

LUZES, CÂMERAS, AÇÃO: ENQUADRANDO A CERIMÔNIA DE ABERTURA DOS JOGOS OLÍMPICOS/2012

Ângelo Luiz Brüggemann
Lyana Virgínia Thédiga de Miranda
Rogério Santos Pereira
Rodrigo Ferrari

RESUMO

O presente texto é parte de uma pesquisa coletiva que analisou, de forma comparativa, a cobertura jornalístico-esportiva dos Jogos Olímpicos de Londres/2012 (JO/2012) entre a Rede Record, detentora brasileira dos direitos de transmissão do evento, e as demais emissoras de TV aberta do país. No caso deste artigo, o interesse incidiu na cerimônia de abertura dos JO/2012. Constituíram-se como corpus de análise os conteúdos veiculados, no dia da abertura, nos jornais da Record, da Globo, da Band e do SBT. A fim de ampliar o conteúdo de comparações, optou-se, ainda, pelo monitoramento de postagens sobre a cerimônia no microblog Twitter. A base teórico-metodológica utilizada foi a Análise de Enquadramento, comum à pesquisa maior, além de aproximações ao conceito de Indústria Cultural, fundamento teórico específico para este artigo. Na discussão, a cerimônia de abertura do megaevento esportivo se apresentou como um produto audiovisual propício ao entrelaçamento de características mercadológicas e interesses midiáticos-esportivos, que se refletiram no posicionamento, na construção do discurso e na veiculação dos conteúdos jornalísticos sobre os JO/2012.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos Olímpicos Londres/2012; enquadramento; rede social.

INTRODUÇÃO

Com a realização dos Jogos Pan Americanos, no ano de 2007, o Brasil deu a largada para a chamada “década dos megaeventos esportivos”¹, que terá o país como sede. Daquele ano até 2016, a expectativa em acolher grandes eventos mundiais, como a Copa do Mundo da

¹ Pré-definido no dicionário como “um evento de grandes proporções”, os megaeventos esportivos são uma denominação, já popular, para os eventos esportivos continentais ou mundiais que atraem a atenção, sobretudo, devido a grande exposição midiática. Em uma breve reflexão sobre o tema, o professor Silvino Santin identifica os megaeventos esportivos da seguinte maneira: “No mundo dos esportes, destacam-se três megaeventos. As Olimpíadas, o mais celebrado, sob o comando do impenetrável COI; a Copa do mundo de Futebol, subjugada pela astuciosa FIFA; a Fórmula 1 do automobilismo, controlada pela poderosa FIA. A maneira como foram nomeados esses três grandes eventos esportivos abre uma fissura que possibilita identificar no seu interior dois hemisférios. O do esporte e o do poder. O primeiro reúne as atividades esportivas, seus praticantes e apreciadores. No segundo, articulam-se os detentores do poder, encobertos pelas siglas respectivas”. (SANTIN, 2009, p. 333).

FIFA e os Jogos Olímpicos, abriram a perspectiva de se ter a América do Sul como um todo, e o Brasil em particular, como “centro das atenções” de atletas, torcedores, telespectadores, mas também de investidores em diversas áreas. Nessa expectativa de grande visibilidade, a mídia especializada abre mão do *interesse público* em prol do *interesse do público* (Vidal, 2010), e dos próprios interesses econômicos.

Investido em um grande interesse mercadológico, que envolve grandes cifras publicitárias, patrocínios e *marketing* esportivo, os megaeventos também entrelaçam nesse ambiente de negócios os veículos midiáticos – com ênfase nas emissoras de TV, que acabam por transformar torcedores em audiência e notícias em “mídia espontânea”. Com o escopo de observar como tal comportamento midiático-esportivo dos meios e veículos de mídia brasileira – neste caso, as emissoras de TV aberta – é conformado pelos direitos de transmissão², o Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva (LaboMídia/UFSC) realizou a pesquisa intitulada *Jogos Olímpicos e televisões abertas: quem será “mais Brasil” em Londres/2012?*, tendo em vista que a investigação sobre os eventos esportivos ajudam na percepção do lugar do discurso midiático-esportivo na construção da representação sobre o esporte.

Caracterizada como uma investigação que se insere no campo dos estudos de observatórios de imprensa, por objetivar analisar a dimensão informativo-jornalística da mídia televisiva (Christofolleti, Motta, 2008), a pesquisa centrou-se na cobertura jornalística da Rede Record – detentora brasileira dos direitos de transmissão da competição – e das demais emissoras de TV aberta do país, a saber: Rede Globo, Rede Bandeirantes, do SBT e Rede TV!. A ênfase da observação se localiza na possibilidade de tais emissoras agendarem, bem como enquadrarem, os Jogos Olímpicos de Londres/2012 (JO/2012) em suas grades jornalísticas e de acordo com seus interesses comerciais.

Desempenhada de forma coletiva, a divisão e delimitação dos programas analisados aconteceu em dois momentos: uma pré-seleção, executada em março/2012, denominado

² Os chamados “direitos de transmissão” é uma negociação complexa que envolve os direitos de se transmitir/televisionar um evento ou acontecimento, de forma exclusiva. No Brasil, os direitos de transmissão envolvem, em sua maioria, a veiculação de eventos esportivos, como o futebol, em todos os seus níveis. Para tanto, é realizado um contrato entre as instituições envolvidas – sendo a “contratante” as “donas” dos eventos (COB, COI, CBF, FIFA, etc.) e as interessadas (“contratadas”!), as emissoras de televisão ou de transmissão via Internet.



período pré-evento, no qual as grades de programação das emissoras foram observadas e analisadas a fim de se determinar quais programas destinavam maior enfoque ao tema em uma perspectiva de agendamento dos JO/2012; e o *período de realização do evento*, organizado de 27/07 a 12/08/2012 (ocasião dos JO/2012) através de um intensivo acompanhamento da mídia televisiva. Ambos os momentos seguiram, como critério primordial de inclusão, a necessidade de se envolverem os programas que dessem ênfase ao esporte.

Dentro do escopo teórico-conceitual que abrange os direitos à comunicação, a democratização do acesso à informação e a discussão sobre os direitos comerciais televisivos que envolvem o esporte bem como suas consequências sociais, a pesquisa buscou, como estratégia de análise, a comparação entre as coberturas realizadas pelas emissoras. Para tanto, utilizou como base teórico-metodológica a *Análise dos Enquadramentos (frame analysis)*, ou teoria do enquadramento³. De forma breve, enquadrar é entendida como a ação de selecionar aspectos de uma dada realidade e destacá-los em uma narrativa midiática, de maneira a promover uma definição particular do problema e propor interpretações causais ou avaliações morais sobre o tema descrito (Robert Entman 1994, *apud* Mesquita, 2011). Anabela Carvalho (2000, *apud* Antunes, 2009) refere-se à teoria do enquadramento como formas ligadas à estruturação do discurso, uma espécie de pano de fundo que, a partir de determinados elementos postos em evidência (ou, ao contrário, obscurecidos), organiza a construção e propõe uma interpretação dos textos midiáticos.

Desta forma, o material recolhido foi demarcado em temas considerados mais relevantes e de maior interesse pelos veículos, levando-se em consideração, para tanto, os critérios de noticiabilidade que o acontecimento – como parte do evento – possui. Assim, localizamos o interesse deste artigo: **a cerimônia de abertura dos JO/2012**⁴. Cabe ressaltar que os critérios que alçam um acontecimento ao lugar de notícia, também chamados valor-

³ A Teoria do Enquadramento é uma construção teórico-metodológica que tem como base os estudos do interacionismo simbólico, de Erving Goffman (teoria do espelho), e uma releitura para o jornalismo, feita por Tuchman (*apud* Jaenisch, 2011). Se constitui num campo teórico ainda relativamente novo nas pesquisas em Comunicação no Brasil. As primeiras aplicações do conceito de enquadramento datam dos anos de 1980 e 1990, principalmente em análises que focam a cobertura política nos meios de comunicação de massa.

⁴ A pesquisa coletiva foi organizada em quatro subgrupos. Além da abertura dos JO/2012, tema deste artigo, foram abordados o Futebol Masculino e a expectativa pelo inédito ouro olímpico; a surpresa e despreparo da mídia com a medalha de ouro do ginasta Arthur Zanetti; e o Day After, ou seja, as notícias que se sucederam após o encerramento dos JO/2012.

notícia, referem-se ao potencial que um dado assunto ou tema assumem levando-se em consideração a atualidade, a abrangência e, sobretudo, o valor sociocultural de tal acontecimento. (Wolf, 2001)

Nesse contexto, o Jornal da Record, o Jornal da Globo e o Jornal da Band – programas que apresentaram maior ênfase quanto ao tema delimitado – foram assistidos no próprio dia 27 de julho de 2012, dia da abertura, para uma primeira aproximação com o material. O objetivo deste momento foi identificar se haveria a possibilidade de enquadramento e comparação entre os telejornais, e também se os mesmos seriam relevantes do ponto de vista da nossa proposta de delimitação do tema⁵. Os telejornais foram transcritos, analisados e organizados em formato de tabela, compondo desta forma, parte do *corpus* de análise. Para a organização do material recolhido seguindo os princípios da teoria do enquadramento, foram utilizados os preceitos da Análise de Conteúdo (Bardin, 2009), o que auxiliou a delimitação do material em categorias empíricas de análise.

Contudo, como forma de melhor interpretar o acontecimento de abertura, e com o intuito de abarcar de forma mais abrangente o escopo teórico-conceitual já apresentado, não nos detemos apenas ao campo de estudo dos telejornais das principais emissoras brasileiras. Assim, ampliamos a análise para o debate público na rede social *Twitter*⁶. Deste modo, além da possibilidade de analisar o enquadramento midiático, nossa discussão contemplou a triangulação dos dados televisivos com a expressão, via postagens na internet, da recepção dos espectadores. Para isso, utilizamos em nossos buscas no twitter as palavras-chave “jogos olímpicos”, “olimpíadas”, “Londres 2012”, “Globo”, “Record” e “Band”.

A CERIMÔNIA DE ABERTURA: UM ESPETÁCULO MIDIÁTICO

No dia 27 de julho de 2012, foi realizado em Londres, Grã-Bretanha, a cerimônia de abertura dos XXX Jogos Olímpicos da Era Moderna. De acordo com a manchete de um artigo

⁵ Após a seleção destes telejornais, os programas foram comprados de uma empresa de *clipagem*.

⁶ No âmbito desta pesquisa, seguimos as reflexões metodológicas de Guimarães Jr. (2000). Ao lidar com ambientes de sociabilidade na internet e refletir sobre os contextos públicos e privados na rede, a orientação do autor é a de que as manifestações que acontecem em contextos públicos podem ser utilizadas como dados de pesquisa com o zelo que manter a identidade dos envolvidos preservada.

publicado no jornal digital britânico, *The Independent*⁷, quase 900 milhões de pessoas assistiram a abertura dos JO/2012 pela televisão. No estádio, estavam presentes 80 mil pessoas. Segundo o relatório de marketing publicado pelo Comitê Olímpico Internacional⁸ (COI, 2012) a exposição audiovisual dos JO/2012 superou todos os recordes de cobertura e audiência da história dos Jogos Olímpicos modernos. Para ilustrar este processo, o documento cita os dados da audiência dos Jogos Olímpicos de 1948, também sediados em Londres, e que naquela ocasião reuniu cerca 500 mil espectadores. Já em 2012, esse número saltou para 3,6 bilhões.⁹

Além da cobertura televisiva, o *Olympic Broadcasting Services* (OBS), explorou as potencialidades de cobertura dos jogos pela internet. Pela primeira vez o OBS transmitiu os jogos no formato *live stream*, ou seja, as competições, apresentações, vitórias e derrotas puderam ser acompanhadas ao vivo pela internet. Também foram disponibilizados mais de 1,9 bilhões de vídeos *on stream e on demand*¹⁰ em mais de 170 *websites*. Estas transmissões também foram centralizadas no *Youtube*, num canal próprio dos JO/2012 criado pelo COI. Apenas durante os jogos, foram mais de 34 milhões de visualizações, sendo que a abertura havia sido visualizada por mais de 2 milhões de consumidores¹¹. Outra novidade foi a cobertura dos jogos em 3D¹².

⁷ Disponível em: <http://www.independent.co.uk/sport/olympics/news/london-2012-opening-ceremony-audience-hit-900-milli-on-predicts-ioc-8015361.html>. Acesso em: 12/11/2013.

⁸ Disponível em: http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/London_2012/LR_IOC_MarketingReport_medium_res1.pdf. Acesso em 12/11/2013.

⁹ Cabe ressaltar que tal comparação é exemplar da retórica mercadológica. Se tomarmos como exemplo o caminho histórico da televisão no Brasil, no momento citado – os Jogos Olímpicos de 1948 – o país sequer havia transmitido um programa televisivo, o que só viria a ocorrer dois anos depois, em 1950, com criação da TV Tupi por Assis Chateaubriand.

¹⁰ *On Stream* é uma expressão utilizada para se referir aos vídeos são disponibilizados e que permanecem disponíveis na internet para serem assistidos a qualquer momento, de acordo com os interesses do consumidor. Já a tecnologia *On Demand* possibilita que o consumidor acesse vídeos, a qualquer momento, de uma página da web acessada pela TV.

¹¹ Cerimônia de Abertura dos JO/2012, disponibilizada na íntegra no canal do Youtube do COI. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=4As0e4de-rI>. Acesso em 12/11/2013.

¹² “*The debut of live 3D coverage included both the Opening and Closing Ceremonies, as well as athletics, gymnastics, swimming and diving events, with more than 230 hours of 3D coverage being made available to RHBs*” (COI, 2012). Tradução dos autores: A estreia da cobertura ao vivo em 3D incluiu as cerimônias de abertura e encerramento, assim com a ginástica, natação e outros eventos, com mais de 230 horas de cobertura 3D realizadas pela PHBs.

Em contraste com estes dados, a cerimônia de abertura dos JO/2012 foi vista ao vivo, no estádio olímpico de Londres, por “apenas” 80 mil pessoas. Com relação ao restante do consumo “presencial” dos JO/2012, o COI divulgou que foram vendidos quase 8,5 milhões de ingressos para os diferentes eventos da programação esportiva. Estes dados abrem diversas possibilidades de reflexão. Neste texto, focaremos nossa análise em uma hipótese: a abertura dos JO/2012 é, de modo marcante, um produto midiático audiovisual que assume o posto de um dos mais valiosos produtos da história dos meios de comunicação de massa. Uma “pedra preciosa” que nos aproxima a um conceito ainda atual: o de Indústria Cultural.

No texto *Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, publicado originalmente em 1947, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (1995) apresentam suas análises críticas sobre o caráter industrial dos meios de comunicação de massa da primeira metade do século XX. Nesse contexto, um dos focos reflexivos dos autores é o surgimento e a consolidação do cinema Hollywoodiano. Uma breve citação em especial nos interessa nesta reflexão: “(...) a indústria cultural permanece a indústria da diversão” (ADORNO, HORKHEIMER, p. 112, 1985).

Não por coincidência, o COI contratou o cineasta Danny Boyle¹³ para dirigir a cerimônia de abertura dos JO/2012. Atores profissionais, figurantes, funcionários, prestadores de serviços, voluntários do COI e os 80 mil consumidores presentes no estádio olímpico de Londres foram dirigidos ao vivo pelo diretor como um “mega espetáculo de teatro” produzido para ser televisionado. Filmagens produzidas com antecedência foram articuladas na narrativa criada por Danny Boyle. No contexto da transmissão pela televisão, um recurso simples de montagem.

Porém, estas cenas também passavam no estádio em telões enormes. Nestes telões, também eram mostrados diferentes planos (*abertos, médios, closes e super-closes, zenitais, etc.*) meticulosamente organizados e pré-montados. Uma transmissão ao vivo com um roteiro de montagem ao vivo, mas rigorosamente previsto e executado com eficiência, capaz de arranjar os conteúdos montados previamente com a efemeridade do fato no exato momento

¹³ Cineasta britânico, conhecido pela direção de filmes como: *Quem quer ser um milionário* (2008); *Trainspotting* (1996); *127 horas* (2010). Dados disponível em: http://www.imdb.com/name/nm0000965/?ref=fn_al_nm_1. Acesso em 12/11/2012.

em que ocorria. Está é uma das marcas que o trabalho de Danny Boyle deixou na história dos Jogos Olímpicos.

Em uma destas montagens, o famoso agente secreto britânico James Bond (representado pelo ator Daniel Craig) busca a rainha Elizabeth em seu palácio. Eles embarcam num helicóptero em direção ao estádio olímpico de Londres. Juntos saltam de paraquedas e minutos depois dois paraquedistas pousam no estádio ao vivo. Logo em seguida a rainha se apresenta para seus súditos e “convidados” (ou seriam clientes?). Buscando os limites da realidade e da ilusão, Goffman, um dos pais do enquadramento, se preocupou em perceber os processos de distinção da organização da experiência. Esteja o espectador¹⁴ em um mundo de ficção diante de uma cena repetida na realidade, ou mesmo frente a uma encenação criada sem modelo de referência no real, os termos da ação se situam entre o inconsciente e a aceitação às restrições cênicas, de forma que este seja absorvido pelo espetáculo. Afinal, toda ficção, também a de Boyle na abertura do JO/2012, requer cooperação (inconsciente ou voluntária) e só produz efeito com a participação dos espectadores.

O público de todo mundo se rende ao espetáculo, a eficácia técnica e simbólica de Danny Boyle. Como nas produções de Hollywood, os efeitos especiais, o orçamento da produção, a grandeza do projeto e suas dificuldades preenchem as análises e os textos jornalísticos, que são mais publicitários do que informativos. Na onda das expressões que estão na moda, a mídia reforça a dimensão “mega” da abertura do megaevento. Por exemplo, o portal R7 da Record diz: “O maior espetáculo esportivo do planeta fez homenagens a ilustres britânicos¹⁵ (...)”.

A DISPUTA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO: SURPRESA E CRÍTICAS

No Brasil, os direitos de transmissão em TV aberta brasileira dos JO/2012 foram comprados pela Rede Record. A disputa pelo direito de transmitir o evento ultrapassou as expectativas do mercado, fazendo com que a batalha entre a rede Record e a rede Globo

¹⁴ Com o termo “espectador”, Goffman se refere a todas as pessoas em atividades diárias de encenação (apud Winkin, 1981).

¹⁵ Disponível em: <http://videos.r7.com/confira-a-integra-da-cerimonia-de-abertura-das-olimpiadas-2012/idmedia/50138dae6b71c902c6b2dce9.html>. Acesso em : 12/11/2012.

alcançasse a quantia de 60.000.000 de dólares¹⁶, uma elevação de cerca de cinco vezes em relação ao que havia sido pago pelos direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos de Pequim 2008.

As disputas entre as emissoras de televisão resultaram no evidente silêncio daquelas que não possuíam os direitos de transmissão do evento. A pouca visibilidade dada aos JO/2012 pela Rede Globo e Rede Bandeirantes marcou a posição das emissoras desde a fase de organização que antecedeu os jogos. Na Rede Globo, emissora considerada a segunda maior rede de TV comercial do mundo, não houve contagem regressiva: a peregrinação da tocha olímpica, grande evento propagandístico que circula pelo mundo, foi ignorada. Do mesmo modo, raras vezes a organização do evento e a preparação dos atletas para os JO/2012 foram noticiadas na grade da programação da emissora nos meses que antecederam os jogos. A posição de não-agendamento dos Jogos Olímpicos de Londres 2012 (JO/2012) – ou seja, a recusa em promover, gerar demanda, fazer publicidade, criar audiência para o evento – foi a postura adotada tanto pela Rede Globo quanto pela Rede Bandeirantes. Afinal, os jogos seriam transmitidos por uma empresa concorrente.

A Rede Globo, em especial, parece não ter poupado forças para não agendar os JO/2012. Indícios desta atitude podem ser observados principalmente ao longo das transmissões dos jogos da seleção brasileira masculina de futebol no ano de 2012: com convocações de atletas da categoria sub23, a seleção estava sendo formada para conquistar o único título que a “pátria de chuteira” ainda não conseguiu. A emissora, como detentora dos direitos de imagem da seleção, em momento algum falava do referido objetivo, provavelmente com o intuito de não divulgar o evento que seria transmitido pela emissora concorrente.

Essa disputa entre as emissoras foi destacada pelos participantes do Twitter, ora em tom de surpresa, ora de crítica e ironia. De modo geral, as manifestações eram dirigidas principalmente ao silêncio da Rede Globo, historicamente a principal veiculadora do evento em edições anteriores:

¹⁶ A NBC, emissora norte-americana detentora dos direitos de transmissão renovou seu contrato até 2032, por uma quantia de 76,5 milhões de dólares. Enquanto, isso a emissora brasileira pagou uma quantia próxima pelo direito de transmitir apenas uma edição do evento. Disponível em: http://www.lancenet.com.br/minuto/Jogos_Olimpicos-direitos_de_transmissao-NBC-COI_0_1136886339.html. Acesso em 13/05/2014.

Alguém avise à Globo que vai rolar um eventozinho chamado Olimpíadas. Uma espécie de Jogos Abertos do Interior da Terra.

É bizarro: as Olimpíadas começaram hj e, pelo simples fato de não estarem sendo transmitidos pela Globo, parecem que nunca existiram.

Não dá pra negar.. é impressionante a força da Globo. As olimpíadas estão com a mesma divulgação que o Campeonato de Bocha do meu bairro!

É triste ver uma geração inteira do Brasil ser prejudicada no esporte por estímulos, em função da Globo minimizar as Olimpíadas de Londres!

O Brasil não esta nas olimpíadas, não está passando na Globo.

DO UFANISMO AO SILÊNCIO: OS DADOS SOBRE A ABERTURA

Durante a transmissão ao vivo da abertura, a grandeza do espetáculo e a posição de exclusividade da Rede Record se fez presente demasiadamente no discurso dos apresentadores e convidados. A apresentadora do Jornal da Record, a jornalista Ana Paula Padrão, iniciou o programa do dia da cerimônia de abertura do JO/2012 com o seguinte discurso:

Boa Noite Brasil, o Jornal da Record ao vivo de dentro do estádio Olímpico de Londres. Nesta bancada exclusiva, posição exclusiva da Record, quem é que disse que o Inglês não sabe fazer festa?[...] (ANA PAULA PADRÃO, 27 jun. 2012)

Já a Record, detentora dos direitos exclusivos de transmissão dos Jogos Olímpicos 2012, apresentou detalhadamente a abertura e mostrou de maneira ufanista o megaevento esportivo. O Jornal da Record, sob o comando da ex-jornalista da Rede Globo Ana Paula Padrão, dedicou 25min e 50seg de seu noticiário para reapresentar detalhes marcantes da abertura, que acabara de se encerrar com transmissão exclusiva da emissora. Assim, o Jornal pode explicar e comentar a ideia de Danny Boyle, que utilizou da cultura literária, musical e fílmica do país para contar a história da consolidação da Grã Bretanha perante a comunidade mundial.

Tal relação entre o país sede e os JO/2012 foi reforçada pela aparição de grandes astros do cinema, da música e do esporte. Para além da cerimônia de abertura, o telejornal fez questão de mostrar como foi o dia em Londres – ação repetida posteriormente durante todo o período dos jogos. A presença de diversos líderes de estado também foi destaque. Nas palavras de Paulo Henrique Amorim:

A Inglaterra se prepara para a abertura das Olimpíadas como a Noiva para a festa do casamento, ela tem que estar linda impecável como jamais foi ou como jamais



venha ser de novo. A noiva do Brasil vai ser o Rio, o Rio vai mostrar a garota de Ipanema, Copacabana e o Pão de Açúcar. A Inglaterra se preparou 7 anos para embelezar a sua noiva Londres, e Londres significa Rainha, Paul McCartney, 007, David Beckham, isso tudo porque você ainda não viu como ela vai dar vida emoção e calor a essa festa inesquecível.

Enquanto o Jornal da Record pautou a cerimônia de abertura dos JO/2012 ao vivo do estádio olímpico, o restrito tempo de 1min 22seg destinado pelo Jornal da Band para tratar do acontecimento em Londres revelou que os telejornais da emissora não dariam importância para o evento organizado pelos londrinos.

O Jornal Nacional (JN) da Rede Globo optou por outras pautas e reservou apenas uma parte do terceiro bloco do programa aos JO/2012. Antes da abertura do JN, um fato curioso: um comercial do banco Bradesco com imagens de uma ginasta realizando movimentos acrobáticos. A narração em *off* da peça publicitária diz o seguinte: “Agora é Bra, Bra de Brasil, Bra de Bradesco. Lado a lado com time Brasil. Bradesco oferece Jornal Nacional”. Na sequência, William Bonner e Patrícia Poeta apresentaram a pauta do programa:

Protestos nas estradas. Caminhoneiros provocam engarrafamentos gigantes em rodovias de cinco estados. Interrompem a principal ligação entre São Paulo e Minas e causam tumulto e confusão em várias regiões. Promotores defendem o aumento das penas de prisões para assassinos. O governo indeniza a família de parentes desaparecidos na guerrilha do Araguaia. A ONU apela ao governo Sírio para que não use armas químicas em nenhuma hipótese contra os rebeldes e a imprensa oficial do país anuncia o que está sendo chamado de mãe de todas as batalhas. Um incentivo à leitura em São Paulo, a máquina que troca livros usados por novos. E são abertos oficialmente os Jogos Olímpicos de Londres. A trigésima edição da era moderna. Agora no Jornal Nacional (JN, 27/07/2012).

O anúncio da abertura dos JO/2012 foi a última manchete noticiada pelos apresentadores. Caso a opção da Rede Globo fosse pautar os JO/2012, a peça publicitária do Bradesco poderia ter um impacto muito maior com relação à associação da marca ao megaevento e ao sentimento de nacionalismo. Não tão bom para os negócios do Bradesco, mas excelente para os negócios da Rede Globo.

Do tempo total do programa, o JN usou apenas 4min 7seg para veicular os principais momentos da abertura das Olimpíadas. Para tanto, 16 fotos foram o suficiente para Cleber Machado comentar tudo o que havia acontecido ao longo das quase 3 horas de abertura, demonstrando a pouca importância dada ao evento e à delegação brasileira. Assim, o que se pode observar é que a presença do velocista Usain Bolt foi mais referendada do que a da própria delegação brasileira. Esta atitude já servia de resposta à população brasileira, que

Transmissão das Olimpíadas só presta pelo Globo. A Record é péssima e não tem narradores bons.

Apesar da Rede Bandeirantes – assim como a Rede Globo – também não ter dado destaque aos JO, a emissora não recebeu o mesmo questionamento da opinião pública via Twitter. Assim, foi possível perceber a polarização das discussões no Twitter entre a Rede Globo e a Rede Record, situando a Rede Bandeirantes em um papel coadjuvante nas transmissões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um importante foco para análises decorre do fato da Rede Globo ter perdido a disputa pela aquisição dos direitos dos JO/2012 para a rival Rede Record, única emissora aberta de televisão que transmitirá o evento no Brasil. A disputa entre as redes não é nova e envolve, para além dos altos investimentos concentrados no tripé esportes, jornalismo e telenovelas, sérias acusações mútuas¹⁹. De um lado, a Record acusa a Globo de práticas que mantêm um oligopólio sobre o setor e de relações ilícitas com a CBF e dirigentes de clubes de futebol brasileiros. Do outro, a Globo há tempos denuncia o financiamento da Record via Igreja Universal do Reino de Deus, ação que teria possibilitado a compra dos direitos de transmissão dos JO/2012 por cerca de 60 milhões de reais, dobro do valor de mercado inicialmente previsto para a negociação.

A cobertura da abertura dos JO/2012 mostrou-se como um privilegiado campo para observar, no âmbito da mídia esportiva, como se comportam a produção e veiculação da informação. Diante deste panorama de disputas comerciais que giraram em torno de um dos maiores eventos esportivos e, conseqüentemente, econômicos do mundo, está em pauta a discussão da função pública do jornalismo, sua tão cara – e ao mesmo tempo frágil – relação

¹⁹ Sobre as disputas pelos direitos de transmissão entre Globo e Record, ver o texto "Disputa inflaciona mercado de direitos de transmissão", de Valério Cruz Brittos e Anderson David Gomes dos Santos, publicado no site do Observatório da Imprensa. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/disputa_inflaciona_mercado_de_direitos_de_transmissao. Acesso em 02/072014.



com a objetividade, a imparcialidade, a relevância social²⁰. Ao cruzar a cobertura jornalística das três principais emissoras televisivas brasileiras com as manifestações dos participantes da rede social Twitter, percebemos que a recepção televisiva da cobertura dos JO/2012 pautou a discussão e reflexão sobre a veiculação midiática do evento.

Ao reagir à perda dos direitos de transmissão dos JO/2012 com um semi silêncio que pareceu visar diminuir a importância do megaevento nos seus telejornais, a Rede Globo explicitou o que há muito já se sabe: para as redes privadas de comunicação, jornalismo não é serviço público, notícia é produto vendável, mercadoria. É seguindo essa mesma lógica que os noticiários esportivos se aproximam cada vez mais de uma formatação espetacularizada. No meio da suposta conexão que deveria existir entre realidade social e realidade midiática, estão escancarados critérios de noticiabilidade que envolvem potenciais de vendas e disputas comerciais.

ABSTRACT

This text is part of a collective research that examined, in a comparative way, the journalistic-sports coverage of the Olympic Games London/2012 (OG/2012) besides Rede Record, Brazilian holder of broadcast rights to the event, and other open TV stations in country. In this article case, the interest focused on the opening ceremony of the OG/2012. The analysis corpus were the broadcast content, on opening day, on Record, Globo and Band news. In order to expand the comparisons content, it was decided also by monitoring postings about the ceremony on Twitter microblog. The theoretical-methodological basis used was Analysis Framework, common to most research, as well as approaches to the concept of Cultural Industry, specific theoretical foundation for this article. In the opening ceremony discuss of the sports mega event is presented as a new audio-visual product propitious to market characteristics interlacement and media-sporting interests, which is reflected in the positioning, in the construction of speech and placement of journalistic news content about OG/2012.

KEYWORDS: *Olympic Games London/2012; Analysis Framework; social network*

RESUMEN

Este texto forma parte de una investigación colectiva que examinó, de manera comparativa, la cobertura periodística de los deportes de los Juegos Olímpicos London/2012 (JO/2012), además de la Rede Record, titular brasileña de derechos de transmisión para el evento, y

²⁰ Sobre a função pública do jornalista, ver o artigo "A função pública do jornalista: da imparcialidade à coesão social", de Mariano Ure, publicado na Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/10661/10190>. Acesso em 02/07/2014.



otras estaciones de televisión abierta en el país. En este caso, el artículo, el interés se centró en la ceremonia de inauguración de los JO/2012. Corpus a los análisis fueron el contenido de las emisiones, en la jornada inaugural, en la Record, Globo y noticias Band. Con el fin de ampliar el contenido de las comparaciones, se decidió también por el seguimiento de publicaciones sobre la ceremonia en Twitter microblog. El fundamento teórico-metodológico utilizado fue el Análisis de Marco, común a la mayoría de investigaciones, así como los enfoques del concepto de industria cultural, base teórica específica para este artículo. En la ceremonia de apertura discutir de los deportes mega evento se presenta como un nuevo producto audiovisual propicio a las características del mercado y los medios de comunicación-entrelazamiento deportivos intereses, lo que se refleja en el posicionamiento, en la construcción del discurso y la colocación de contenido de noticias periodísticas sobre JO/2012.

PALABRAS CLAVES: Juegos Olímpicos London/2012; Análisis de Marco; redes sociales

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Elton. Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p.85-99, dez. 2009.

ARAÚJO, Ellis Regina; SOUZA, Elizete Cristina. *Obras Jornalísticas: uma síntese*. Brasília: Editora Vesticon, 2003.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*, Ed. revista e atualizada. Lisboa: Edições 70.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs.). *Observatórios de mídia: olhares da cidadania*. São Paulo: Paulus, 2008.

GUIMARÃES JR., Mário J. L.. *Vivendo no Palace: etnografia de um ambiente de sociabilidade no ciberespaço*. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: PPGAS/UFSC, 2000.

JAENISCH, Milena Boemo. Dilma Rousseff e José Serra em *CartaCapital* e *Veja*: uma análise dos enquadramentos dos (pré) candidatos à presidência em 2010. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. v. 8, n.1, jan.-jun., 2011.

MESQUITA, Flávio Agnelli. Esporte é (apenas) entretenimento? O lado político e econômico da cobertura midiática ao esporte olímpico brasileiro. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 34, *Anais...* Recife: 2-6/set/2011.

SANTIN, Silvino. Megaeventos esportivos no Brasil: benefícios – contradições. *Motrivivência* Ano XXI, Nº 32/33, P. 332-334 Jun-Dez./2009

SIMON, Vyv; JENNINGS, Andrew. *Os Senhos Dos Anéis: poder, dinheiro e drogas nas Olimpíadas Modernas*. São Paulo: Ed. Best Seller, 1992.



VIDAL, Delcia Maria de Mattos. Notícias de interesse público e de interesse do público: a possibilidade de convergência desses interesses. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 12, *Anais...* Goiânia/GO, 27-29/maio/2010.

WINKIN, Yves. *La nouvelle communication*. Éditions du seil, Paris, 1981

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editora Presença, 2001

angelobruggemann@gmail.com

lyanathediga@gmail.com

rogeriosantosp@gmail.com

rd.ferrari@gmail.com