

## A NOTÍCIA OLÍMPICA

Luciano Victor Barros Maluly<sup>1</sup>

**RESUMO:** Este artigo possibilita uma (re)interpretação do jornalismo esportivo pelos valores olímpicos, como a excelência, a amizade e o respeito. Um movimento que traduz a comunicação como ferramenta de luta contra a atual tendência da mídia em situar este campo como um cenário de celebridades, de violência e da competição competitividade sem limites. Torna-se necessário construir um outro modelo para o jornalismo esportivo, em que as características da notícia olímpica fomentem a qualidade da notícia, a educação pelo esporte e a ampliação do trabalho jornalístico pela valorização da atividade física e das mais variadas modalidades esportivas.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Jogos Olímpicos, Jornalismo Esportivo, Jornalismo Olímpico, Notícia Olímpica, Olimpismo.*

**ABSTRACT:** This article offers a (re)interpretation of the sports journalism by the Olympic values, such as the excellence, the friendship and the respect. A movement that translates the communication as an implement against the actual tendency of media to situate this field as a scene of celebrities, of the violence and of the competition without limits. It is necessary to build another model for sports journalism, in which the characteristics of the Olympic news contribute to the quality of the news, education through sports and the expansion of journalistic work through valorization of physical activity and of all kind of sports.

**KEYWORDS:** *Olympic Games, Sports Journalism, Olympic Journalism, Olympic News, Olympism.*

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências da Comunicação e Professor da disciplina *Jornalismo Esportivo – A Pauta além do Futebol*, ambos na ECA-USP.

## INTRODUÇÃO

Este é o início um movimento que pretende transformar a atual realidade do esporte e da educação física em países que sempre trataram com desprezo os profissionais desta área, em particular, os envolvidos com modalidades de pouca representatividade nos principais meios de comunicação. Se o fato existe, então o jornalismo é o espaço ideal para fomentar esta discussão e, por conseguinte, servir como referência para uma possível modificação na atual estrutura da cobertura especializada.

Neste âmbito, as empresas de comunicação, entre elas as informativas, são agentes que interferem diretamente nas decisões sobre o desenvolvimento do esporte, sendo, além do Estado, as principais *divulgadoras* das práticas e eventos. Torna-se essencial introduzir algumas características da notícia olímpica que, em suma, determinarão as condições necessárias ao trabalho do jornalista. Nesta ordem, a produção da notícia (da pauta à divulgação) será ampliada para além do período dos Jogos Olímpicos. Assim, o desenvolvimento do esporte e da educação física depende de uma cobertura alicerçada pelos valores olímpicos, entre eles:

- 1) Excelência: dar o melhor de si, no campo de jogo, na escola e em casa. Significa fazer o melhor não apenas para vencer, mas para participar sempre. Ter objetivos e crescer sempre com eles.
- 2) Amizade: entender que todos – da turma, da escola, do país e do mundo – podem ser amigos e que as diferenças (econômicas, sociais, religiosas) não têm importância e podem ficar para trás.
- 3) Respeito: por si mesmo, pelo outro, pelas regras, pelo meio ambiente. Respeitar o fair play (jogo limpo) e lutar contra a utilização do doping no esporte (COB, 2010, p. 3).

A postura do jornalista (esportivo) olímpico começa pela compreensão das notícias sobre os esportes. Elas são amparadas por uma constante dualidade, que é traduzida pelo contraste entre a dificuldade e o desempenho, ou seja, pelas restritas condições de desenvolvimento de determinada modalidade - como a falta de apoio para treinamento ou mesmo de espaços para a prática - e o resultado final - tanto dos atletas de alto rendimento, bem como para a popularização da modalidade. Ao jornalista, é imprescindível construir uma dinâmica que observe os noticiários como espaços alimentados pelos valores que circundam o Olimpismo (TUBINO, 2007), sem desmerecer a importância de outros fatores agregados, como o marketing (ROCCO

JÚNIOR, 2012). Por isso, as notícias que possuem o intuito de divulgar / promover os assuntos em torno das competições (sobretudo as que envolvem atletas em condições de participar dos Jogos Olímpicos) estão condicionadas a fatores determinantes, como a política esportiva aplicada em determinado País.

A notícia passa a alimentar uma discussão sobre as Atividades Físicas e Esportivas (AFEs), revelando se existe um planejamento diante da saúde e da educação em sociedade. Com isso, o público tem acesso às informações que o permitem compreender a existência e a insistência dos jornalistas em divulgar matérias dessa área.

Para ser caracterizada como olímpica, a notícia se alicerça em alguns critérios, que são fundamentais ao trabalho do comunicador comprometido com o desenvolvimento de uma plataforma (saudável) à cobertura olímpica. Diante do conteúdo, revelam-se os espaços de cobertura, a divulgação do esporte e da educação física e a mensagem olímpica.

## A NOTÍCIA OLÍMPICA

Os repórteres começam a ampliar os **espaços de cobertura**, com o foco indo além dos campos e ginásios. A pauta contempla os diversos locais de prática, incluindo os voltados à atividade física, fazendo referência ao lazer, à saúde e à educação. Nos parques públicos, as pessoas competem e se exercitam, assim como nas academias e nos clubes, perpetuando – pela tradição - a importância da AFEs. Da mesma forma, as escolas, por meio dos ensinamentos revelados nas aulas de educação física e nas competições, fomentam hábitos / conhecimentos que se estabelecem para o resto da vida. A saúde é contemplada em locais relacionados ao universo do trabalho, com destaque para a Ginástica Laboral, ou nas residências, com atividades isoladas, ou nos hospitais, com os tratamentos relacionados à prevenção ou recuperação. As brincadeiras nas ruas e nos campos, como as corridas e disputas, revelam a integração do esporte com o cotidiano, que mantém a tradição da atividade como lazer.

As escolas e os clubes merecem destaque neste quadro quando se observa a origem dos esportistas, tanto os considerados profissionais, como o cidadão comum que possui no esporte e na atividade física uma referência para a vida, tanto como expectador ou mesmo como praticante. Logo, diante da ampliação dos espaços de cobertura, o trabalho do jornalista começa a ganhar amplitude quando as notícias

passam a adquirir um contexto que relaciona o desempenho dos atletas, desde as condições de treinamento até o resultado final, e aos espaços e formas para o desenvolvimento das AFEs, como os locais para iniciação e mesmo para o lazer.

Diante da **divulgação**, a mídia é determinante por estabelecer uma ligação entre o esporte e a atividade física, inclusive com o planejamento de atividades estabelecidas por meio de parcerias com agremiações ou mesmo por iniciativa da própria empresa. Ao realizar um torneio de judô, seja nos locais indicados pelos clubes ou instituições representativas ou mesmo organizado na sede da emissora, é possível fomentar competições entre os atletas de alto rendimento e, em paralelo, realizar eventos entre *amadores*, com o objetivo de popular o esporte por meio da integração entre o ídolo (atleta e comissão técnica) e o cidadão comum.

A inserção de um maior número de modalidades esportivas durante os noticiários é uma ferramenta relevante à cobertura olímpica, com a periodicidade sendo uma prática observada no planejamento editorial. Cada modalidade ocupa, assim, um espaço significativo na programação, com informações e transmissões regulares. Para isso, é fundamental iniciar um processo de vínculo entre os meios de comunicação e as entidades esportivas, como as federações, confederações, clubes e universidades. Um dos objetivos é o de viabilizar eventos multiesportivos que estimulem a aproximação (e conhecimento) das pessoas para com modalidades desconhecidas ou pouco divulgadas como, por exemplo, o hóquei sobre grama.

A parceria facilita o processo de cobertura diante do conteúdo (o especialista auxilia na interpretação dos dados) e da transmissão (planejamento dos profissionais de mídia). Desta forma, os custos diminuem, sendo possível aos veículos de comunicação, como a televisão e o rádio, disponibilizarem espaços às diversas modalidades que, em contrapartida, conseguem construir / mostrar, com clareza, a dinâmica daquele esporte. É possível, assim, preencher os *vazios* da programação (hoje contemplados por programas reproduzidos internamente - noticiários, debates e entrevistas - reprises e competições de outros países, principalmente Europa e Estados Unidos da América) e, consequentemente, obterem até certa rentabilidade, por meio de patrocínio, inclusive com leis de fomento ao esporte e ao audiovisual.

As AFEs são relevantes neste processo, mas dependem do fortalecimento da relação entre o turismo, a saúde e a educação, sendo ambas inseparáveis na construção da notícia olímpica. Uma pessoa que viaja a lazer e passeia a pé por lugares desconhecidos está contemplada pela cobertura da mesma forma que um torcedor

quando vai ao estádio ou mesmo de um atleta preparando-se para uma competição, porque o ambiente produz uma situação possível de felicidade, de equilíbrio entre o corpo e a alma. Torna-se importante ao jornalista esportivo e olímpico valorizar e encontrar os espaços onde essas atividades são possíveis. Dentro de um quadro de uma competição entre profissionais, é permitido ao jornalista sair do plano (da pauta sobre a arena) fixo e encontrar aspectos que são essenciais para o desenvolvimento e popularização das AFEs.

A **mensagem olímpica** determina a terceira característica da notícia a ser evidenciada pelo jornalista na produção da notícia. Interpreta-se o esporte e a educação física como fatores integrados à sociedade, sem tratar este universo como um mundo *paralelo*, em que os envolvidos são colocados como sujeitos que *podem de tudo*, como burlar o imposto de renda ou mesmo praticar a violência dentro de leis próprias amparadas pelo perdão do Estado ou por interesses do Mercado. Sem desmerecer os atletas / celebridades que conquistaram seus bens com esforço e dedicação, os valores do Olimpismo são outros (excelência, amizade e respeito) e descrevem as personagens do esporte. Esses atletas são exemplos para a construção de uma sociedade digna, cujos símbolos são seus heróis, como revela o professor e pesquisador Pascoal Luiz Tambucci, Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes e diretor do CEPEUSP, ambos na Universidade de São Paulo, e professor da Universidade Paulista (UNIP):

“Às vezes, os sentidos do esporte são constituídos pelo atleta que, visto como herói ou semideus, é fonte de inspiração. Pode-se constatar uma verdadeira veneração pela figura do esportista que, por terem-se destacado em suas respectivas modalidades, tornam-se alvo de atenções” (TAMBUCCI, 2011, p. 669).

## O JORNALISTA OLÍMPICO

Após a colocação dos três elementos é possível detalhar o trabalho do jornalista olímpico dentro de condições que visam desenvolver o esporte e a educação física como valores fundamentais para a consolidação de uma sociedade justa, autônoma e saudável, com pessoas que dão o melhor de si, respeitam o próximo e conduzem a amizade como meio de comunicação. Esta luta é contra aqueles que espalham a mensagem violenta e arbitrária do esporte, quer dizer, quando o mesmo é traduzido como sinônimo de guerra, destruição, poder, dinheiro e, finalmente, pela degradação humana (da morte) .

Os valores olímpicos integram o jornalismo quando são planejamentos e utilizados como instrumentos para o desenvolvimento do esporte e, por conseguinte, da atividade física. O jornalista começa a visualizar a cobertura como um movimento que ultrapassa os limites da divulgação / promoção de eventos (competições). Neste conjunto, o universo das celebridades e da competitividade sem limites cede espaço para a apuração de notícias voltadas ao turismo, à saúde e à educação. A matéria é conduzida pelo esporte, com os atletas e disputas sendo exemplos de cidadania. No bojo desta situação está a luta contra as diversas manifestações de violência, como o *doping*, o racismo e a rivalidade extrema que alimenta o ódio e, assim, a violência entre os competidores, incluindo a torcida.

A essência do trabalho jornalístico é traduzir o esporte como um lugar de paz e de felicidade, que proporciona a integração e a coletividade. Com isso, ampliam-se as praças esportivas para além dos ginásios, campos, parques e piscinas, com as pessoas a observar a casa, o trabalho, a escola, o campo e a rua como locais propícios para exercitar o corpo e a mente.

A mudança no pensamento do jornalista começa ser notada quando o significado de notícia já não está diretamente relacionado ao espetáculo, mas aos valores olímpicos e, consequentemente, ao desenvolvimento da sociedade. Para isso, após a compreensão da notícia esportiva e (agora) olímpica, algumas condições começam a integrar diretamente o trabalho do jornalista, entre elas, a busca pela qualidade, a educação pelo esporte e a valorização da atividade física e das mais variadas modalidades esportivas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A **qualidade da notícia** é a primeira tarefa que será abordada na busca por linhas editoriais que sigam o conceito de jornalismo olímpico. É muito comum observar que os noticiários esportivos, geralmente, abordam informações sobre a preparação, o resultado e a repercussão de determinado evento esportivo. Neste âmbito, o resultado é o eixo temático da notícia que possui o maior grau de interesse do público.

*Quem ganhou ou perdeu?* é a questão preferida dos interessados em esportes. A reação é instantânea, sendo o ponto de partida para uma possível mudança de comportamento do público. Certa agitação baseada no sentimento de orgulho (vitória) ou frustração (derrota) impera sobre a vida do torcedor. O costume de acompanhar os resultados pela mídia tornou-se uma rotina e integra o cotidiano de muitos grupos.

A mudança de comportamento do público é uma tarefa complicada, que dependerá da preparação, da coragem e da coerência do jornalista. O ângulo da matéria passará a ser focalizado na valorização do esporte e do olimpismo e não somente no resultado. A pauta será trabalhada com o exercício de conduzir as AFEs pelos valores integrados ao cotidiano social, da mesma maneira de como é desenvolvida a pauta sobre o resultado (na rotina atual das redações). Desta forma, será possível acostumar as pessoas a acompanharem os noticiários como meio de aprender a se exercitar ou mesmo praticar e conhecer determinada modalidade esportiva.

A diferença é que a saúde, a educação e o lazer determinarão o ângulo da matéria, sendo possível atingir o público / cidadão que poderá, desta forma, aprender e ensinar uma nova prática física ou esportiva e, é claro, produzir discussões sobre o melhor método ou condição de preparação.

A sanção é observada na execução das tarefas, ou seja, se aquela mensagem foi assimilada por ambos (o transmissor e o receptor), fato que é comprovado quando o indivíduo transmite uma informação correta, acompanha e interpreta o noticiário ou mesmo pratica determinada modalidade ou atividade física e esportiva.

A trajetória para atingir um patamar de qualidade começa com a seleção das matérias a serem abordadas pela equipe de jornalismo. É uma tarefa difícil já que o atual modelo (preparação, resultado e repercussão) privilegia o universo (celebridades e eventos) do futebol e de algumas modalidades consideradas midiáticas. Além disso, esse critério já está incorporado na mentalidade dos jornalistas e do público. A seleção das notícias no jornalismo olímpico não despreza o atual modelo, mas modifica o seu perfil, com a incorporação de temas relacionados à diversidade esportiva, ou seja, com a mudança de foco para divulgação / popularização do esporte e da educação física, sem desprezar as modalidades atualmente privilegiadas, como o futebol. Os espaços dos meios de comunicação passam a contar ainda com informações detalhadas sobre modalidades antes desconhecidas, assim como revelam as atividades físicas consideradas de fácil acesso e prática.

As reportagens também relacionam os detalhes sobre os benefícios das AFEs à prevenção de doenças e à construção da cidadania, entre outras mensagens, que são reforçadas pelos esportistas, incluindo as celebridades, ou mesmo reforçadas nos eventos, durante as coberturas.

**A educação pelo esporte** é a segunda condição a ser implantada nas coberturas olímpicas. Se você tratar uma pessoa com educação, a resposta é recíproca. No

jornalismo olímpico, o respeito e a amizade traduzem a excelência, ou seja, durante as competições são estabelecidos determinados pilares que mantém a integridade física e psíquica dos protagonistas (companheiro, adversário, árbitro, entre outros), fazendo do *fair play* (jogo limpo) torna-se um elemento do esporte. O voleibol e o tênis demonstram certa cordialidade quando os atletas se cumprimentam no início e ao final das partidas. O mesmo acontece quando, após uma falta no futebol, o infrator auxilia o adversário a se levantar.

*Saber perder* é uma frase popular entre os esportistas. A história demonstra, aos vencidos e vencedores, que a maior glória é a conquista da credibilidade e do respeito, sendo o resultado fruto de trabalho, ou mais, do mérito. Aquele que menospreza o adversário com atitudes indignas como uma cusparada, brigas, xingamentos, doping, entre outras, como a humilhação pública por meio de entrevistas que exaltam o poder econômico ou político, é combatido pelo jornalista olímpico com o direito de resposta invertido, ou seja, somente para o pedido de desculpas, sendo esta atitude traduzida como exemplo de um erro a ser consertado.

O esporte ensina que as chances são iguais para os competidores, sendo a vitória apenas a condição final. Se sua equipe e / ou atleta preferido sofrem uma derrota, não há necessidade de se revoltar contra o adversário, descontando a sua raiva por meio de atitudes violentas e indignas, como acontece com os *hooligans* em vários países, em especial da Europa. Notícias como essas alertam sobre o lado trágico do esporte imitando a vida. Ensina-se que o cotidiano da vida repete as mesmas situações, com os cidadãos lutando por espaços no trabalho, no estudo e em diversas situações.

A busca pelo emprego ou por um lugar na universidade demonstra que a competição é uma constante que precisa ser pensada como um momento saudável, sendo o resultado consequência do esforço e do talento. Se existirem obstáculos, como o benefício de um dos competidores por meio de uma atitude ilegal ou imoral, o resultado será tratado com desconfiança e descrédito, sendo o beneficiário marcado pela indignidade.

A pauta conduz o processo da educação pelo esporte e, por isso, cabe ao jornalista mesclar o princípio olímpico com a tendência atual da preferência pelo espetáculo. Ao público, surge a oportunidade de se exercitar em duas frentes: primeiro pela possibilidade de conhecer novos horizontes para a vida diária, por meio dos ensinamentos do esporte e do olimpismo, e segundo pela manutenção dos princípios da sua cultura, revelada pela possibilidade do entretenimento pelo *hobby* de acompanhar as

modalidades, em especial o futebol, seja como torcedor ou apaixonado pelo esporte. Ou seja, o jornalismo olímpico transforma e não destrói o atual modelo de cobertura esportiva.

**A valorização da atividade física e das mais variadas modalidades esportivas** é a característica que desvenda as duas primeiras, ou seja, a relação entre a qualidade da notícia e a educação pelo esporte. Neste momento, o jornalista coloca em prática o planejamento a ser utilizado no jornal, se olímpico ou se seguirá apenas a atual tendência comercial limitada à promoção de eventos.

Se o *importante é competir*, o jornalista olímpico estimula as pessoas às AFEs por meio de notícias sustentáveis, que fomentem os ideais do espírito olímpico. O espetáculo integra este processo, com os ídolos e as competições sendo um incentivo para o cidadão comum. Porém, é essencial manter o equilíbrio da notícia, sem exageros diante das celebridades e dos eventos, principalmente pelo fato de existirem interesses políticos e econômicos.

Existem casos explícitos de sensacionalismo, como observado nos noticiários que ocupam parte de seu tempo / espaço na cobertura dos clubes de futebol. Os repórteres preenchem os buracos com notícias vazias e repetitivas, semelhante ao que acontece nas colunas sociais. Transformam momentos que poderiam ser utilizados em prol do esporte e da sociedade em um universo paralelo de superficialidades cuja função é apenas o espetáculo midiático. (HELAL, 1997).

Ampliar o trabalho jornalístico é alimentar o jornal com uma diversidade de matérias relacionadas às modalidades (não e para) olímpicas e às AFEs. São informações que valorizaram a qualidade de vida, com as notícias a revelar os momentos, os lugares e as pessoas, criando uma cultura pelo esporte semelhante ao gosto e às necessidades advindas do trabalho e do estudo.

Uma matéria olímpica amplia o meio esportivo, antes limitado apenas às competições entre profissionais. Ao transmitir uma partida de futebol, é possível observar os arredores dos estádios e encontrar praças e / ou esportistas. O repórter descobre se é permitido utilizar a parte interna e externa do estádio, se os cidadãos se exercitarem por meio de caminhadas ou corridas no entorno do campo de jogo, se o local possui piscina e quadras mesmo que para brincadeiras, ou mesmo se o estádio, por meio de seus administradores, possuem programas, se possível gratuitos, direcionados ao público em geral.

O lazer e, por consequência, o turismo também estão integrados ao jornalismo olímpico. O contato com trilhas ou cachoeiras em áreas rurais / ambientais, como parques e fazendas, determina a possibilidade de se movimentar por meio de caminhadas e natação. O mesmo ocorre quando se encontram espaços para a recreação em hotéis, pousadas, *resorts* e demais locais de dormitório. Uma piscina, uma pista de dança, entre outras formas de lazer pelo esporte oferece a oportunidade de se divertir sozinho ou em grupo. Uma partida de Biribol<sup>2</sup>, longas horas a dançar e cantar ou mesmo a integração oferecidas pelo hotel, como jogos e brincadeiras, são exemplos de que as AFEs podem e estão integradas ao cotidiano das pessoas.

No jornalismo olímpico, não há diferença de tratamento entre os esportistas, como era antes com a separação entre profissionais e amadores, com as qualidades de ambos sendo exibidas na matéria. Os atletas de alta performance, assim como os cidadãos que fazem ginástica no parque próximo de casa ou mesmo os expectadores que acompanham o noticiário e a programação esportiva, merecem a mesma atenção, porque integram o grupo que alimentará o espírito olímpico. Os valores do esporte são transmitidos para quem pratica e / ou assiste, sem preconceitos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BOURDIEU, P. *Sobre a televisão (seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CHANG, F. “Jornalismo Olímpico”. In DA COSTA, L.; HATZIDAKIS, J. *Estudos olímpicos 2011*. Revista Coletânea de Textos. São Paulo: UNIBAN, 2001. Disponível em [http://www.cob.org.br/pesquisa\\_estudo/academia.todos\\_artigos.asp](http://www.cob.org.br/pesquisa_estudo/academia.todos_artigos.asp)

COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO. *Olimpismo - suas origens e ideais*. RJ: COB, 2010. Disponível em [http://www.cob.org.br/movimento\\_olimpico/olimpismo.asp](http://www.cob.org.br/movimento_olimpico/olimpismo.asp)

HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1997.

---

<sup>2</sup> [www.biribol.com](http://www.biribol.com) Acesso em 05 de março de 2013.

MARQUES, José Carlos; CARVALHO TOLEDO, Vera Regina & CARVALHO, Sérgio. (Orgs.) *Comunicação e esporte – tendências*. Santa Maria: Pallotti, 2005.

ROCCO JÚNIOR, Ary José *Marketing e Gestão Esportiva*. São Paulo: Atlas, 2012.

TAMBUCCI, Paschoal Luiz. *Marketing Esportivo*. IN HIGUCHI, Mitsuru. *Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações*. São Paulo: Saraiva, 2011.

TUBINO, M. *O que é olimpismo*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

## **INTERNET**

[www.biribol.com](http://www.biribol.com)

[www.hoqueisobregrama.com.br](http://www.hoqueisobregrama.com.br)

[www.cob.org.br](http://www.cob.org.br)