

## Eventos Esportivos: a repercussão midiática dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro – Brasil

### Sporting events: the media repercussion of 2016 Olympic Games in Rio de Janeiro - Brazil

Mirella Arruda Pessoa<sup>1</sup>

Paulo Rogério Tarsitano<sup>2</sup>

#### Resumo

Pesquisa sobre a repercussão midiática dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro - Brasil. Foram estudadas as notícias divulgadas pela mídia ainda na fase pré-evento. Para tanto, elegeu-se o jornal O Globo, terceiro maior jornal em circulação no Brasil. Buscaram-se as notícias *online* do periódico que tivessem como palavras-chaves as expressões: jogos e olímpicos. A seleção das matérias restringiu-se à editoria Rio de Janeiro, tendo como critérios: a atualidade e a cronologia. Viu-se que existe uma predominância nas abordagens midiáticas: as alterações que o Rio de Janeiro vem sofrendo em virtude dos Jogos Olímpicos. Este estudo mostra-se o início de uma análise que verificará, em fase posterior, a repercussão midiática no momento da efetiva realização dos Jogos na cidade e no momento pós-olímpico na busca de entender os eventos esportivos como importantes estratégias comunicacionais da pós-modernidade.

Palavras chave: Eventos Esportivos; Mídia; Jogos Olímpicos; Rio de Janeiro/Brasil.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Possui graduação em Direito pela Universidade de Fortaleza (2005) e graduação em Comunicação Social - Jornalismo - pela Universidade Federal do Ceará (2005), com especialização em Assessoria de Comunicação pela Universidade de Fortaleza (2008). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. E-mail: [mirella.arruda@gmail.com](mailto:mirella.arruda@gmail.com).

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, atualmente é professor do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo e membro da Diretoria Executiva da Associação dos Profissionais de Propaganda. E-mail: [paulo.tarsitano@metodista.br](mailto:paulo.tarsitano@metodista.br)

## **Abstract**

Research on the impact of the media in the 2016 Olympic Games, in Rio de Janeiro - Brazil. We studied the reports in the media in the pre-event phase. We chose O Globo, the third largest newspaper in circulation in Brazil. We sought news online journal that had as keywords the expressions Games and Olympics. The selection of subjects was restricted to editorial Rio de Janeiro, having as criteria: timeliness and chronology. We have seen that there is predominance in the media approaches: the changes that Rio de Janeiro has been suffering because of the Olympics. This study shows the beginning of an analysis that will check in later stage, the repercussion in the media of the realization of the Games in the city and in the post-Olympic in seeking to understand the major sporting events such as communication strategies of postmodernity.

Keywords: Events; Sports; Media; Olympic Games; Rio de Janeiro/Brasil.

## **Introdução**

Há se saber aproveitar esse “gancho” jornalístico perfeito que é o evento (ZOBARAN, 2010, p.33).

A tendência do ser humano ao agrupamento não é privilégio da atualidade. Desde a antiguidade, o homem tem mostrado seu caráter social, extremamente voltado aos festejos e às celebrações, ou seja, aos eventos. “Guerras, comemorações, ciclos da natureza, tudo proporcionava ocasiões de eventos capazes de cumprir os anseios dos homens de se sentirem ligados ao seu passado, ao futuro e ao divino e capazes de transcender a dureza do dia a dia” (CAMARGO; BARBOSA, 2004, p.45-46).

Em uma crescente desde a antiguidade, os eventos têm assumido importância cada vez maior sendo capazes de promover momentos de integração e, além disso, gerar notícias. Desta opinião compactuam Gutierrez Fortes e Mariângela Silva (2011, p.35-36):

É difícil imaginar um dia sem eventos. Eles constituem a mais nova mídia atuante em nosso meio. Tornaram-se estratégias de comunicação ligadas a produtos e marcas de todos os tipos. Mobilizam a opinião pública, geram polêmica, criam fatos, tornam-se acontecimentos e despertam emoções.

O evento possui, portanto, um caráter eminentemente aproximativo, dialógico e midiático. Aproximativo, pela interação que promove entre as pessoas, já que são capazes de unir grupos dos mais distintos em torno de um tema comum. Dialógico, pois incentivam a conversação, criando emoções e sentimentos comuns de pertencimento e, por fim, midiáticos, já que os eventos são tidos

como fatos geradores de notícias, que repercutem informações em relação à instituição que os organiza e a cidade que os abriga.

Os eventos são gerados, portanto, com o fim precípuo da comunicação. Buscam a formação de opinião pública e a repercussão, sendo um fato que desperta a atenção do público. Seguindo este entendimento, Gilda Meirelles (2003, p.25) lança seu conceito sobre o termo, enfatizando o caráter comunicacional que possui:

Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas por meio de um acontecimento previamente planejado a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

O conceito trazido mostra-se amplo na tentativa de abranger a grande quantidade tipológica que os eventos possuem. São concursos, exposições, palestras, cursos, congressos, feiras, conferências e shows. Além deles, há que se citar os eventos esportivos, mais precisamente os Jogos Olímpicos, os quais serão estudados e analisados neste estudo.

## **Os Jogos Olímpicos**

Quem vencer em Olímpia gozará pelo resto da vida de uma calma doce como o mel – Píndaro, poeta dos Jogos Olímpicos (CAMARGO; BARBOSA, 2004, p.53).

Os Jogos Olímpicos são considerados pelos estudiosos como os primeiros registros de eventos da antiguidade, sendo datados de 776 a.c., na Era Antiga. Este tipo de evento acontecia, em seus primórdios, na Grécia de quatro em quatro anos e possuía um caráter ligado à religiosidade. No período em que estavam ocorrendo, as guerras eram suspensas, estabelecia-se uma trégua e nenhum combate acontecia.

Diz Matias (2010, p.3) que foi a partir dos Jogos Olímpicos que se iniciou a preocupação das cidades em termos do provimento de uma estrutura adequada e de fornecimento de meios que proporcionassem o bem-estar daqueles que seriam recebidos. Pode-se dizer, portanto, que a antiguidade contribuiu para o embrião dos eventos que temos hoje em dia. “Foi a partir dos Jogos Olímpicos que o espírito da hospitalidade desenvolveu-se. Conta a história que Zeus disfarçava-se

de participante das reuniões e que as vilas recebiam muito bem estes participantes, porque entre eles poderia estar o deus”.

O sucesso dos Jogos Olímpicos extrapolou, desde então, os limites da Grécia e fez com que outras cidades passassem a ter interesse em sediá-los, fato que ocorre ainda nos dias atuais. Meirelles (2003, p.30) ensina que este interesse deve-se ao fato de que as olimpíadas atualmente: “representam uma fonte de recursos para o país promotor, incrementando o turismo, o transporte, a hotelaria e o setor de prestação de serviços, como a comunicação, a segurança, o setor médico hospitalar, dentre outros”. Com estes benefícios, os eventos olímpicos foram se transformando em objetos de desejo, disputados acirradamente por cidades de todo o mundo.

### **O Rio de Janeiro e sua candidatura como cidade-sede**

O Rio de Janeiro é, desde os tempos em que a corte portuguesa por aqui se instalou e fincou suas bases, protagonista de histórias, causos e curiosidades, folhetins e pensamentos; repleto de artistas e de figuras do anonimato urbano (STRZODA, 2010, p.11).

O projeto de ter o Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos não é atual. Fazendo uma breve retrospectiva, pode-se dizer que desde 2003, ano em que se iniciou o processo de registro das cidades interessadas em sediar os Jogos Olímpicos ainda de 2012, o Rio de Janeiro já se colocava à disposição para abrigar este grande evento esportivo. A cidade não conseguiu ascender na fase internacional e, sendo assim, a escolhida foi Londres, que abrigou os jogos de 2012.

Para as Olimpíadas de 2016, houve uma nova candidatura do Rio de Janeiro. Concorreram à sede dos Jogos Olímpicos deste ano as cidades de: Tóquio (Japão), Madrid (Espanha), Chicago (EUA) e Rio de Janeiro (Brasil). Em 2 de outubro de 2009, veio a resposta definitiva e o Rio foi eleita a cidade-sede das Olimpíadas de 2016, derrotando por 66 votos a 32 a cidade de Madrid .

Os Jogos Olímpicos têm apresentado, desta forma, uma proporção cada vez maior, transformando-se num evento extremamente importante e rentável para a cidade que o abriga. “A cidade de Atenas sediou a primeira versão dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, que hoje se tornou um evento milionário, no qual, além de atletas e países, companhias ligadas ao esporte competem pela supremacia mundial” (MATIAS, 2010, p.25).

Depois de Atenas, em 1896 e novamente em 2004, várias outras cidades abrigaram os Jogos Olímpicos, algumas inclusive mais de uma vez. Dentre estas cidades estão de acordo com Matias (2010, p. 26): Paris (1900 e 1924), St. Louis (1904), Londres (1908, 1948 e 2012), Estocolmo (1912), Antuérpia (1920), Amsterdã (1928), Los Angeles (1932 e 1984), Berlim (1936), Helsinque (1952), Melbourne (1956), Roma (1960), Tóquio (1964), México (1968), Munique (1972), Montreal (1976), Moscou (1980), Seul (1988), Barcelona (1992), Atlanta (1996), Sydney (2000), Pequim (2008) e, finalmente, Rio de Janeiro (2016).

Para tanto, as cidades mostraram investimentos em estádios, ginásios, vilas olímpicas, transporte, segurança, entre outros. Tudo para receber atletas, equipes, torcedores e imprensa do mundo inteiro. No Rio de Janeiro, está realidade não é diferente. Construções e investimentos estão sendo feitos e acompanhados pelo olhar da mídia, que tem feito seu registro sobre as alterações nos ambientes da cidade.

### **A repercussão dos eventos nas cidades**

Os maiores eventos do mundo são esportivos e cada vez mais a grandiosidade está presente em suas ações (MACEDO, 2012, p.106).

Resta claro que as cidades são o grande palco para que os eventos ocorram. É nelas que se desenvolverão todas as atividades do evento e é sobre elas que se gerará grande parte da repercussão midiática. Diante disso, é necessário que estejam preparadas. A atual conjuntura do mundo pós-moderno exige das cidades não somente espaços que possibilitem a realização de eventos, mas, mais do que isso, exigem toda uma infraestrutura logística e operacional para abrigar estes acontecimentos. “Os avanços tecnológicos dos transportes, da hotelaria, da comunicação e da comercialização de forma geral, dos bens e serviços turísticos e da cidade como um todo foram os grandes estimuladores do turismo e do turismo de eventos” (CANTON, 2002, p.87).

Para se garantir o bom desenvolvimento do evento na cidade acolhedora, deve-se pensar então na eficiência, na qualidade e no grau de especialização de seus produtos e serviços. Desta forma, são necessários recursos humanos qualificados, tecnologia disponível, capacidade técnica e estratégias de comunicação e marketing adequadas. Nota-se, assim, que os eventos tornam-se

impulsionados por toda a infraestrutura gerada e ao mesmo tempo impulsionadores, responsáveis em grande parte pelo crescimento e desenvolvimento das cidades.

As redes hoteleiras há muito já perceberam o potencial dos eventos como agentes econômicos. Tanto que redes como Holliday Inn, Sheraton, Hilton e Marriot já apresentam instalações funcionais específicas para abrigar eventos. “Percebemos hoje que muitas cidades brasileiras estão despertando para esse novo nicho de mercado, que dia a dia se destaca mais, em decorrência da grande receita que deixa na localidade receptora do evento” (CANTON, 2002, p.88).

Os eventos vêm abrindo, portanto, novas perspectivas de investimentos, no entanto, os consumidores destes produtos e serviços têm se mostrado cada vez mais seletivos. Por isso, parece ser fundamental estabelecer conexões físicas e emocionais entre público, cidade e evento, principalmente em eventos esportivos. “O esporte por si só consegue conglomerar muitas emoções. Nos eventos esportivos, estas sensações afloram espontaneamente ou podem ser estimuladas compondo toda uma atmosfera cênica” (MACEDO, 2012, p.97).

Há que se concordar com Macedo em relação à formação deste ambiente dentro da cidade para abrigar o evento e torná-lo o mais agradável possível, estimulando as emoções. No entanto, não se pode extrapolar esta chamada ‘atmosfera cênica’ e se pensar na cidade somente como um palco temporário para um determinado evento. A sociedade deve participar e se beneficiar dos resultados sociais e econômicos decorrentes do evento promovido disfrutando dos benefícios de ser cidade-sede. “A política de eventos deve mobilizar os valores sociais autênticos da localidade, a fim de que estes sejam sustentáveis e permanentes” (CANTON, 2012, p.95).

É imprescindível, portanto, que os eventos representem efetivamente um investimento positivo para as cidades que os abrigam e para seu povo. Tais fatos seguramente serão repercutidos na mídia, que deverá apresentar à sociedade os prós e os contras de ser uma cidade-sede.

## **O duplo espetáculo**

No jogo esportivo, o campeão, corredor de cem metros ou atleta do decatlo, é apenas o sujeito aparente de um espetáculo que é produzido (BOURDIEU, 1997, p.127).

Não há como fugir, desta forma, da tendência dos megaeventos esportivos nas cidades. Alguns autores, no entanto, mostram uma visão bastante crítica e questionam os números astronômicos aos quais os eventos têm chegado, apontando-os como acontecimentos de uma espetacularização desmedida seja pelos estádios repletos de recursos eletrônicos, pela quantidade exacerbada de pessoas envolvidas ou pelo imenso aparecimento na mídia. O evento teria se convertido, desta forma, em um espetáculo sem limites. Autores como Macedo (2012, p.110) entendem a importância dos eventos, mas também questionam seu papel muitas vezes espetacularizado:

Hoje, com as mídias sociais, os eventos são acompanhados *on time* dentro e fora das arenas esportivas, tornando assim o evento, mais do que assistido – discutido, comentado, criticado e com uma infinidade de desdobramentos. Com tudo isso, a abrangência dos eventos esportivos, muitas vezes, foge ao controle.

Fala-se então do poder que o evento possui enquanto aglutinador de pessoas e, além disso, da potencialização deste poder pela mídia. Pierre Bourdieu (1997) também evidencia tal espetacularização. Segundo ele, os eventos podem ser vistos em duas esferas de aparição bem distintas, gerando um duplo espetáculo. A primeira é caracterizada pelo que de fato ocorre, pela manifestação real, isto é, pelo espetáculo propriamente esportivo. O evento, desta forma, é visto como o “confronto de atletas vindos de todo o universo que se realiza sob signo de ideais universalistas, e um ritual com forte coloração nacional, senão nacionalista, desfile por equipes nacionais, entrega de medalhas com bandeiras e hinos nacionais” (BOURDIEU, 1997, p.123).

Por outro lado, há também, segundo Bourdieu (1997), um referencial oculto em relação ao evento. Trata-se de um conjunto de representações de um verdadeiro espetáculo filmado e divulgado pelas televisões. “Cada telespectador tem a ilusão de ver o espetáculo olímpico em sua verdade” (BOURDIEU, 1997, p.123). Na verdade, o que ocorre segundo o autor é que cada veículo de comunicação dá mais espaço a um atleta ou a uma prática esportiva quanto mais eles forem capazes de satisfazer o orgulho da nação.

A representação televisiva e da mídia em geral transformaria o evento esportivo em um confronto entre campeões de diferentes nações. Para Bourdieu (1997, p.124), há uma “construção social do espetáculo olímpico, das próprias competições, mas também de todas as manifestações de que elas são cercadas, como os desfiles de abertura e de encerramento”. O evento esportivo torna-se, segundo esta visão, um mero produto comercial, que obedece à lógica de mercado e deve ser concebido de forma a atingir e prender o mais duradouramente possível o público.

## **As notícias sobre os Jogos Olímpicos**

O Rio de Janeiro vive, atualmente, a fase pré-olímpica. Os jogos acontecerão somente em 2016, mas a cidade já se prepara para receber um evento de repercussão mundial. Esta pesquisa se pauta, desta forma, no momento pré-olímpico, porém deve ter prosseguimento, no futuro, de modo a averiguar também as pautas a serem geradas no momento em que as Olimpíadas estiverem ocorrendo na cidade e ainda no momento posterior ao evento no Rio de Janeiro.

Atualmente, e, portanto na fase pré-evento, se vê uma atuação forte da mídia em relação aos Jogos Olímpicos. Inúmeras matérias vêm sendo feitas, reforçando a ideia do evento como gerador de notícias. São estas notícias que serão analisadas neste estudo, porém, como sua gama é enorme, foi feita uma seleção para que se viabilizasse a análise.

Como metodologia, então, foi escolhido o seguinte procedimento: levou-se em conta o Jornal O Globo, periódico que, segundo avaliação da Associação Nacional de Jornais (<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>), figura como o terceiro maior jornal em circulação do Brasil, ficando atrás apenas do Folha de São Paulo, de São Paulo, e do Super Notícia, de Minas Gerais.

Pensando, então, na visibilidade e na penetração do Globo na cidade do Rio de Janeiro resolveu-se usá-lo para esta análise. Desta forma, foi feita uma investigação no sistema de buscas de notícias *online* do periódico com as palavras ‘jogos’ e ‘olímpicos’. Como forma de delimitar a pesquisa, a busca foi restrita a editoria Rio de Janeiro, que traz as notícias que afetam a cidade.

Tal pesquisa foi feita no dia 10 de julho e, para se selecionar as matérias a serem estudadas, usou-se de dois critérios: primeiro a atualidade, momento em que se resolveu analisar as notícias referentes ao mês de julho, já que eram as matérias mais atuais que constavam no site à época em que a pesquisa foi elaborada e, além disso, para filtrar ainda mais as matérias a serem estudadas, foi utilizado o critério cronológico em que foram selecionadas para o estudo as cinco primeiras notícias elencadas pelo sistema de buscas *online* do periódico.

Como resultado, então, se chegou as seguintes matérias: 1-‘Revitalização da Lagoa de Jacarepaguá é possível’; 2-‘Paes: Vila Autódromo não será removida sem negociação’; 3-‘Despoluição feita em Sidney virou marco dos Jogos Olímpicos’; 4-‘Jogos Olímpicos despejam clube de aviação’ e 5-‘Passeata pacífica reuniu 5 mil na Tijuca’.

Durante a análise dos dados, percebeu-se que a matéria 3: ‘Despoluição feita em Sidney virou marco dos Jogos Olímpicos’, não fazia referência às Olimpíadas de 2016, mas sim às melhorias geradas pelas Olimpíadas de Sidney, em 2000, razão pela qual esta matéria foi excluída, restando para a análise as notícias que faziam referência às Olimpíadas que serão sediadas pelo Brasil em 2016. Assim, chegou-se as quatro matérias seguintes:

- Matéria 1: ‘Revitalização da Lagoa de Jacarepaguá é possível’
- Matéria 2: ‘Paes: Vila Autódromo não será removida sem negociação’
- Matéria 3: ‘Jogos Olímpicos despejam clube de aviação’
- Matéria 4: ‘Passeata pacífica reuniu 5 mil na Tijuca’

Resta claro, verificando apenas os títulos das matérias, que há um tema predominante: as alterações que a cidade do Rio de Janeiro vem realizando para abrigar os Jogos Olímpicos. Esta parece ser a temática predominante na mídia na fase pré-olímpica que vive o Rio de Janeiro.

Na primeira matéria, o foco é para a revitalização da Lagoa de Jacarepaguá, área muito próxima ao complexo olímpico e que vem sofrendo com a degradação ambiental. Já no título, a mensagem que se tem é que é possível recuperá-la até 2016, época em que ocorrerão as Olimpíadas nas suas proximidades.

Na segunda matéria, o foco também é uma alteração sofrida pela cidade em virtude dos jogos. Uma declaração do prefeito Eduardo Paes figura como título, afirmando que os moradores da Vila Autódromo, área que fica ao lado do futuro Parque Olímpico (principal complexo esportivo a ser construído para 2016), não serão removidos sem negociação.

Na terceira matéria, o título também traz os Jogos Olímpicos como modificadores da cidade do Rio de Janeiro. O Clube Esportivo de Voo teria que ser desalojado em função das obras do Parque Olímpico, segundo a matéria. Mais uma alteração na cidade como foco da mídia no período pré-olímpico.

A quarta e última matéria não faz menção aos Jogos em seu título, mas aborda um passeata feita no bairro da Tijuca que tinha como uma das reivindicações o fim das remoções de comunidades em nome dos Jogos Olímpicos de 2016. Mais uma vez, as Olimpíadas são tratadas como modificadoras e remodeladoras do ambiente da cidade, sendo impulsionadoras de mudanças.

Passando a análise do texto das matérias escolhidas, vê-se, na matéria 1, dois trechos que fazem referência expressa às Olimpíadas de 2016: “A grande expectativa é a recuperação das

margens no entorno do complexo olímpico” e “Os recursos necessários para estas intervenções ambientais estão aí; temos que aproveitar até 2016. Meu medo é que depois dos Jogos Olímpicos, a vontade política suma”.

A matéria é, na verdade, uma entrevista com o biólogo Mário Moscatelli, que trabalha no projeto de limpeza da Lagoa e diz que é possível reverter a degradação ambiental da área. Fazendo referência às Olimpíadas, Mário diz que apesar da Lagoa ter sofrido um processo de degradação que dura mais de 20 anos, ainda há condições de reconstituição. Ele afirma que a expectativa é a recuperação das margens no entorno do complexo olímpico e ainda que os recursos necessários estão disponíveis. “Meu medo é que, depois dos Jogos Olímpicos, a vontade política suma” (<http://oglobo.globo.com/bairros/revitalizacao-da-lagoa-de-jacarepagua-possivel-8885469>).

A mídia enfatiza, portanto, nesta matéria, o espaço do Rio de Janeiro sendo modificado para conter a degradação ambiental, o que se mostra bastante benéfico para toda a população. No entanto, o tom da entrevista, que fala em vontade política, deixa claro que muito provavelmente se a obra não ocorrer até a realização dos jogos, não será mais uma prioridade dos governantes. O evento olímpico mostra-se, portanto, como um importante impulsionador de mudanças no ambiente da cidade e a mídia repercute tal papel em suas páginas.

Já a segunda matéria analisada, faz referência a uma entrevista concedida pelo Prefeito Eduardo Paes em que ele afirma que os moradores da Vila Autódromo não serão removidos da área sem negociação. Esta matéria (<http://oglobo.globo.com/rio/paes-vila-autodromo-nao-sera-removida-sem-negociacao-8897353>) traz três trechos fazendo referência às Olimpíadas, são eles: ‘A favela Vila Autódromo fica ao lado do futuro Parque Olímpico, principal complexo esportivo a ser construído para 2016’; ‘A remoção da Vila Autódromo é a única desapropriação prevista para os Jogos Olímpicos’ e ‘É o povo que vai usar o BRT, não as Olimpíadas’.

Na abordagem da mídia, portanto, mais uma alteração da cidade é retratada. Muito se questiona a forma que acontecem estas alterações. No caso em tela, as pessoas desta localidade serão removidas para condomínios do programa Minha Casa, Minha Vida, mas muitas não aceitam bem a mudança do local em que já vivem.

A política de eventos como uma modificadora dos espaços das cidades deve mobilizar, portanto, os valores sociais da localidade, a fim de que estes sejam sustentáveis e permanentes. Assim também entende Canton (2002, p.95), afirmando que o evento não pode ser visto como um

fenômeno desconexo, mas sim como um momento para que “a sociedade participe e se beneficie dos resultados sociais e econômicos decorrentes”.

Na terceira matéria, também um impasse vivido em virtude dos Jogos Olímpicos de 2016. O *lead* da notícia traz um tom irônico logo em seu início, dizendo: “no meio do caminho das olimpíadas, há um clube de aviação” (<http://oglobo.globo.com/rio/jogos-olimpicos-despejam-clube-de-aviacao-8867916>). De acordo com o jornal, o clube, localizado há mais de 30 anos na Avenida Embaixador Abelardo Bueno, em Jacarepaguá, está prestes a ser desalojado em função das obras do Parque Olímpico. É importante perceber que os Jogos são apontados como os grandes responsáveis pelo desalojamento, maculando o que já existia e funcionava há tempos na cidade.

Ainda segundo o jornal, a saída do clube de aviação foi negociada desde 2011, mas o que os dirigentes afirmam que a indenização ainda não foi paga pela Prefeitura e que, por isso, eles não podem se deslocar para outro espaço. Quatro trechos fazem referência às Olimpíadas relacionando-as ao problema: ‘Jogos Olímpicos despejam clube de aviação’ (título da matéria); ‘No meio do caminho das Olimpíadas, há um Clube de Aviação’ (primeira frase do lead); ‘O Clube Esportivo de Voo (CEU) está prestes a ser desalojado em função das obras do Parque Olímpico’ e ‘Em janeiro de 2011, a Prefeitura fez uma parceria público-privada com o consórcio Rio Mais, das empresas Odebrech, Andrade Gutierrez e Carvalho Rosken, para a construção do Parque Olímpico’.

A matéria apresenta, portanto, os Jogos como grandes desalojadores do Clube de Aviação, trazendo o evento como um vilão. Mais uma vez é importante ressaltar que é fundamental que o evento, e com os jogos olímpicos isto não é diferente, represente um investimento positivo para a cidade e para a sua população, caso contrário não poderiam fazer jus a sua característica de impulsionador de mudanças.

Deve-se ressaltar também que as abordagens trazidas pelo jornal acabam gerando um descrédito em relação ao evento, podendo gerar, inclusive, uma repercussão negativa para a cidade. Pode-se acabar maculando a imagem do Rio de Janeiro pela possível falta de capacidade de receber grandes eventos sem interferir nos espaços já ocupados por seus cidadãos.

Na quarta, e última matéria, faz-se referência à passeata que reuniu cinco mil pessoas na Tijuca e teve como um dos alvos as Olimpíadas. Os manifestantes questionavam a falta de habilidade da Prefeitura, que tem promovido, segundo a matéria, ‘remoções de comunidades em nome da Copa e dos Jogos Olímpicos de 2016’. Mais uma vez, a abordagem da mídia em relação ao

evento mostra-se negativa, já que o conecta à retirada de famílias pobres que já ocupavam a área antes da realização do evento.

É bem verdade que a matéria traz uma conexão com os Jogos e a manifestação de maneira tímida, citando-a em apenas um trecho (<http://oglobo.globo.com/rio/passeata-pacifica-reuniu-5-mil-na-tijuca-8862193>): ‘Os manifestantes reivindicavam o fim das remoções de comunidades em nome da Copa e dos Jogos Olímpicos de 2016’. O entendimento que gera aos leitores é o de que as manifestações do grupo são as mais variadas e que as remoções ligadas às Olimpíadas são apenas um dos pontos de manifestação.

## **Conclusões**

Os eventos fazem parte do dia a dia da sociedade pós-moderna. Possuem um caráter dialógico, aproximativo e midiático. Despertam a atenção do público, promovendo a interação, a conversação e a repercussão pública. Dentro deste panorama estão os Jogos Olímpicos, registrados como os primeiros eventos da atualidade. Desde suas primeiras edições, já se demonstrava a preocupação das cidades-sedes com infraestrutura e bem-estar dos participantes.

O Rio de Janeiro disputou acirradamente com outras cidades do mundo o título de sede dos Jogos de 2016. Para tanto, a cidade teve que mostrar que seria capaz de abrigar o evento, investindo em estádios, ginásios, vilas olímpicas, ou seja, em infraestrutura. Estas construções e investimentos intervieram nos espaços e na paisagem da cidade. Este evento tem se mostrado, desde logo, impulsionado e, ao mesmo tempo, impulsionador do desenvolvimento da cidade que o acolhe.

Muitos estudiosos, como Pierre Bourdieu (1997), têm admitido a tendência da contemporaneidade à realização de megaeventos esportivos. No entanto, segundo ele, tem ocorrido uma espetacularização exacerbada. Os eventos têm se convertido, segundo sua visão, em produtos comerciais, sujeitos às necessidades da mídia em obter audiência e, mais do que isso, sujeitos à lógica de mercado das grandes marcas que desejam atingir seus públicos e vender seus produtos.

Além da discussão teórica, apresentou-se as notícias divulgadas pela mídia sobre o evento olímpico de 2016 no Rio de Janeiro. Já na fase pré-evento, viu-se uma atuação forte da mídia em relação aos jogos. Para analisá-la, levou-se em conta o jornal O Globo, terceiro maior jornal em

circulação no Brasil, e buscou-se as notícias *online* do periódico que tivessem como palavras-chaves as expressões: jogos e olímpicos. A seleção das matérias restringiu-se à editoria Rio de Janeiro, tendo como critérios: a atualidade, em que se levou em conta as notícias mais atuais à época da pesquisa e o critério cronológico, em que foram selecionadas para o estudo as cinco primeiras notícias elencadas no sistema de notícias do jornal.

Com a análise, viu-se que uma das matérias não fazia referência aos Jogos Olímpicos de 2016, sendo desta forma excluída do estudo. A partir de então, e com quatro matérias a serem analisadas, viu-se que há um tema predominante: as alterações que a cidade do Rio de Janeiro vem realizando em virtude dos Jogos Olímpicos. Tais alterações são divulgadas pela mídia, gerando a repercussão da sociedade, que tem questionado a forma como estas alterações têm ocorrido. Autores como Canton (2002) afirmam que o evento e as alterações que trazem consigo não podem ser desconexos da sociedade. O evento não pode ser, desta forma, um fenômeno isolado. Deve haver a participação da sociedade, que deve se beneficiar dos resultados sociais e econômicos decorrentes do evento.

As matérias estudadas trazem um tom bastante crítico em relação às alterações geradas na cidade do Rio em virtude dos eventos. Nelas, os Jogos Olímpicos são tratados como desalojadores dos espaços já ocupados e como impositores de novas situações como se viu nas matérias sobre o desalojamento do Clube de Aviação e sobre a retirada das famílias da Vila Autódromo.

Nestas matérias, usam-se expressões como: remoção, retirada, desapropriação e despejo, palavras que conotam um sentido negativo ao evento e, conseqüentemente, à cidade-sede. A matéria sobre o Clube de Aviação deixa muita clara esta ideia. O título traz os jogos como responsáveis pelo despejo do clube: “Jogos Olímpicos despejam clube de aviação” e o *lead* traz em tom irônico a seguinte frase: “No meio do caminho das Olimpíadas, há um clube de aviação”.

Desta forma, conclui-se que os eventos esportivos são fatos extremamente geradores de notícias. No momento atual, ou seja no pré-evento, a mídia se mostra bastante atenta elencando as alterações que a cidade vem realizando para abrigar os Jogos de 2016. Estudos futuros, em continuação a este, analisarão as próximas matérias produzidas, ou seja, a repercussão midiática no momento da efetiva realização dos Jogos e no momento pós-olímpico na busca de entender os eventos esportivos e suas repercussões na mídia pós-moderna.

## Referências

- BOTTARI, Elenilce; MULLER, Mariana; BRIT, Thaís. Passeata pacífica reuniu 5 mil na Tijuca. **O Globo**. Rio de Janeiro, jul. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/passeata-pacifica-reuniu-5-mil-na-tijuca-8862193>>. Acesso em: 22 jun. 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro; Zahar, 1997.
- BRITTO, Thais. Jogos Olímpicos despejam clube de aviação. **O Globo**. Rio de Janeiro, jul. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/jogos-olimpicos-despejam-clube-de-aviacao-8867916>>. Acesso em: 22 jun. 2013.
- CAMARGO, Luiz Otávio de Lima; BARBOSA, Fátima Marita. O evento como contraponto do cotidiano. **Revista Hospitalidade**: Revista do Programa de Pós-graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, [a. 1], n.1, 2004.
- CANTON, Antonia Marisa. Os eventos no contexto da hospitalidade – um produto e um serviço diferencial. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (org.). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Editora Manole, 2002. p.83-129.
- CAPOBIANGO, Maísa. Revitalização da Lagoa de Jacarepaguá é possível. **O Globo**. Rio de Janeiro, jul. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/bairros/revitalizacao-da-lagoa-de-jacarepagua-possivel-8885469>>. Acesso em: 22 jun. 2013.
- GUTIERREZ FORTES, Waldyr; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos**: estratégias de planejamento e execução. São Paulo: Summus, 2011.
- MACEDO, Líbia. Eventos esportivos – sentidos aflorados. In: **Fatos & Tendências em eventos**. NAKANE, Andrea (org.). São Paulo: LCTE Editora, 2012.
- MAIORES JORNAIS do Brasil. **Associação Nacional de Jornais**. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em: 22 jun. 2013.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. São Paulo: Manole, 2010.
- MEIRELLES, Gilda Fleury. **Eventos seu negócio seu sucesso**. São Paulo: IBRADEP, 2003.
- PAES: Vila Autódromo não será removida sem negociação. **O Globo**. Rio de Janeiro, jul. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/paes-vila-autodromo-nao-sera-removida-sem-negociacao-8897353>>. Acesso em: 22 jun. 2013.
- STRZODA, Michelle. **O Rio de Joaquim Manuel de Macedo**: jornalismo e literatura no século XIX. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2010.
- ZOBARAN, Sérgio. **Evento é assim mesmo**: do conceito ao brinde. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2010.

Recebido em agosto 2013.

Aprovado em outubro 2013.