibilidade ao acontecimento, que só existe na medida em que é construído, elaborado no espaço jornalístico pelos produtores da atualidade.

A partir de alguns conceitos de BOURDIEU (1990), como de habitus¹¹ e de reflexões sobre codificação, regra e estratégia¹², entre outros, pode-se dizer que o jornalismo esportivo se configura como um trabalho constituído essencialmente de estratégias, onde as regras tão preconizadas pelo jornalismo são, muitas vezes, deixadas de lado, postas à margem.

As regras instituídas para a composição do lide, por exemplo, têm pouca relevância na editoria de esportes porque nesta seção é permitida a criação, a liberdade,

¹¹ Para BOURDIEU (1990), habitus é o termo empregado para designar as práticas sociais.

¹² Os conceitos são desenvolvidos nos artigos “A Codificação” (1990, p.96 a 107) e em “Da regra às estratégias” (1990, p. 77 a 95).



a inovação, enfim, muitas estratégias¹³ são desenvolvidas para a tematização do esporte. Pela própria pluralidade do campo esportivo, o jornalista é levado a abandonar certas regras para incorporar novas formas nas coberturas. Isto é, são desenvolvidas novas estratégias para aprimorar o trabalho, se adequar a inovações e avanços tecnológicos e para aprender a lidar com novos e diversos fatores que surgem a cada dia.

Neste contexto, pode-se afirmar ainda que o jornalismo esportivo é permeado pelo inusitado, pelo inesperado, já que são conhecidas apenas as regras do trabalho de produção de sentido (técnicas como a linguagem jornalística, formas de captação da informação, ideologia da empresa, etc), mas não suas estratégias e tão pouco as contra-estratégias dos próprios leitores, que mobilizarão seus valores, cultura e biografia para fazer sua própria codificação do que foi ofertado e produzir novos sentidos.

Este processo é essencialmente significante-simbólico. Por isso, deve haver uma grande negociação entre os envolvidos (jornalistas, editores, proprietários de meios de comunicação, fontes, atores do mundo esportivo – atletas, dirigentes, patrocinadores, etc) para que regras e estratégias coexistam e possam ser compatibilizadas.

O discurso jornalístico é fundado em práticas existentes. Isto é, a partir do código lingüístico existente, cada jornalista e, conseqüentemente, cada jornal, vai nomear, dar sentido, construir novas práticas sociais com base em regras e estratégias, tendo como pano de fundo o funcionamento e institucionalização do espaço esportivo.

Neste movimento, os códigos só se atualizam, ganham existência pública, visibilidade social, na medida em que são postos em funcionamento pelas práticas dos sujeitos e, primordialmente, pelos mídias, que a partir das regras instituídas elaboram,

¹³ Para BOURDIEU (1990, p.81), a noção de estratégia prevê uma ruptura com o ponto de vista objetivista, sendo entendida como um produto do senso prático. Assim a quebra da regra e o deslocamento para uma estratégia supõem “uma invenção permanente, indispensável para se adaptar às situações indefinidamente variadas, nunca perfeitamente idênticas”.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



constroem novas estratégias para produzir sentidos. A partir destas práticas dos mídias é que o esporte se legitima, ocupando diversos lugares no espaço social.

O esporte tem uma significativa importância para o campo jornalístico, já que a cultura brasileira está permeada por ele. Dessa forma, na medida em que a opinião pública começa a se interessar pelo assunto, o esporte passa a ganhar mais espaço e, da mesma maneira, é requisitado aos mídias mais especialização para a cobertura jornalística.

AMARAL (1969, p.98) explicita que a história da crônica esportiva¹⁴ brasileira mudou muito após a ocorrência de alguns fatos, como a realização da Copa do Mundo de 1950 no Brasil, as conquistas da “Seleção de Ouro” em 1958, na Suécia, e 1962, no Chile. Antes disso, para o autor, que conta com o apoio de outros autores e jornalistas¹⁵ para sustentar sua análise, a seção de esportes era constituída pelas “vocações frustradas do jornalismo”. Isto é, o repórter que não tivesse capacidade intelectual para exercer atividades na economia, política e geral, acabava tendo de atuar no esporte ou polícia.

Os fatos citados por AMARAL alavancaram muitas mudanças de ordem prática e técnica no jornalismo esportivo, já que uma nova demanda começou a aparecer e se sobressair às demais editorias. Dessa forma, a seção de esportes passou a atrair e a abarcar ‘os melhores’ e ‘os grandes’ jornalistas. Assim, para o autor, “o sensacionalismo, as manchetes dúbias e berrantes que caracterizavam as páginas esportivas de alguns jornais cariocas na década dos 40, cederam lugar à notícia fundamentada e à crônica fluente” (1969, p.98).

¹⁴ Há algumas décadas, a expressão usual para quaisquer matérias esportivas era ‘crônica esportiva’. Da mesma forma, o jornalista era chamado de ‘cronista esportivo’, como AMARAL (1969) faz referência em sua obra.

¹⁵ Armando Nogueira corrobora com a percepção do autor, quanto ao jornalismo esportivo na época.



Esta mudança na tematização do esporte fica ainda mais evidente nas últimas décadas, pois ano a ano a editoria de esportes tem ganhado mais caráter de profissionalização, seja por questões próprias do jornalismo (aperfeiçoamento do trabalho jornalístico) ou pela demanda, que tem aumentado muito, justamente pelo envolvimento que os leitores têm com o esporte, pelas paixões que move, pelos imaginários que nutre, pelas cifras que movimenta, etc.

A especialização esportiva é uma consequência de vários fatores, como a própria divisão do trabalho jornalístico e a diversificação do campo esportivo, que pertence a muitas áreas de conhecimento como as ciências humanas, da saúde, da pedagogia, da comunicação, do movimento humano, etc. Os acontecimentos esportivos não se limitam ao campo da competição, uma vez que representam também aspectos culturais, econômicos, políticos, etc.

O jornalismo especializado é consequência também de estratégias políticas, ideológicas, lingüísticas, econômicas, culturais, entre outras, através das quais o jornal procura capturar, elaborar e produzir o acontecimento. Dessa forma, o mundo das fontes (medicina, psicologia, política, marketing, economia, da educação física, dos dirigentes, etc) co-legitima a edição jornalística, juntamente com o orquestrador de falas – o jornalista.

A cobertura esportiva é realizada a partir de regras próprias do jornalismo, como cita ERBOLATO (1981, p.15), “aplicando-se as regras sobre entrevista, reportagem, redação e diagramação, pode uma Seção Esportiva abordar aspectos variadíssimos, dependendo da orientação da Editoria e da Produção”. Segundo definição do autor, pode-se inferir que a produção jornalística do esporte se faz a partir de fatores internos do campo dos mídias, mas também com base em características e fatores relativos ao próprio campo esportivo, objeto da cobertura.

Outro autor que aborda a reportagem especializada é LAGE (2001, p.115). Para o autor, o esporte, assim como a política, requer uma cobertura que não pode se chamar



simplesmente de noticiosa¹⁶, pois para ele “cada acontecimento pressupõe algo exterior a ele e que lhe dá sentido”.

A partir da definição do autor, pode-se dizer que a cobertura esportiva não deve se limitar a noticiar rankings, resultados e fatores relativos apenas à competição em si, pois o esporte é muito mais que isso, já que incidem sobre sua prática muitos aspectos provenientes de outros campos (da psicologia, medicina, marketing, política, religião, imprensa, etc).

Para LAGE (2001), o jornalista esportivo deve estar atento a declarações e decisões tomadas no clima de paixão que permeia o jogo, por exemplo. Além do contexto emocional, para o autor, não se pode perder de vista a natureza empresarial que hoje permeia a atividade esportiva.

A tematização do esporte promove uma grande conversação, seja na televisão, com os intermináveis e variados programas¹⁷ de mesas redonda, de debates empreendidos entre especialistas, atletas, técnicos, dirigentes, etc, ou no rádio, antes, durante e depois das transmissões de jogos, quando é estabelecida uma extensa “falação”.

Já nos jornais, em especial do final de semana e de segunda-feira, o esporte ganha um elevado status, com coberturas extensas e variadas, que fazem uso de diversos recursos, promovendo uma grande interdiscursividade, reunindo inúmeras vozes de personagens do campo esportivo e de outros que mantêm relação com ele. Pode-se dizer que a mídia impressa cobre o esporte a partir de uma polifonia, empreendida para didatizar, explicar, avaliar, enquadrar, tematizar o esporte com base em variadas falas

¹⁶ Que se limita a apresentar notícias sobre os fatos e não aprofundar através da reportagem, por exemplo

¹⁷ Estes programas são realizados, em grande escala, aos domingos, mas, mesmo assim, durante a semana, em variados horários, o esporte é um dos principais temas na televisão.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

(dos jogadores, dos técnicos, dos dirigentes, dos patrocinadores, dos torcedores, dos médicos e, por fim, dos especialistas).

Mesmo que cada uma das mídias realize uma cobertura singular do esporte há, entre elas, diálogos. Este fenômeno ocorre por haver uma certa concorrência entre as mídias e, principalmente, porque cada uma delas quer mostrar o acontecimento com maior ou igual competência em relação à que o apresentou anteriormente (ao vivo, por exemplo).

Dessa forma, o jornal, que só circula no dia seguinte da ocorrência do fato, acaba desenvolvendo estratégias muito próximas da televisão, como a estetização e plasticidade do acontecimento, a partir de jogos de imagens; apresentação de estatísticas, infográficos e outros recursos que deslocam e ressemantizam variadas vozes presentes nas mídias. Outro exemplo é a adoção da ficha técnica pelo jornal, que segue o exemplo da televisão e do rádio.

Além deste diálogo estabelecido entre as mídias, vale destacar as relações empreendidas no nível dos campos sociais. A partir da noção de campo social desenvolvida por ESTEVES (1998), que o define como o espaço social, onde os mais variados campos de conhecimento guardam, entre si, muitas relações, gerenciadas ou mediadas pelo campo midiático, pode-se dizer que o trabalho de produção de sentido empreendido pelos mídias garante visibilidade social ao campo esportivo.

Neste sentido, nas coberturas esportivas, o jornalista leva em conta fatores de diversas ordens, que não apenas relativas ao campo esportivo, mas também ao econômico, político, religioso, da saúde, do marketing, etc. Dessa maneira, o jornalismo esportivo traz para o seu discurso a voz de outros campos de saber, transformando o espaço jornalístico num ‘mundo polifônico’. Para ESTEVES (1998, p.166), quando é dada a palavra a representantes dos diversos campos sociais, há um “reconhecimento da competência específica de cada um destes campos relativamente ao assunto em discussão”.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A cobertura esportiva se faz em meio a uma transação de falas, onde estão presentes as vozes dos atores sociais (jogadores, atletas), dos dirigentes, do marketing, do Clube, do patrocinador, do técnico, do torcedor, da equipe médica, etc. Como define MOUILLAUD (1997), o espaço jornalístico é um articulador de falas e não um mero repassador de dados, já que este trabalho de produção da atualidade se faz através de uma construção.

A partir destas inúmeras vozes, destas transações e conjugações de falas presentes no jornalismo esportivo, é que o campo esportivo ganha visibilidade na mídia, na medida em que são construídos sentidos, a partir de enquadramentos, hierarquizações, destaques, enfim, da tematização da atualidade.

Para ECO (1984, p.223), o esporte envolve uma complexidade muito grande. O autor define que, a partir do jogo, há o “esporte ao quadrado (espetáculo esportivo)” e, a partir deste, há o “esporte ao cubo”, definido como o discurso sobre o esporte que é assistido. Para ECO, “esse discurso é em primeira instância o *da* imprensa esportiva, e portanto um esporte elevado à *enésima* potência”. Isto é, o esporte não é apenas aquele praticado dentro de limites num campo, pois ele passa por inúmeras outras construções – das mídias e da opinião pública.

A partir destas relações estabelecidas pelo autor, pode-se dizer que a imprensa é que recria, engendra, produz os discursos sobre o esporte, construindo uma grande “falação esportiva”, como o próprio título do artigo define. Assim, para o autor, o esporte é atualmente um “discurso sobre a imprensa esportiva”, na medida que ela orchestra estas inúmeras falas e, a partir delas, outras tantas são produzidas pelos sujeitos (o ciclo continua já que socialmente circulam novos discursos a partir daqueles ofertados pelas mídias).

Nesse sentido, o esporte é deslocado de seu campo primordial (da prática do jogo) para o campo da “falação”, onde a mídia é a principal mediadora entre estes discursos sobre o esporte praticado e moldado para ser assistido. Para ECO (1984,

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



p.224), existe, assim, “a falação sobre a falação do esporte”, isto é, a “falação sobre a falação da imprensa esportiva”.

Para o autor, estes movimentos são realizados com base nas regras da imprensa esportiva, que segue um grande ritual verbal, por exemplo, os argumentos, as avaliações, as “falações polêmicas”, os triunfos, as ponderações, as difamações, etc. O principal resultado deste ritual é que não estão mais em jogo “as energias físicas”, mas o exercício das “energias intelectuais”, onde se confunde a noção de *praticar o esporte* com a de *falar o esporte*. Isto é, na medida em que o esporte é deslocado de seu campo para esta “falação”, outras relações são estabelecidas, que não mais na ordem do praticante, mas do falante e, conseqüentemente, dos seus interlocutores.

A partir de inúmeras práticas (promover uma grande falação em torno de um acontecimento, cultuar o ídolo, fazer avaliações, análises, conjecturas, ‘fococas’, sondar fatos, causas e conseqüências, orquestrar relatos sobre um fato particular, como uma despedida de um atleta, a conquista de um título, o fracasso, etc), o jornalismo tematiza e institui o esporte.

Este movimento complexo de tematização do esporte implica em inúmeras e imbricadas relações de duas vias. Isto é, da mesma forma em que a mídia agenda o esporte e vice-versa, estas agendas sofrem injunções de agendas de outros campos sociais. Atualmente, uma multiplicidade de agendas¹⁸ se cruzam e disputam os mais diversos sentidos sobre os fatos. Neste contexto, as mídias têm o poder de agendar, mas deve-se levar em conta que isto não significa dizer que a opinião pública pensa sobre estes temas nos mesmos formatos e/ou enquadramentos sugeridos por elas.

¹⁸ Agendas são temas, assuntos selecionados para serem ofertados aos leitores e agendamento é o processo em que são determinadas as questões mais importantes, é um trabalho discursivo empreendido pelas mídias. Dessa forma, ofertar uma agenda significa determinar quais são os temas mais importantes e que merecem ser noticiados, figurar na agenda pública.

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



No processo de agendamento, vale lembrar que os jornais escrevem para dialogar com outros campos sociais. Isto é, as agendas midiáticas são elaboradas em função de outras agendas e para um público imaginário. Para DAYAN e KATZ (1993), há uma cobertura denotada – o que o jornal mostra – e uma cobertura conotada – com questões de fundo como para quem os jornais escrevem e em função de que agendas. Dessa forma, ao analisar estas relações, deve-se levar em conta que o processo de captação, produção, oferta e circulação é muito complexo e não pode ser reduzido a explicações rápidas e pouco contextualizadas.

Para FAUSTO NETO¹⁹ (2001), o agendamento no esporte na esfera das mídias, no caso brasileiro, por exemplo, é uma consequência de inúmeras e complexas “transações”, que se desenrolam entre os campos sociais, “envolvendo vários interesses, diferentes agendas e uma multiplicidade de significações, de natureza simbólica”.

Nesse caso, pode-se dizer que o agendamento no esporte (vale ressaltar que as atividades do campo esportivo se realizam na esfera da sociedade) não se constitui apenas numa decisão unilateral das mídias, mesmo que elas tenham poder de fazer a sua agenda. Pode-se dizer que o agendamento é resultante de movimentos que a sociedade realiza, a partir dos diversos campos sociais, que constituem suas próprias agendas, empreendem negociações, disputas, colocam à mesa seus interesses, ideologias, culturas e poderes.

O esporte, por suas próprias características (ludicidade, entretenimento, lida com paixões, emoções, valores, etc) é um tema que perpassa interesses, cotidianos, sentimentos, anseios e expectativas de vários campos sociais. O futebol, em especial, povoa várias dimensões, pois faz parte de nossa constituição cultural, imaginária e simbólica.

¹⁹ Fala proferida em palestra no dia 14 de dezembro de 2001, no Centro de Educação Física e Desportos da UFSM, Santa Maria, RS, durante o II Seminário de Mídia e Esporte.

¹ Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



No Brasil, o modo de vivenciar o esporte é muito singular se comparado a outras culturas e realidades sociais. Para FAUSTO NETO²⁰ (2001), “nunca a expressão ‘cada brasileiro se constitui num técnico de futebol’ é tão significativa para ilustrar o poder de construir sentidos e agendas que os brasileiros têm em relação ao esporte”. E estes movimentos são procedentes de diversos campos sociais, comprovando que a tematização do esporte não se restringe ao seu campo de conhecimento, pois ultrapassa de longe estes limites.

Pela multidiversidade cultural, social e étnica, a sociedade brasileira tem modos muito particulares de operar suas agendas sobre o esporte. Assim, as agendas do esporte perdem suas características e identidades, passando a pertencer e re-significar nos campos sociais que a apreendem, a partir de novos rituais e rotinas próprias, produzindo-se outros tantos sentidos.

Como a editoria de esportes é uma das que mais mexe com o imaginário cultural dos leitores, vários recursos discursivos são utilizados pelos jornalistas para dar vida, enriquecer a cobertura esportiva. Exemplo disso são tabelas, gráficos, boxes, logotipos, selos, figuras, ilustrações que povoam as páginas de esportes nos jornais, sem falar em jingles, vinhetas, músicas e imagens que são utilizados em televisão.

Nesse caso, pode-se dizer a editoria de esportes é a que mais investe nestes recursos discursivos para didatizar, explicitar, tematizar o esporte, onde é exercida uma pedagogia jornalística que não aparece tão significativamente em outras páginas como as de economia, educação, internacional, política, etc. Esta constatação é explicada, em parte, pelo fato de a editoria de esportes, como já foi dito, gozar de relativa liberdade e pelas próprias características da produção de sentido neste campo, permeado por esta grande “conversação”.

²⁰ Op.cit

1 Trabalho apresentado no NP18 – Núcleo de Pesquisa Mídia Esportiva, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Considerações

Nesta breve reflexão, procurou-se abordar o jornalismo esportivo enquanto uma construção específica dentro de um contexto mais amplo – a atividade jornalística como produção de sentidos.

Ao analisar o jornalismo esportivo como uma construção de sentidos múltiplos, deve-se levar em conta sua especificidade, as características e regras do próprio jornalismo, mas também fatores peculiares do campo esportivo, que têm incidência sobre os modos de cobrir, tematizar, didatizar, avaliar, enfim, abordar o “mundo esportivo” nas diferentes mídias.

Procurou-se fazer uma reflexão teórica, mas, ao mesmo tempo, com base em constatações práticas do jornalismo esportivo. Desse modo, pode-se inferir que a cobertura esportiva segue algumas características muito particulares, como o grande uso de recursos discursivos, a maneira de ‘especular’ a vida dos ‘olimpianos’, a necessidade de uma especialização, uma certa autonomia dos produtores da atualidade, o papel das colunas como um espaço de discussão, o entendimento amplo das interações estabelecidas entre os campos sociais para melhor compreensão do processo de agendamento do esporte, a “conversação” e as múltiplas discursividades, onde as falas se cruzam, relativizando o trabalho do jornalista esportivo e estabelecendo novas relações e re-significações na tematização do esporte.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Bibliografia

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Buenos Aires: Paidós Ibérica, 1989.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: editora da UFRGS, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. Tradução de Cássia R. da Silveira e Denise Moreno Pegorim. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

_____. **Sobre a Televisão – a influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. **Le grandi cerimonie dei media – La storia in diretta** (traduzione di Stefania Di Michele). Bologna: Baskerville, 1993.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Tradução de Viaggio nella irrealità quotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ERBOLATO, Mário. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas, 1981.

ESTEVES, João Pissarra. **A ética da comunicação e os media modernos**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.

FAUSTO NETO, Antonio. **O Joelho Aprisionado: estratégias mediáticas e o “Caso Ronaldo”**. Revista Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física. CARVALHO, Sérgio e HATJE, Marli (editores.). Santa Maria – RS: UFSM, 2000 – v 3, Ano 3.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

_____. **A tragédia (Midiática) de São Januário – o dia seguinte de uma comemoração interrompida.** Intercom, Campo Grande, 2001.

_____. **O agendamento do esporte.** Conferência proferida no dia 14 de dezembro de 2001, no Centro de Educação Física e Desportos da UFSM no II Seminário de Mídia e Esporte. Santa Maria, RS, 2001.

HELAL, RONALDO. **Esporte, indústria cultural e teoria da comunicação.** Memórias do Congresso Mundial de Educação Física. Universidade Gama Filho. AIESEP, 1997.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia.** Brasília: UNB, 1996.

MOUILLAUD, Maurice. Sérgio Dayrell Porto (org.). **O Jornal: da forma ao sentido.** Brasília: Paralelo 15, 1997.

O GLOBO. **Manual de redação e estilo.** Organizado e editado por Luiz Garcia. São Paulo: Globo, 1993.

VERÓN, Eliseo. **Construir el acontecimiento.** Buenos Aires: Gedisa editorial, 1987.

_____. **Esquema para el análisis de la mediatización.** Buenos Aires: Diálogos de la Comunicación, s/d (xerox).

Zero Hora. **Manual ZH de ética, redação e estilo.** Porto Alegre: LP&M, 1994.