

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Emilly Caroline de Souza Silva

**Década de ouro da comunicação:
o legado para o jornalismo esportivo com os megaeventos Copa do
Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016.**

Juiz de Fora
Fevereiro de 2014

Emilly Caroline de Souza Silva

**Década de ouro da comunicação:
o legado para o jornalismo esportivo com os megaeventos Copa do
Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção de grau de Bacharel em
Comunicação Social da UFJF.

Orientador: Prof. Márcio de Oliveira
Guerra

Juiz de Fora
Fevereiro de 2014

Emilly Caroline De Souza Silva

Década de Ouro da Comunicação: o Legado para o Jornalismo Esportivo com os
Megaeventos Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de
Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Prof. Márcio de Oliveira Guerra

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em 07/02/2014 aprovado pela banca
composta pelos seguintes membros:

Prof. Márcio de Oliveira Guerra – Orientador (UFJF)

Prof. Ricardo Bedendo – Convidado (UFJF)

Prof. Alvaro Eduardo Trigueiro Americano – Convidado (UFJF)

Conceito Obtido: _____

Juiz de Fora
Fevereiro de 2014

AGRADECIMENTO

A Deus por me dar a graça de alcançar mais este objetivo.

*Aos meus pais por me ajudarem a subir cada degrau e por sempre
me acompanharem na realização dos meus sonhos.*

*As minhas irmãs, Elisa e Manu, por me acolherem durante toda
essa jornada.*

*Ao meu amor, Paulo Vítor, por ser meu melhor amigo e
companheiro essencial na reta final do curso.*

As dez amigas que tornaram esses anos melhores.

*Ao querido mestre Márcio Guerra pela orientação com dedicação
e por todo o carinho que temos um pelo outro.*

*Aos professores Alvaro Americano e Ricardo Bedendo,
por aceitarem meu convite.*

“Somos um povo apaixonado pelo esporte, apaixonados pela vida. Olhando para os cinco aros do símbolo olímpico, vejo neles meu país. Um Brasil de homens e mulheres de todos os continentes: americanos, europeus, africanos, asiáticos, todos orgulhosos de suas origens e mais orgulhosos de se sentirem brasileiros.

Não só somos um povo misturado, mas um povo que gosta muito de ser misturado. É o que faz nossa identidade. Digo com toda franqueza: chegou nossa hora. Chegou! Entre as dez maiores economias do mundo, o Brasil é o único país que não sediou os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos.”

(Discurso do ex-presidente Lula na sessão de apresentação da candidatura do Rio 2016 ao Comitê Olímpico Internacional, em 02/10/2009)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo abordar os possíveis legados para o campo das comunicações com a realização dos megaeventos esportivos Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016. Através da análise das experiências do Brasil como sede de megaeventos, como mundial de futebol de 1950 e os Jogos Pan Americanos. Na busca de entender os possíveis legados entrevistamos alguns jornalistas para saber suas expectativas com relação aos megaeventos da década e com base na perspectiva de estudiosos da área podemos questionar os possíveis legados pós-eventos dessa magnitude. Queremos identificar o que pode ficar para o campo das comunicações, principalmente, para a prática do jornalismo esportivo.

Palavras-chave: megaeventos, legados, jornalismo esportivo, Brasil, Copa do Mundo 2014, Olimpíadas 2016.

5 SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 08 |
| 2 JORNALISMO ESPORTIVO..... | 11 |
| 2.1 O INÍCIO..... | 11 |
| 2.2 A ESPECIALIZAÇÃO NO BRASIL..... | 14 |
| 2.3 CARACTERÍSTICAS..... | 16 |
| 3 MEGAEVENTOS..... | 19 |
| 3.1 CONCEITO..... | 19 |
| 3.2 COPA DO MUNDO - A ESCOLHA DO BRASIL COMO SEDE..... | 21 |
| 3.3 OLÍMPIADAS..... | 22 |
| 3.4 A HISTÓRIA DOS JOGOS OLIMPÍCOS..... | 23 |
| 3.5 A CAMPANHA PARA SEDIAR AS OLIMPÍADAS DE 2016..... | 24 |
| 4 LEGADO..... | 27 |
| 4.1 CONCEITO..... | 30 |
| 4.2 LEGADO SOCIAL..... | 32 |
| 4.3 LEGADO ESTRUTURAL..... | 33 |
| 4.4 LEGADO URBANO AMBIENTAL..... | 34 |
| 5 LEGADO PARA A COMUNICAÇÃO..... | 35 |
| 5.1 A EXPERIÊNCIA DE 1950..... | 35 |
| 5.2 O PAN AMERICANO COMO TESTE EM 2007..... | 41 |
| 5.3 O QUE ESPERAR PÓS COPA DO MUNDO E OLÍMPIADAS..... | 44 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 48 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 51 |
| APÊNDICE | |
| ANEXOS | |

1 INTRODUÇÃO

É com a convicção de que chegou a vez do Brasil, que o país vem trabalhando ao longo dos anos para sediar os dois maiores eventos esportivos da década: a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

Por acreditar na importância desses eventos e nos benefícios que eles podem proporcionar para o país é que este estudo foi produzido. Como principal objetivo, queremos identificar os possíveis legados existentes no campo das comunicações, especialmente para o jornalismo esportivo.

A relação do Brasil com megaeventos esportivos começou há alguns anos. Depois de três tentativas frustradas de sediar os Jogos Olímpicos Modernos e sessenta e quatro anos após a realização da Copa do Mundo no Brasil, em 1950, esta década já envolve muita expectativa para os brasileiros.

A paixão pelo esporte, em especial pelo futebol, que move o Brasil é também algo que sempre me aproximou das notícias esportivas e também influenciou para a realização deste trabalho. O interesse por megaeventos, em especial os eventos esportivos, e o período atual promissor para o esporte no Brasil foram o ponto de partida para concretizar este trabalho. A possibilidade de vivenciar os eventos de perto, acompanhar em território brasileiro as coberturas e poder visualizar os legados pós-eventos ao final das competições proporcionaram um diferencial para o desenvolvimento deste trabalho.

Nosso intuito é apresentar ao leitor como, de fato, a Copa do Mundo e as Olimpíadas podem impactar o país em diversas áreas, desde as questões de mobilidade urbana, infraestrutura, até seu envolvimento direto com a comunicação justificando a existência de legados para a comunicação após os megaeventos esportivos.

Para estruturar o trabalho, partimos da definição de jornalismo esportivo, suas características e um breve histórico do seu surgimento no Brasil e no mundo. No capítulo seguinte, discorreremos sobre o conceito de megaeventos, tema que tem sido cada vez mais abordado por estudiosos, por ser tratar de eventos de expressividade internacional e por produzirem grandes interferências nos locais onde são realizados. Neste capítulo, também podemos compreender como foi a candidatura organizada pelo Brasil, enviada à Fifa, para sediar a Copa do Mundo de 2014. Ainda no terceiro capítulo, apresentamos um breve histórico dos Jogos Olímpicos originados na Grécia Antiga, até chegar ao modelo que conhecemos atualmente e a candidatura para trazer as Olimpíadas para o Rio de Janeiro.

Para compreender toda a trajetória do Brasil como sede dos dois grandes eventos dessa década, buscamos a primeira experiência vivenciada pelo país, na década de 50. A partir da análise do relatório oficial da Copa do Mundo de 1950, apresentamos um breve histórico do Mundial e seus principais legados para o país. Outro evento analisado e essencial para concretizar o sonho de sediar os dois maiores eventos esportivos da década, foi o Pan Americano de 2007, que também produziu consequências favoráveis à mais uma realização do maior Mundial de futebol e, pela primeira vez, na América do Sul, os Jogos Olímpicos.

No quarto capítulo referente aos legados, trabalhamos com os diferentes tipos de legados existentes: social; estrutural e urbano ambiental, elencando os legados existentes após os eventos baseado nas informações disponíveis nos relatórios oficiais do Ministério do Esporte.

Por fim, abordamos os possíveis legados para a comunicação, em especial para o jornalismo esportivo e as suposições do que podemos esperar após a Copa do Mundo e das Olimpíadas. Através de pesquisas e entrevistas com profissionais da área, que contam suas expectativas para os megaeventos que estão por vir, podemos perceber

se realmente chegou a hora do Brasil e quais os possíveis legados que estes eventos podem produzir para a comunicação no país.

A preparação para receber os grandes eventos da década não foi iniciada agora, há anos o país espera por este momento. A expectativa da realização destes eventos em território brasileiro é grande e, sem dúvida, há preocupação em oferecer a melhor estrutura para a realização de um momento ímpar.

Esperamos que a motivação deste trabalho ofereça contribuições sobre os legados após os megaeventos esportivos e, principalmente, sobre os possíveis avanços para o campo das comunicações com a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas em 2016.

2 JORNALISMO ESPORTIVO

Existem diferentes apontamentos que indicam o surgimento do Jornalismo Esportivo no Brasil e no mundo. De acordo Fonseca (1997), os primeiros registros que se tem de um relato de jornalismo na área esportiva foi a partir do *Le Sport* (1854) na França, que publicava crônicas sobre esportes mais comuns na época. O primeiro órgão esportivo teria sido *Bell's Life*, inglês, depois chamado de *Sporting Life*. E, nos Estados Unidos, a imprensa esportiva só começou a destacar-se nos anos 20 do século passado.

A primeira área esportiva a receber uma cobertura mais elaborada dos veículos impressos foi o hipismo, em meados do século XIX, na França. A grande imprensa só abriu espaço em 1875, num momento de mudanças sociais e de crescimento de esportes populares, pois, até então, só se registravam notas sobre o boxe, iatismo e esgrima. Por isso, os pioneiros do jornalismo esportivo surgiram nos jornais populares. (FONSECA, 1997, p. 44)

Em um primeiro momento, as notícias esportivas eram voltadas para o público menos abastado da sociedade e por isso, não eram consideradas conteúdo relevante para ganhar destaque na mídia atingindo assim os ditos jornais populares.

2.1 O INÍCIO

Diferentemente do que conhecemos do jornalismo esportivo organizado de cobertura de eventos, a crônica esportiva se enquadra em um gênero que une jornalismo e literatura relatando casos do cotidiano.

[...] a crônica determina novas relações com os gêneros jornalísticos, não se limitando a informar ou opinar; mas emprestando às informações jornalísticas outros referentes concebidos na própria articulação entre as várias linguagens que o cronista exercita para explicar a representatividade de seu mundo ao leitor (PEREIRA, 1994, p. 27-28)

Nesse momento em que jornalismo e literatura dividiam espaços nas redações, surgiram grandes escritores adeptos do 'novo gênero' das crônicas esportivas.

Essa confusão entre literatura e a imprensa aconteceu até o início do século XX. Foi então que os jornais abriram espaços para a arte literária e produziam folhetins.

É exatamente como folhetim que a crônica surge no jornalismo brasileiro. Um espaço que os jornais reservam, semanalmente, para o registro do que aconteceu no período. Sua redação é confiada a escritores (poetas ou ficcionistas). Segundo Afrânio Coutinho, o folhetim começou com Francisco Otaviano, em 1852, no Jornal do Commercio do Rio de Janeiro. Ali, ele assinava o folhetim semanal. Seus continuadores são José de Alencar, Manuel Antonio de Almeida, Machado de Assis, Raul Pompéia, Coelho Neto, etc.”, (MARQUES DE MELO, 1994, p. 151).

Para Coelho (2004), a imprensa esportiva é o ato de fornecer informações e explicações sobre a prática dos esportes. A partir do momento que as colunas esportivas ganharam visibilidade, devido ao interesse e a participação de pessoas influentes das classes altas da sociedade, o jornalismo esportivo foi conquistando seu espaço, não pela valorização das notícias sobre o esporte em si, mas sim, por exaltar os praticantes dos esportes.

Ao lado do jornalismo policial, outra modalidade de jornalismo especializado marginalizado, o jornalismo esportivo teve que vencer barreiras para ganhar cada vez mais espaço na mídia para atingir o grande público.

Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. O preconceito não era infundado, o que tornava a luta ainda mais inglória. De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e conseqüentemente ler não constava de nenhuma lista de prioridades. E se o futebol é como os demais esportes e dela fizesse parte, seria necessário ao apaixonado ir ao estádio, isto é, ter menos dinheiro para comprar boas publicações sobre o assunto. (COELHO, 2004, p. 9)

O futebol além de servir como entretenimento, a participação em eventos esportivos, possibilita uma identificação coletiva com o país, por exemplo, a cada partida da seleção. A partir desta visão podemos entender a representação social que a realização de um torneio mundial de futebol possui.

Tanto como atividade prazerosa quanto lucrativa para empresários e profissionais, o esporte ganhou, publicações segmentadas sobre diferentes tipos de

modalidades. Associada também a essa gama de benefícios que o esporte proporciona, há também o viés político e econômico atrelado à organização de megaeventos, a visibilidade em questão e os legados que surgem ao final de cada competição.

Para José Marques de Melo (2003) tratar o esporte como notícia tornou-se uma forma rentável de se fazer jornalismo, um dos grandes fatores do jornalismo esportivo deixar de ser marginalizado quando comparado a outras especializações.

Além de ocupar espaço privilegiado nos veículos de informação geral (jornal, rádio ou televisão), constitui um dos ramos importantes da segmentação da indústria jornalística, ensejando publicações especializadas no campo da mídia impressa ou programas específicos no interior da mídia audiovisual. O esporte se faz propaganda, gerando mensagens publicitárias dos espetáculos ou dos produtos associados às práticas esportivas. Nesse sentido, a Publicidade Esportiva assume um papel fundamental na engrenagem do esporte midiático, financiando seus agentes e gerando divisas que dão sustentação econômica às instituições esportivas. (MARQUES DE MELO, 2003, p.87)

Esporte também envolve espetáculo. Produtos são produzidos e comercializados associados a atletas e a estes grandes eventos, o que movimenta também a área publicitária. A repercussão midiática é grande e a interferência da imprensa nacional e internacional representa muitos desafios para os profissionais da área e para a década de ouro que estamos vivendo e se torna cada vez mais realidade, além da expectativa que envolve diversos tipos de legados com a aproximação de eventos tão grandiosos como Copa do Mundo e Olimpíadas.

2.2 A ESPECIALIZAÇÃO NO BRASIL

Uma paixão que vai de norte a sul faz parte da identidade cultural do país e reúne milhares de torcedores vibrantes que acompanham fielmente o desempenho do seus times de coração. É a realidade da ligação do futebol com o Brasil. E para atingir cada vez mais um público apaixonado pelo esporte, a imprensa brasileira acompanhou o surgimento do

jornalismo esportivo no mundo e a especialização ganhou espaço no país. A partir do interesse das classes mais altas, dos jornalistas e escritores mais respeitados, é que a imprensa começou a se voltar para as notícias esportivas. No país, o espaço disponível para estes relatos ainda eram poucos, no entanto, com o passar do tempo, os jornais tradicionais também passaram a abrir as portas para as notícias esportivas, diferente do formato que conhecemos atualmente como jornalismo esportivo, mas com o mesmo caráter informativo.

Foi no fim da década de 60 que os grandes cadernos de esportes surgiram nos jornais. Segundo Coelho (2004) “em São Paulo surgiu o *Caderno de Esportes*, que originou o *Jornal da Tarde*, uma das mais importantes experiências de grandes reportagens do jornalismo brasileiro.” Foi nesse período, com um maior número de cadernos esportivos que o Brasil entrou para o grupo dos países que possuíam imprensa esportiva em grande escala.

Definir uma data exata para o surgimento da prática do jornalismo esportivo no Brasil é difícil. Para Coelho (2004) essa visibilidade nos jornais aconteceu em 1910 com os relatos em páginas inteiras no jornal *Fanfulla*¹ sobre os times de futebol amadores da Itália. “Não se tratava de um periódico voltado para as elites não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos”.

O Rio de Janeiro, também começava a abrir espaço para as notícias esportivas. Em 1930, outro jornal surgiu através sociedade de Argemiro Bulcão com Ozéas Mota, dono das oficinas onde eram impressos os jornais, e foi desta forma, que em 13 de março de 1931, nasceu o *Jornal do Sports (JS)*. Os dois permaneceram no comando do JS até outubro de 1936, logo em seguida Mario Filho e Roberto Marinho o compraram. Mário

¹ O *Fanfulla* é um periódico da comunidade italiana da cidade de São Paulo, no Brasil desde 1893. É considerado o mais importante órgão de imprensa italiana no país, sendo reconhecido pelo governo da Itália.

Filho, irmão de Nelson Rodrigues, já trabalhava como jornalista esportivo desde 1926, no jornal *A Manhã*, de propriedade do seu pai. A linha editorial do JS exaltava o boxe, o turfe e, é claro, o futebol.

O formato sofreu grande influência dos ingleses e, por isso, o jornal utilizava muitas palavras originadas da língua franca como *football*, *match*, *record*, principalmente, nos textos sobre futebol, e no próprio nome. O conteúdo do jornal eram as matérias e colunas esportivas, além de um espaço dedicado para cartas dos leitores e relatos sobre bailes de carnaval, peças de teatro e alguns filmes. Pouco comum na época, existia também a veiculação de algumas propagandas. A irreverência das páginas cor-de-rosa do Jornal dos Sports chamavam atenção e angariava cada vez mais leitores.

Além dos jornais impressos e dos folhetins, o jornalismo esportivo também foi conquistando espaço nas outras mídias. Alguns autores, como Guerra, consideram a primeira transmissão de um jogo de futebol através do rádio, no Brasil, foi no jogo entre São Paulo e Paraná em 1931, válido pelo Campeonato Brasileiro e narrado por Nicolau Tuma na Rádio Educadora de São Paulo. Entretanto, outros autores afirmam que, na década de 20, Amador Santos já realizava narrações de jogos, impondo outro ritmo, que se aproximava mais da televisão.

[...] existe uma polêmica menos complicada que é sobre quem realmente fez a primeira transmissão de uma partida de futebol no Brasil. Isto porque, segundo alguns autores, antes de Nicolau Tuma, o locutor Amador Santos, no Rio de Janeiro, na década de 20, já fazia a transmissão. A diferença é que Amador narrava de forma mais lenta, num estilo mais próximo do que fazem os locutores esportivos na televisão. O que Tuma fez foi dar um ritmo à narrativa completamente diferente. (GUERRA, 2006, p. 26)

O marco das transmissões esportivas brasileiras no campo da televisão foi em 1950² no jogo entre Portuguesa de Desportos e São Paulo, no Pacaembu, onde foi produzida a primeira reportagem filmada para a televisão. A primeira transmissão

² Alguns autores consideram a partida entre Palmeiras e São Paulo como a primeira reportagem filmada para a televisão. O jogo ocorreu em 15 de outubro de 1950, no estádio do Pacaembu em São Paulo.

televisada aconteceu na Suíça, em 1954, em uma partida entre Iugoslávia e França. A aproximação da televisão com o esporte tinha o objetivo de transferir o espectador para o estádio e partilhar a emoção do espetáculo. Com o advento dos canais fechados e o surgimento da internet, outros espaços foram surgindo para os jornalistas esportivos como os canais de TV a cabo e os variados blogs. O surgimento do jornal *Lance!*³ e seu portal na internet, também são considerados como aberturas de novos campos para o jornalismo esportivo.

2.3 CARACTERÍSTICAS

Não deixar o coração falar mais alto e sobrepor a razão. Jornalista esportivo tem seu time predileto, sua modalidade favorita, mas isso não deve ser fator preponderante na hora de apurar as informações e construir uma reportagem. Antes de ser jornalista especializado, tem que se lembrar que é jornalista profissional e sempre trabalhar com ética e responsabilidade. A essência da atividade não se altera, seja ela desenvolvida em qualquer uma das possíveis áreas do jornalismo. Para Barbeiro e Rangel (2006) “jornalismo é jornalismo: seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet”. Clóvis Rossi (1984), em seu livro *O que é jornalismo* afirma que jornalismo é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e dos corações dos leitores, telespectadores e ouvintes.

As características e o modo de se fazer jornalismo esportivo variam de repórter para repórter. Barbeiro e Rangel (2006) defendem que “a linguagem jornalística do esporte nunca teve uma escola definida. O surgimento de um estilo próprio sempre

³ Juntamente com o jornal diário *Lance!*, surgiu também o site www.lancenet.com.br, em 1997.

dependeu das tentativas de erros e acertos. Em 1932, início das transmissões esportivas no rádio, a linguagem usada era a da pura emoção”.

Emocionar, fazer vibrar e construir textos e reportagens com um viés diferente do que acostumamos e conhecemos do jornalismo das outras editorias é uma das características do esportivo, que tem a oportunidade de trabalhar com mais ênfase estes preceitos. Ser criativo e conquistar o leitor, é uma tarefa que o jornalista esportivo deve sempre usar. Unzelte (2009) afirma que “é importante o jornalista ter a exata noção de quando - e quanto – essa paixão começa a comprometer a objetividade e a imparcialidade, ou, na impossibilidade prática de alcançar tais utopias, ao menos buscá-las”. Nesta editoria o texto é um grande diferencial, tem que ser criativo, adequando a linguagem de acordo com o veículo de comunicação utilizado. De maneira geral, as principais características são as descrições dos fatos de forma harmoniosa com a emoção.

Barbeiro e Rangel (2006) novamente abordam essa relação de informação com a questão emocional e defendem que “a emoção na transmissão de um evento esportivo deve ser na medida certa. Nem toda disputa é uma finalíssima de campeonato, por isso, a emoção precisa de um limite correto”.

A preferência por determinados times, seleções e esportes é comum e segundo Coelho (2003) o profissional não deve se envergonhar de torcer para um determinado time. “Vergonha, para jornalista, é equivocar-se na informação, coisa comum quando se trata de apuração. Mas mentir sobre uma coisa que diz respeito à sua própria vida é esquecer-se do maior compromisso do jornalista: o compromisso com a verdade.”

Barbeiro e Rangel (2006) pontuam que, frequentemente, o jornalismo esportivo se confunde com mero entretenimento. Isso se deve por estar intrinsecamente ligado à emoção, podendo perder a sua função social de informar com veracidade. A cobertura de eventos esportivos pode carregar a ideia equivocada de que os profissionais envolvidos

estão ali apenas para entreter o público que irá apenas consumir as informações. Jornalismo esportivo não pode ser tido apenas como fonte de distração, pois exige o mesmo cuidado de produção e apuração que as demais editorias. Além disso, o jornalista esportivo tem que estar sempre atento aos fatos que ocorrem fora desta editoria, pois aspectos econômicos e políticos podem afetar diretamente o esporte.

Jornalista esportivo não é artista e não deve ser ator nas reportagens. Ou seja, não deve aparecer mais ou com a mesma intensidade que os jogadores famosos e os personagens das matérias.

Segundo Marques de Melo (2006, p. 166), uma das fortes características do jornalismo esportivo impresso é a publicação de textos opinativos e interpretativos, uma vez que o leitor já assistiu as partidas esportivas e busca leitura diferenciada sobre os acontecimentos. Os torcedores têm conhecimento dos jogos, sobretudo através da televisão e da rádio. Porém, assistir uma partida de futebol na TV ou ouvir pelo rádio é bem diferente do que a sensação de vivenciar o momento nos estádios.

A interação entre jornalistas e público é maior através da internet e o fluxo de informações e o acesso é intenso. É também no espaço virtual que o leitor encontra conteúdos de outras pessoas, cronistas esportivos e colunistas especializados criando suas próprias opiniões sobre os fatos, as partidas e as notícias em questão, através dos acessos a outros links, o leitor tem a capacidade de construir um grande conteúdo e ter acesso a um ampla quantidade de informações.

3 MEGAEVENTOS

Conhecido como o país do futebol, o Brasil tem a oportunidade de fazer história, sediando os dois maiores eventos esportivos da década: a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Período que grande parte da atenção mundial e, principalmente, a imprensa internacional estará com toda a atenção voltada para o país.

Como definição de megaeventos esportivos, temos, de acordo com o professor e pesquisador Octávio Tavares (2011), a definição de “competições internacionais que reúnem um número de atletas que atingem a casa de milhares em um espaço de tempo de um mês, no máximo, com potencial de impacto em diferentes setores da sociedade que possui significativa carga simbólica.” Eventos desse porte afetam diretamente a questão econômica e social impactando o desenvolvimento de uma nação.

DaCosta, Miragaya (2008) definem megaeventos pelo número de participantes ou pela curta duração, porém de preparação longa e por vezes intermitente, sempre operando em escala de milhões de participantes.

3.1 CONCEITO

Essa superprodução dos megaeventos esportivos e sua complexa estrutura envolvem custos altos e muito planejamento. Como exemplos recentes de megaeventos esportivos no país, temos o Pan Americano e Parapan de 2007, os Jogos Mundiais Militares de 2011, os dois realizados no Rio de Janeiro, e a Copa de 1950, como uma primeira experiência, tratada como evento pioneiro que proporcionou ao país maior visibilidade e a importância histórica. Temos também a quarta edição dos Jogos Pan

Americanos, em 1963 na cidade de São Paulo. Foram 1.655 atletas de diferentes nacionalidades disputando 19 modalidades diferentes⁴.

De acordo com Gurgel os megaeventos esportivos possuem, dentro do seu escopo, muito mais que os seus dias de realização. Há uma série de ações que fazem parte deles e são inseridas em atividades antes, durante e depois do evento. Por isso, o planejamento e a organização de acontecimentos dessa magnitude devem ser muito bem pensados e preparados em todos os âmbitos para alcançarem o êxito esperado.

Para Poit “organizar um evento é executar todas as providências necessárias para assegurar as melhores condições à sua realização, sem problemas administrativos, disciplinares e estruturais”. Por isso, antes de tudo, é necessário fazer um layout geral do evento esportivo a ser realizado e analisar a sua viabilidade.

Poit afirma que para se obter sucesso, é importante averiguar alguns aspectos básicos como recursos financeiros, o que inclui todas as despesas e estas devem ser compatíveis com a arrecadação total do evento o que envolve inscrições, ingressos, patrocínios, apoios, entre outros. Definir claramente os objetivos a serem atingidos, a natureza da atividade, que engloba a essência do evento e toda a infraestrutura necessária. Além de mensurar os recursos humanos, o que significa ter pessoas preparadas tecnicamente para que o evento efetivamente aconteça.

É importante também inspecionar as instalações antes, durante e depois cada disputa e utilizar materiais e equipamentos de qualidade. Deve-se também analisar as datas propostas para a realização do evento para evitar coincidências desagradáveis, assim como propor as atividades em horários adequados. A organização deve-se atentar ao número de inscritos e participantes do evento para oferecer uma estrutura coerente com a

⁴ Informações retiradas do portal UOL na página sobre a História do Pan Americano <http://pan.uol.com.br/2011/historia-do-pan/1963-sao-paulo/> acessado em 07/12/2013

sua dimensão. Outra importante questão é a divulgação do evento, que é uma das formas de motivação dos participantes, por isso, quando realizada de forma eficiente, agrada patrocinadores, atletas e também o público alvo.

A definição do local é um dos pontos de partida do evento e, a organização tem a responsabilidade de obter as autorizações e licenças afim de cumprir todas as burocracias exigidas pelo poder público do local. Utilizar programações paralelas, é uma forma de promover entretenimento para os envolvidos, através de atividades sociais, culturais, apoio as entidades participantes, etc. E por fim, deve-se fazer uma constante avaliação de tudo o que está acontecendo durante toda a organização, pré, trans e pós evento para que as falhas sejam corrigidas e repensadas em tempo hábil caso necessário.

3.2 COPA DO MUNDO - A ESCOLHA DO BRASIL COMO SEDE

Quando falamos de futebol, automaticamente, associamos o termo ao Brasil, única nação presente em todas as dezenove edições do mundial. E a história como sede de grandes eventos esportivos começou há algumas décadas, em 1950, ano que o país sediou pela primeira vez, a Copa do Mundo.

É de responsabilidade da Federação Internacional de Futebol (Fifa) a determinação do próximo país sede do maior mundial de futebol dentre as opções de candidaturas existentes. Em 2003, o Comitê Executivo da Fifa decidiu que a Copa de 2014 aconteceria em um país da América do Sul. Nesta oportunidade, a Confederação Sul-Americana de Futebol, mais conhecida pelo acrônimo Conmebol, lançou a candidatura do Brasil.

Para a criação de um projeto eficaz de candidatura como sede da Copa do Mundo de 2014, o Governo Federal decretou por meio do Diário Oficial da União a

criação de um grupo de trabalho responsável pela elaboração deste projeto. Participaram da sua confecção, representantes dos Ministérios do Esporte, Planejamento, Fazenda, Relações Exteriores, Justiça, Cidades e Turismo e Casa Civil.

O desejo de ser anfitrião do evento, mais uma vez, fez com que poder público estudasse as condições necessárias para que a candidatura fosse aceita. Mas, a confirmação oficial do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014, ocorreu apenas anos depois. Em 30 de outubro de 2007, o Brasil foi anunciado, pelo presidente da Fifa, Joseph Blatter, como a sede do mundial de 2014. Após 64 anos, o país do futebol participará novamente de uma Copa do Mundo como anfitrião. A última Copa do Mundo na América do Sul aconteceu em 1978, na Argentina.

3.3 OLÍMPIADAS

Outro megaevento famoso e mais antigo que os mundiais de futebol são os conhecidos Jogos Olímpicos. No século XIX quando a primeira edição dos Jogos Olímpicos Modernos ocorreram em Atenas, pouco acreditava-se em sua credibilidade, mas, que anos depois se transformou em um dos principais eventos culturais do mundo.

A competição inspirada na Grécia Antiga, em um primeiro momento, era destinada apenas a atletas amadores, que praticavam o esporte como atividade de tempo livre, uma vez que os participantes não eram considerados profissionais e não recebiam remuneração para desempenhar tais atividades como conhecemos no atual modelo. O objetivo dos Jogos Olímpicos era buscar a confraternização entre os povos, promover uma competição entre os melhores atletas do mundo e, acima de tudo, fazer uma grande

feita esportiva, mobilizando populações de centenas de países e emocionando com vitórias, recordes e histórias de superação.⁵

3.4 HISTÓRIA DOS JOGOS OLÍMPICOS

Originada na Grécia Antiga os primeiros registros dos Jogos Olímpicos datam 776 a.C. A competição era tão importante entre os gregos, que no período em que os jogos eram realizados, os estados que estavam em guerra declaravam períodos de tréguas. A disputa começou na cidade de Olímpia, na Grécia, justificando o nome da competição e, desde então, é considerada a festa para a consagração dos melhores atletas em um universo global.

As Olimpíadas da Grécia Antiga foram extintas em 393 pelo imperador romano Teodósio. Durante o século XIX, os países europeus tentaram recriar os Jogos Olímpicos e em 1894 o Comitê Olímpico Internacional (COI) foi criado, com sede na França. O objetivo do comitê era justamente criar um grande evento esportivo para reunir atletas de diferentes nacionalidades baseado na competição iniciada na Grécia Antiga. Então, em 1896, surgiu os Jogos Olímpicos Modernos idealizados pelo rei grego George I e pelo Barão de Coubertin. A primeira edição das Olimpíadas modernas aconteceu em Atenas, Grécia e participaram 241 atletas masculinos de 14 países, competindo 43 provas.⁶

Os Jogos Olímpicos antigos eram festivais sagrados, nos quais os atletas competiam para servir aos deuses; por outro lado, as Olimpíadas Modernas, nasceram sem vínculo religioso, idealizada por Pierre de Coubertin seguidor da teoria darwinista, e que teve início na Inglaterra logo após a Revolução Industrial, surgindo como um evento laico e sem nenhuma relação com a divindade (HELAL, 1990, p. 35).

⁵ Informações do site do Comitê Olímpico Brasileiro (COB) <http://www.cob.org.br/movimento-olimpico/jogos-olimpicos>

⁶ Informação do site: <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2012/londres/historiadasolimpiadas/1896/>

Alguns anos foram necessários até que as Olimpíadas Modernas se tornasse um evento consolidado e reconhecido mundialmente. Após a edição em Atenas, Paris e St. Louis foram sedes, quatro e oito anos depois, respectivamente. Entretanto, a consagração como megaevento ocorreu apenas em 1908, em Londres. Desde então, as Olimpíadas acontecem em intervalos de quatro em quatro anos, salvo nos anos compreendidos nos períodos das duas grandes guerras, em 1916, 1940 e 1944.

Uma grande vantagem das Olimpíadas é que o evento proporciona visibilidade a outras modalidades esportivas, que não recebem grande atenção da mídia quando comparadas ao futebol. A possibilidade do Brasil, país intrinsecamente associado ao mundo da bola, sediar um evento desse porte, é uma importante ocasião para conduzir os holofotes a atletas de alta categoria, destaques em outros esportes.

3.5 A CAMPANHA PARA SEDIAR AS OLIMPÍADAS DE 2016

Normalmente, a cidade escolhida é informada oito anos antes da realização da Olimpíada. Entretanto, a organização deste megaevento demanda um envolvimento direto do poder público e também de apoio da iniciativa privada.

No início do século XX, o poder público era inteiramente responsável pela candidatura e realização do evento. No presente, desde o momento em que a cidade se candidata e apresenta seu projeto ela necessita criar uma infraestrutura para viabilizar, no princípio, uma idéia (de que a cidade é viável para acolher um megaevento), em seguida, afirmar sua especificidade (que a faz diferente e melhor das demais concorrentes) e, por fim, viabilizar sua capacidade (momento em que são feitas as adequações necessárias para receber o evento em si e todo o universo que gravita no seu entorno). (RUBIO, 2005, p. 7)

A definição da cidade sede é realizado pelo Comitê Olímpico Internacional (COI). A escolha do Rio de Janeiro para a edição de 2016 é reflexo da preparação ao

longo dos anos e de uma efetiva candidatura. Concorrendo com mais três cidades, Chicago, Madri e Tóquio, o Rio de Janeiro sagrou-se campeão na disputa e será a primeira cidade sul-americana a ser sede de uma Olimpíada. Mas, a caminhada brasileira rumo à sede dos Jogos Olímpicos não é de agora, começou em 1992, com a campanha de Brasília para abrigar os Jogos de 2000. Já o Rio de Janeiro entrou na disputa outras duas vezes, para sediar as Olimpíadas de 2004 e 2012 até finalmente ser escolhida pelo COI para sediar os Jogos Olímpicos de 2016.

O anúncio da escolha da sede das Olimpíadas e Paraolimpíadas de 2016 aconteceu no dia 2 de outubro de 2009 em Conpenhague, na Dinamarca. O Rio de Janeiro derrotou por 66 votos a 32 a cidade de Madrid. De acordo com o Portal Oficial Brasil 2016 a conquista do direito de realizar os Jogos pela primeira vez na América do Sul vai deixar herança positiva à cidade e ao país.

Para a candidatura do Brasil foi produzido um vídeo com cerca de três minutos e meio evidenciando os pontos turísticos da cidade carioca e as características do cidadão brasileiro, o carisma e a hospitalidade com os povos das diferentes nações. Com o lema “A paixão nos une” dita em vários idiomas diferentes, o vídeo emocionou a todos durante sua exibição. Ao final do vídeo, os participantes vestidos com as cores dos círculos olímpicos, se reúnem formando o símbolo dos Jogos Olímpicos que representam os continentes e a harmonia entre os povos.

Acredita-se também que o discurso do ex-presidente Lula também foi ponto favorável a escolha do Rio de Janeiro como sede. O próprio presidente da Fifa, Joseph Blatter elogiou as palavras emocionantes de Lula. Em seu discurso além de evidenciar as qualidades do Brasil, o ex-presidente também afirmou que, entre as dez maiores economias do mundo, o Brasil é o único país que nunca realizou uma Olimpíada. "Está na hora de corrigir esse desequilíbrio", ressaltou o ex-presidente.

Um grande investimento foi gasto para a campanha do Rio Janeiro como sede e com as obras para estruturar toda a cidade nos moldes necessários, cumprindo as exigências do COI. Devido as atualizações orçamentárias não temos o valor exato investido nestes megaeventos. Mas, a oportunidade de sediar eventos como este, é a chance de aquecer a economia atraindo altos investimentos e retorno financeiro para o país. De acordo com Mascarenhas, Bienestein, Sanchez, “a dimensão simbólica adquirida por tais eventos, são capazes de atrair as atenções em todo o planeta, promovendo fantásticos rituais periódicos, sem parâmetros de comparação com nenhum outro fenômeno social”.

O Governo Federal por meio do Ministério do Esporte, criou um documento denominado Cadernos de Legados Brasil⁷ mensurando os possíveis legados em todos os panoramas com a realização dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro em 2016. O documento foi entregue ao COI e a diferentes setores da sociedade brasileira. De acordo com o documento, estes legados estão estruturados em três frentes: legado esportivo; social; e urbano e ambiental. Os documentos estão disponíveis para consulta no site do Ministério dos Esportes.

⁷ Cadernos Legados do Brasil do Ministério do Esporte
<http://www2.esporte.gov.br/arquivos/rio2016/cadernoLegadosBrasil.pdf>

4 LEGADO

É comum encontrar pessoas que ainda não compreendem o significado da palavra legado. De acordo com o especialista alemão Holger Preuss (apud POYNTER, 2006), foi somente a partir da preocupação do COI em contrabalançar a dimensão comercial dos Jogos Olímpicos com uma noção de valores e responsabilidade que a questão do legado tornou-se central no ambiente olímpico. Temos como definição de legado, os benefícios gerados em contrapartida aos custos necessários para a realização de um evento. Em uma definição mais simples pelo dicionário temos o conceito de legado empregado da seguinte forma: o que é transmitido a outrem que vem a seguir⁸. E é justamente nesse sentido que trataremos legado nesse estudo. Abordando os seus variados tipos: sociais, econômicos, estruturais e urbano ambientais além de discutir os possíveis legados para o campo das comunicações nessa década promissora para o esporte brasileiro e mundial, com tamanha interferência da mídia internacional no trabalho da comunicação em nosso país.

Existem muitos exemplos para ilustrar legados com a realização dos megaeventos esportivos, mas vamos nos ater ao caso Barcelona, na Espanha, sede das Olimpíadas de 1992. O evento proporcionou reconhecimento a toda a região da Catalunha, que se transformou em um dos principais pontos turísticos europeus e do mundo. De acordo com Proni (2008, 12) esse processo vivenciado por Barcelona foi o auge da espetacularização das Olimpíadas, o que tornou o megaevento esportivo um dos maiores mecanismos rentáveis da indústria do entretenimento, juntamente com o cinema e outras manifestações culturais.

⁸ Legado, no Dicionário Priberam da Língua Portuguesa <http://www.priberam.pt/DLPO/legado>. Acesso em 27-12-2013

A cidade já tinha alguns projetos de reestruturação no papel, antes mesmo do anúncio, sete anos antes, da realização do evento e ainda colocou em prática um projeto de reestruturação econômica. Toda a preparação realizada na região da capital da Catalunha foi pensada para beneficiar as áreas escolhidas através dos investimentos e proporcionar grandes retornos para a população.

De acordo com Proni (2008) a qualidade de vida dos catalães foi impactada positivamente, e além disso, a cidade tornou-se principal alvo de investimentos, novos negócios, eventos, turistas e conseqüentemente apresentou significativa melhora nos esportes de alto rendimento o que gerou reconhecimento para a Espanha que ao final das Olimpíadas do referente ano alcançou melhores colocações nas competições e assim, melhores resultados no quadro final de medalhas.

Alguns estudiosos da área de eventos esportivos e turismo, como Gurgel (2013) afirmam que existem diversos tipos de legados e que eles podem surgir através da estratégia de desenvolvimento e construção da imagem de bonança e poder econômico ou pela estratégia de regeneração e inserção no cenário global. De qualquer forma, as ações de busca de legado nos megaeventos não necessariamente prescindem do aspecto comunicacional, da geração de imagem e formação de opinião.

Segundo DaCosta et al (2008, 48-50) há cinco tipos de legados diferentes: 1) Legados do evento em si (instalações, infraestrutura, equipamentos, empregos, aumento da atividade física); 2) Legados da candidatura do evento (planejamento urbanístico da cidade candidata a ser aproveitado pelo poder público, aprendizado do processo de candidatura); 3) Legados da imagem do Brasil (projeção da imagem do país, projeção da cidade-sede interna e externamente, projeção de oportunidades econômicas do país e cidade-sede, nacionalismo e autoconfiança); 4) Legados de governança (planejamento participativo, cooperação entre as instâncias do poder público, parceria público-privada);

5) Legados de conhecimento (*know-how* da força de trabalho, voluntariado, transferência de conhecimento para futuros eventos, conhecimento sobre a organização e organizadores, estruturas a serem aproveitadas pelo país e cidade-sede).

Esse envolvimento da organização de megaeventos esportivos com a economia e a mídia acontece de forma intensa, criando o que estudiosos afirmam ser características da sociedade do espetáculo, conceito criado por Guy Debord. De acordo com Bourg (2005) essa economia do esporte é constituída por uma cadeia indissociável de produtos, de imagem, de capitais e de modelos de consumo que se espalham pelo mundo. As imagens dos Jogos Olímpicos e da Copa do Mundo se tornam verdadeiros espetáculos em uma escala planetária.

Pierre Bourdieu (1997), em sua análise sobre a mídia, de forma especial a televisão, argumenta que é o meio que possui função primordial na construção do esporte enquanto espetáculo e é necessário analisar algumas características para compreendê-lo:

Seria preciso tomar por objeto o conjunto do campo de produção dos Jogos Olímpicos como espetáculo televisivo, ou melhor, na linguagem do marketing como “instrumento de comunicação”, isto é, o conjunto das relações objetivas entre os agentes e as instituições comprometidas na concorrência pela produção e comercialização das imagens e do discurso sobre os Jogos: O Comitê Olímpico Internacional, progressivamente convertido em uma grande empresa comercial com orçamento anual de 20 milhões de dólares, dominado por uma camarilha de dirigentes esportivos e 40 de representantes de grandes marcas industriais (Adidas, Coca Cola, etc.), que controla a venda dos direitos de transmissão (avaliados, para Barcelona, em 633 bilhões de dólares) e dos direitos de patrocínio, assim como a escolha das cidades olímpicas; as grandes companhias de televisão (sobretudo as americanas) em concorrência (na escala da nação ou da área linguística) e pela retransmissão; as grandes multinacionais (Coca Cola, Kodak, Ricoh, Philips, etc.) em concorrência pelos direitos mundiais sobre a associação com exclusividade de seus produtos com os Jogos Olímpicos (enquanto fornecedores oficiais); e enfim os produtores de imagens e comentários destinados à televisão, rádio ou aos jornais (em número de 10.000 em Barcelona) que estão comprometidos em relações de concorrência (...) (BOURDIEU, 1997: 125-126).

Bordieu (1997) defende que devido a esta forte influência da televisão em acompanhar e transmitir todo esse espetáculo midiático que engloba os megaeventos esportivos, ela é também responsável por ditar as modalidades esportivas que participam

dos Jogos Olímpicos, bem como os atletas que mais devem estar em evidência, tudo isso seguindo uma lógica comercial, associada diretamente a rentabilidade que se deseja.

Como veículo de massa, a televisão se torna responsável por ditar aquilo que tenha ou não relevância dentro dos acontecimentos mundiais. A informação então chega até o público da maneira que a TV definir; podendo ser distorcida, incompleta, parcial. E muitas vezes é tida como verdade absoluta. A televisão é um forte meio de comunicação que sofre influência econômica e política, e geralmente é a audiência que dita a relevância dos assuntos e temas tratados.

É por isso, que os possíveis legados sociais proveniente das Olimpíadas estão ligadas diretamente as essas questões, uma vez que as políticas públicas sociais não necessariamente geram o grau de repercussão que os resultados dos Jogos Olímpicos, como as obras de infraestrutura recebem.

4.1 CONCEITO

A concepção de legado ganhou força no Brasil após os Jogos Pan e Parapan-americanos, no Rio em 2007, mesmo não sendo o primeiro megaevento sediado no país. Com as experiências adquiridas, na década de 50, quando o Brasil sediou uma Copa do Mundo, alguns aspectos podem ser elencados como os legados pós-mundial, sejam eles socioeconômicos ou estruturais, por exemplo, a construções de estádios como foi o caso do Estádio Raimundo Sampaio, mais conhecido como Independência, em Belo Horizonte e o Maracanã, no Rio de Janeiro, que na época, era um grande estádio, considerado o maior do mundo naquele período com capacidade para 155 mil pessoas.

De acordo com o site da Fifa, as benfeitorias para as cidades que sediam grandes eventos são denominados legados e definidos como "os benefícios sustentáveis gerados

para a federação e para o país-sede como um todo, bem antes, durante e bem depois do evento." E baseado nos diferentes aspectos existentes podemos elencar a expectativa de legados com os dois megaeventos da década para os brasileiros em todos os setores.

No documento criado pelo Ministério dos Esportes, há os Cadernos de Legado que são resultados da articulação entre governos federal, estadual e municipal durante todo o processo de candidatura brasileira alinhado ao planejamento de longo prazo da cidade e do país. As publicações estão divididas em Caderno de Legado Urbano Ambiental, Caderno de Legado Social e Caderno Brasil, e os três compõem o Dossiê de Candidatura do país enviado à Fifa.

O Caderno Brasil contém os dados sobre o país e a cidade do Rio de Janeiro, apresentando o potencial econômico para sediar um evento desse porte, além do pioneirismo brasileiro em diversos segmentos econômicos científicos e tecnológicos e os destaques do país no esporte e nas artes em geral. Outro ponto importante são os eventos que antecederam a realização da Olimpíadas, como o Mundial de 1950, o Pan Americano de São Paulo e Rio de Janeiro além dos Jogos Mundiais Militares.

Segundo o Portal Oficial Brasil 2016 estes cadernos sintetizam os legados em dois eixos norteadores principais: inclusão social, juventude, esporte e educação; e regeneração urbana e meio ambiente. Segundo o secretário nacional de Alto Rendimento do Ministério do Esporte, Ricardo Leyser “é uma das inúmeras contribuições que o governo federal ofereceu à candidatura olímpica desde que o presidente da República decidiu assumir essa disputa como parte da estratégia brasileira de inserir-se cada vez mais no cenário internacional de grandes eventos”.⁹

⁹ Afirmação do secretário nacional de Alto Rendimento do Ministério do Esporte, Ricardo Leyser para o portal: <http://www.esporte.gov.br/index.php/institucional/alto-rendimento/rio-2016> Acessado em 21/12/2013.

4.2 LEGADO SOCIAL

A grande promessa que norteia os legados dos megaeventos são as propostas que atingem diretamente a sociedade, muito além dos benefícios estruturais e econômicos, muitas vezes, o questionamento do que ficará para a sociedade é um embate. Metas propostas que funcionam perfeitamente nos papéis, mas nem sempre da melhor forma na prática.

No caso da Copa do Mundo de 2014, espera-se um grande impacto para o país, abrangendo as 12 cidades sedes que se preparam intensamente com a aproximação dos jogos, além dos municípios localizados ao entorno das cidades sedes que indiretamente são atingidas pelas mudanças. O envolvimento emocional que um evento deste porte proporciona é muito alto, justamente, por estar atrelado a uma essência cultural, uma paixão nacional.

Quando o Rio de Janeiro se candidatou para ser sede dos jogos de 2016, disse ao COI que deveria receber os Jogos porque era a cidade para qual o megaevento traria o maior legado entre todas as candidatas.¹⁰ (ANEXO 1)

Após o anúncio da escolha da sede em 2009, um projeto foi iniciado com o objetivo disseminar a prática esportiva em todo Estado, inclusive, em comunidades carentes incluídas no programa de pacificação de favelas. Entretanto, tempos depois o projeto foi abolido pelo próprio governo estadual, devido a problemas financeiros. (ANEXO 2)

Além desse projeto, outros programas sociais foram pensados para proporcionar um grande legado social a população do Rio de Janeiro. Existe no dossiê

¹⁰ Matéria publicada no Portal UOL Notícias acessado em 20/12/2013 <http://esporte.uol.com.br/rio-2016/ultimas-noticias/2013/09/02/governo-abandona-projeto-para-o-principal-legado-social-da-rio-2016.htm>

enviado pelo Brasil ao COI, um caderno específico para tratar sobre este tema, e nele constam dois principais projetos sociais do Ministério do Esporte: o programa socioesportivo Segundo Tempo, que visa atingir, em 2016, três milhões de jovens em todo o país. Sendo que um milhão encontra-se no estado do Rio de Janeiro. Além desse projeto há o Mais Educação com o objetivo de melhorar a infraestrutura esportiva na rede pública de ensino e proporcionar um espaço de lazer e incentivo à prática do esporte aos jovens estudantes brasileiros.

4.3 LEGADO ESTRUTURAL

Mais perceptível que os legados sociais, são os legados estruturais que englobam todas obras realizadas para preparar as cidades sedes. As construções de estádios, quadras e ginásios esportivos são mais fáceis de justificar os investimentos por partes dos governantes. São projetos visíveis e palpáveis para uma administração mostrar o retorno à população e afirmar um dos tipos de legado existente pós-evento.

Para a Copa do Mundo de 2014, por exemplo, alguns dos 12 estádios que serão palco das disputas já existiam e passaram por um grande processo de reforma nos últimos anos, no intuito de atender às exigências da Fifa. Já outros foram construídos completamente do zero.

Mas todos estes investimentos já produzem retorno. O jornal Gazeta do Povo avaliou o rendimento das novas arenas brasileiras no último Campeonato Brasileiro. Os novos complexos erguidos para a Copa do Mundo possuíram uma média de torcedores 247% maior do que a dos velhos estádios do Brasileirão. (ANEXO 2)

De acordo com o documento Rio 2016, para as Olimpíadas o principal legado olímpico que o plano prevê é que uma nova era para o Rio e seus habitantes. Para isso, o

projeto visa que o legado seja sustentável e que as transformações deem-se por meio do esporte. O plano estabelece quatro áreas prioritárias para o legado: transformação da cidade; inserção social – habitação, treinamento e emprego -; juventude e educação; Esportes. Para a transformação da cidade, o projeto prevê diversas ações que terão início com os jogos e outras que estariam já em curso.

4.4 LEGADO URBANO AMBIENTAL

A questão urbana e ambiental é outro legado em questão com a realização de megaeventos. No caso das Olimpíadas, existe o caderno específico para o tema traçando as principais metas e objetivos a serem realizados.

No Caderno de Legado Urbano estão listados os projetos de melhorias para oferecer maior mobilidade urbana, revitalização da zona portuária, regeneração das áreas ao redor dos estádios Maracanã e Engenhão, e da região do Sambódromo além da melhora da rede de metrô e trens metropolitanos, implantação de um sistema de transporte eficaz, *Bus Rapid Transit* (BRT's) ligando diversas regiões do Rio. Na área ambiental existe a proposta da revitalização de águas de rios, lagoas e bacias, a dinamização do Programa de Despoluição da Baía de Guanabara e o cuidado com parques e florestas do município.

Os legados urbanos ambientais após os eventos tornam-se pontos turísticos e são uma excelente opção de entretenimento para turistas e habitantes das cidades. No caso do Rio de Janeiro, com as Olimpíadas de 2016 a expectativa que os principais legados sejam a criação de novo Polo Turístico e Cultural na Zona Portuária, a construção de píeres e reforma dos armazéns - com o objetivo de ampliar o potencial turístico da cidade para receber cruzeiros-, ampliação da ciclovia sentido Aterro-Porto, além da revitalização dos arredores do Maracanã e Engenhão.

5 LEGADOS PARA A COMUNICAÇÃO

Além de pensar nos legados estruturais, econômicos e sociais, como consequências da preparação e realização dos megaeventos esportivos, neste trabalho vamos discutir os possíveis legados que podem ser proporcionados para o campo das comunicações. Analisando as tecnologias utilizadas, as estruturas construídas com foco na qualidade da transmissão dos jogos e as trocas de experiência com profissionais de diferentes nacionalidades que se deslocam para as coberturas de eventos deste porte. Através de entrevista com jornalistas esportivos que relatam suas expectativas para a Copa do Mundo e as Olimpíadas, uma breve retomada da experiência de 2007 durante a cobertura do Pan Americano e a primeira experiência como sede de um grande evento, durante a Copa do Mundo de 1950. É com base nessas informações que podemos supor o que ficará para a comunicação após o término dos jogos.

Tendo em vista a realização dos eventos em 2014 e 2016, podemos apenas trabalhar com situações hipotéticas e assim fazer previsões a respeito destes possíveis legados. Através das experiências vivenciadas anteriormente, podemos ter uma prévia dos possíveis legados que estes dois grandes eventos esportivos podem deixar para os profissionais e para o país.

5.1 A EXPERIÊNCIA DE 1950

Assim como nos dias atuais, para escolher um país como sede da Copa do Mundo era necessário cumprir as exigências da Fifa. Devido a proporção que o evento ganhou com o passar dos anos, o nível de exigência aumentou. Na década de 50, a Confederação Brasileira de Desportos (CBD) entidade que comandava o futebol

brasileiro na época, preparou um relatório completo com as informações gerais do mundial. O Brasil apresentou a proposta para sediar o mundial quatro anos antes, com o pós guerra e a Europa devastada, a candidatura foi rapidamente aceita.

A Copa do Mundo de 1950 foi disputada somente em seis cidades brasileiras: Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, Porto Alegre, Curitiba e Recife, um evento com dimensões bem menores, se comparado com a Copa de 2014. A próxima edição terá o dobro de cidades sedes, bem como mais trabalho para atender às exigências da Fifa. Do Mundial de 50, apenas treze seleções participaram da disputa: Brasil, Bolívia, Chile, Espanha, Estados Unidos, Inglaterra, Itália, Iugoslávia, México, Suécia, Suíça, Paraguai e Uruguai.

A cobertura dos jogos era feita apenas por jornais impressos e pelo rádio, ainda não existia a força da televisão que só chegou ao país dois meses depois do término dos jogos. Mesmo assim, não era acessível a todos. Os aparelhos eram importados e custavam muito caro o que restringia o seu alcance. O único registro de imagens que possuíamos era através do equipamentos de cinema, entretanto tornava-se inviável, pois exigia maquinários pesados o que dificultava o deslocamento dos repórteres e cinegrafistas, que já não eram muitos.¹¹

Na época, muito se preocupava com os legados estruturais para abrigar o evento, e pouco podemos enumerar como legados sociais após a Copa do Mundo. Mas, mesmo derrotados pelos os uruguaiois, a Copa do Mundo de 1950 trouxe ensinamentos e experiência para o Brasil. Além do reconhecimento como potencial para sediar grandes eventos esportivos internacionais. Era o pontapé inicial para a realidade que estamos vivenciando hoje.

¹¹ Informações retiradas do portal Lancenet: http://www.lancenet.com.br/minuto/Lembrancas-panorama-Selecao-Brasil-Copa_0_854314567.html#ixzz2qCabdW5H Acesso em 10/01/2014

No relatório oficial do evento, existem elogios recorrentes a capacidade do país de realizar as obras do Estádio do Maracanã em tempo recorde, considerado, naquele período, o maior estádio de futebol do mundo, além da hospitalidade do povo brasileiro, outro ponto que ganhou bastante destaque.

Em um espaço dedicado as impressões pós evento, podemos encontrar os relatos de membros organizadores e dos presidentes das delegações participantes da quarta edição da Copa do Mundo. O então presidente da Fifa, Jules Rimet afirma seu contentamento com a realização do mundial no Brasil:

Era 1946, um ato temerário da Confederação Brasileira de Desportos a propor-se para celebrar a Taça de 1950; não estava preparada para isso; o Brasil carecia então de grandes estádios para receber os inúmeros apreciadores do jogo de football que se apresentariam às bilheterias; as dificuldades de transporte das delegações dos outros continentes pareciam insuperáveis. Mas, a CBD tinha a fé, a fé esportiva e a fé patriota; pôs-se imediatamente à obra (...) Os jogos foram corretos, valentes, ardentes e leais; nenhuma reclamação foi formulada e contra as previsões de uns rabugentos, os espectadores souberam mostrar que a exaltação patriótica não exclui o respeito ao adversário e que o football é um meio de preparar a paz nos espíritos, esperando a outra. Será um dos ensinamentos da Taça de 1950. (JULES RIMET, RELATÓRIO COPA FIFA 1950, 101)

Outros importantes membros também mostraram satisfação com a realização dos jogos no Brasil, como o vice-presidente da Fifa, na época, e membro da delegação inglesa Arthur Drewry “essas finais de Copa do Mundo foram para mim uma experiência inesquecível, cheia de alegria de participar de um sport que é disputado em todo o mundo e que tornou-se uma agente de entendimento mútuo entre todos os amantes dos desportos.” (RELATÓRIO COPA FIFA 1950, 102)

O presidente da Federação Italiana de Futebol Ottorino Barrassi formalizou o agradecimento ao país sede elogiando principalmente a postura dos atletas.

Não me considerem com falta de modéstia, se felicitando o povo brasileiro pela grande desportividade, disciplina e entusiasmo dada ao mundo inteiro; se felicitando os dirigentes da CBD pelos magníficos resultados; e se felicitando os jogadores brasileiros pela excepcional apresentação de um jogo superior apresentado àquela extraordinária multidão (...) O football mundial, pode agradecer ao Brasil, esta grande colaboração. (RELATÓRIO COPA FIFA, 1950, 100)

Já o membro da delegação da Espanha e da Comissão de Arbitragem do Torneio de 1950, Pedro Escartin se posicionou favorável a maior valorização do legado esportivo:

Considero que é muito mais importante o êxito desportivo que está obtendo a competição, do que o sucesso econômico do mesmo, já que no histórico dos torneios o que conta mais, não é o resultado material e sim, ao contrário, a pureza e normalidade dos resultados, e nesse aspecto, a Copa Jules Rimet, disputada em terras brasileiras, ficará como modelo. (RELATÓRIO COPA FIFA, 1950, 101)

Para uma primeira experiência como sede de um evento de expressão internacional, o Brasil logrou êxito a ponto de receber vários elogios e reconhecimentos pelo trabalho realizado. Além dos benefícios econômicos e estruturais que a Copa de 1950 apresentou para o país, o jornalismo esportivo também ganhou força com a realização do evento. Este mesmo relatório contempla informações do 1º Congresso Mundial de Cronistas Esportivos, sugestão da Confederação Panamericana de Cronistas Esportivos e pelo Departamento de Imprensa Esportiva da Associação Brasileira de Imprensa.

Os cronistas esportivos se reuniram para apresentar propostas de melhoria para desempenhar as suas atividades e muitas das ações aprovadas naquele congresso, resultaram, em partes, no jornalismo esportivo que conhecemos atualmente. O Congresso apresentou uma proposta de criação do curso de especialização esportiva nos países em que já existiam escolas de jornalismo.

Em um período em que o jornalismo esportivo buscava espaço, podemos dizer que este evento proporcionou um legado considerável para a comunicação esportiva no país e no mundo, criando oportunidades para os profissionais interessados na área da comunicação esportiva.

1.º Congresso Mundial de Cronistas Esportivos

1st World Sports Writers Congress

Continuado de pag. 40

Continuado de pag. 41

[Brasil] reconhecerão, em conjunto, o caráter de "Reunião Esportiva de Negócios", que a comissão de organização espera ter agido nos 12 países...

no esporte, antes e depois? 2) Os dois idiomas serão o francês e o português... 3) O programa regular abrange desde a política e organização...

...of the impact of the sport and what is usually done... 2) The sports program must be practical, specific, concise and inspiring...

TECNICISMO — The specialized sport journalist is a professional and a specialist... 2) The sports program must be practical, specific, concise and inspiring...

Organização do Congresso - Congress Organization

PREZIDENTE DO CONGRESSO

- Presidente do Estado Federal, Governador de São Paulo (Brasil)
Presidente do Conselho Municipal de Desportos, São Paulo (Brasil)
Presidente do Conselho Municipal de Desportos, São Paulo (Brasil)...

COMISSÃO DE PROPAGANDA

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE PROPAGANDA

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ORGANIZAÇÃO

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ORGANIZAÇÃO

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ORGANIZAÇÃO

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ESTUDOS

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ESTUDOS

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ESTUDOS

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE PUBLICIDADE

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE PUBLICIDADE

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE PUBLICIDADE

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE RESOLUÇÕES

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE RESOLUÇÕES

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE RESOLUÇÕES

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE HONRARIOS

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE HONRARIOS

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE HONRARIOS

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ATENDIMENTO

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ATENDIMENTO

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

COMISSÃO DE ATENDIMENTO

- Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)
Presidente, Sociedade Brasileira de Jornalismo Esportivo (Brasil)...

Presidente, A. de S. Lemos (Brasil), secretário.

(Continua na pag. 103)

Figura 02: Relatório da Copa do Mundo de 1950 – Taça Jules Rimet

5.2 O PAN AMERICANO COMO TESTE EM 2007

Após uma experiência bem sucedida como sede de megaevento em 1950, o Brasil ainda demonstrava interesse em sediar novamente um evento esportivo de expressão internacional. Foram algumas tentativas até a concretização do sonho. A experiência vivenciada pelo Pan Americano de 2007 colocou o país no circuito de realização das grandes competições internacionais. O relatório oficial do evento disponível no site do Ministério do Esporte, afirma que um dos grandes legados deixados pelo Pan 2007, foi o aprendizado de um novo modelo de organização de eventos esportivos internacionais.

De acordo com o ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, no relatório do Pan 2007, os jogos resultaram em instalações esportivas de alto nível, aquisição de materiais para a realização de mais de 40 modalidades e também para treinamento da delegação brasileira, além do êxito com a segurança das delegações e demais participantes do evento, como turistas, jornalistas, bem como a população do Rio de maneira geral. (Relatório do Pan 2007, Vol. 1, 2007)

Mas nem todos os benefícios criados para o evento foram reaproveitados ao longo ano, e ao analisarmos as informações disponíveis nos relatórios pós evento, podemos elencar pontos positivos e negativos. Alguns dos complexos esportivos criados para serem legados estruturais para o Rio de Janeiro, atualmente, estão em desuso e correspondem a milhões de investimentos inutilizados. Um exemplo é o velódromo do Rio de Janeiro, criado para o Pan e, na época, considerado o mais moderno do Brasil e que não poderá ser reaproveitado para as Olimpíadas de 2016 por ter que sofrer alterações para cumprir às exigências imposta pelo COI.

Outro campo que exigiu um planejamento complexo na organização do evento foi o trabalho realizado pela imprensa para a cobertura e transmissão dos jogos. O Centro Principal de Imprensa dos Jogos (MPC, na sigla em inglês), ficava situado no Pavilhão 5 do Rio Centro. Segundo o manual de conceitos operacionais da área, o CO-Rio (Comitê Organizador Rio 2016) deveria prover transporte eficiente para os jornalistas, salas de trabalho adequadas, visibilidade total das tribunas de imprensa nas competições, comunicação sem falhas, sistema confiável de informações e resultados e facilidade de acomodações.

O manual de planejamento da área de Operações de Imprensa elaborado em 2005, já apontava que o maior risco que se corre é quanto à imagem dos Jogos. Por isso, o mau funcionamento de algum dos serviços oferecidos à imprensa credenciada, notadamente, os mais importantes para a cobertura, como o Info e Transporte, podem gerar problemas de imagem. O grande desafio da área era oferecer um serviço de nível olímpico, mesmo possuindo menores orçamentos.

No segundo volume do relatório do Pan 2007, e pela análise do gerente de Operações de Imprensa, que ficou à frente da coordenação de agosto de 2005 a outubro de 2007, Alexandre Castelo Branco, os resultados obtidos foram positivos. “Conseguimos fazer um planejamento de alto nível, em consonância com a evolução da área de operações de imprensa no mundo. Os serviços prestados foram muito superiores aos de Santo Domingo e, guardadas as proporções, não ficaram devendo nada aos de Atenas”. Mesmo com os atrasos e os eventuais imprevistos, ao final dos jogos, o jornal O Globo atribuiu “medalha de ouro” ao MPC, considerando os serviços prestados superiores as edições passadas das Olimpíadas de Atlanta, 1996; Sidney 2000 e Atenas 2004.

Para testar a estrutura criada, eventos-teste foram realizados antes do início do XV Jogos Pan Americanos. Apenas seis modalidades foram testadas (tiro com arco,

remo, pentatlo moderno, handebol, voleibol e vôlei de praia), porque nem toda as instalações estavam prontas no prazo. Estes eventos tinham o objetivo de simular as competições e avaliar a qualidade das operações testando tudo que envolvesse a competição em si, como acesso do público, suporte ao pessoal técnico, credenciamento, segurança, voluntários, assistência médica, instalações temporárias, climatização, serviços à imprensa e sinalização do local. Os resultados com os eventos teste possibilitavam a correção antes do início oficial dos jogos. Como o Parapan aconteceu em seguida ao Pan Americano, este último também serviu de teste para o primeiro. Uma vez que as instalações utilizadas e os serviços prestados eram os mesmos, apenas em proporções menores.

O objetivo do governo era fazer com que o Pan Americano fosse um evento diferencial e que gerasse legados para o país e, principalmente, para o Rio de Janeiro, justificando assim os altos investimentos e abrindo a oportunidade de no futuro sediar outros grandes eventos.

O Governo Federal implantou uma rede moderna de informação com 550 quilômetros de fibra ótica, aparelhos de última geração para medição de resultados, sistema integrado de operação dos serviços e competições, sonorização com instalação de telões e transmissão de vídeo digital no mesmo nível utilizado na última Copa do Mundo de Futebol, entre outros modernos itens.

5.3 O QUE ESPERAR PÓS COPA DO MUNDO E OLÍMPIADAS?

Sabemos que existem diferentes propostas de legado após os megaeventos dessa década. A expectativa é grande e os eventos já constam há alguns anos nos calendários dos brasileiros.

Muito se fala de legado sociais, através de projetos esportivos sociais para a população; legados estruturais com criação de ginásios e estádios e toda a infraestrutura necessária; legados urbano ambientais, com despoluição dos rios, lagoas e baías, projetos de mobilidade urbana para proporcionar os melhores resultados possíveis. Além de todos esses tipos de legados, queremos saber quais são os possíveis legados para a comunicação, em especial para o jornalismo esportivo, com o advento dessas grandes disputas da próxima década.

Como já bem previa o economista e gerente de novas tecnologias da IBM Cezar Taurion, em seu artigo publicado no portal da Copa de 2014, em 09/09/2010, no Mundial de 2014 um dos maiores desafios do evento será transmitir a partir de cidades brasileiras som e imagem em alta definição para televisores, computadores e dispositivos móveis no mundo inteiro.

Em 2014 e 2016 já veremos turistas desembarcando por aqui com smartphones demandando velocidades que não temos hoje. O número de pessoas conectadas via dispositivos móveis será muito maior em 2014. Segundo a Fifa, em 2006, a Copa teve uma audiência acumulada de 23,6 bilhões de pessoas. Em 2014, estima-se que além das TVs de alta definição e capacidade interativa, deverão haver em todo o mundo cerca de 2,25 bilhões de computadores e mais de seis bilhões de celulares. Alguns estudos apontam que o crescimento da banda larga no mundo será de 176% entre 2007 e 2012. A Internet é, portanto, um ponto crítico que deverá ser vista com toda atenção, para garantir que os serviços de mídia sejam entregues em todo o mundo com padrão internacional. (TAURION, 2010)

Os Jogos Olímpicos têm afetado diretamente a vida dos atletas de alto rendimento do país. Desde 2010, ano após a escolha do Brasil como sede, os

investimentos em atletas, confederações e clubes aumentaram a cada temporada. O objetivo do Governo Federal é inserir o país no clube das potências olímpicas e garantir a oportunidade de sediar outros megaeventos esportivos. Para isso, os governos em diferentes instâncias têm investido mais equipamentos e novos centros de treinamentos, além de oferecer outras oportunidades como a Bolsa Pódio, uma ação focada em ampliar os investimentos no esporte brasileiro com foco nas Olimpíadas e Paraolimpíadas em 2016.

Após entendermos todo o caminho percorrido pelo Brasil como sede de outros eventos esportivos internacionais, até sermos agraciados com a oportunidade de sediar a Copa do Mundo 2014 e as próximas Olimpíadas, podemos entender como essas experiências podem influenciar no desenvolvimento do trabalho. São essas experiências que podem auxiliar na compreensão dos desafios a serem vivenciadas pelos profissionais da área.

Para saber o ponto de vista de jornalistas da área, a respeito dessa próxima década, dois jornalistas esportivos Eduardo Monsanto e Rogério Corrêa, ambos formados pela Universidade Federal de Juiz de Fora, foram entrevistados, com o objetivo de que profissionais diretamente ligados à área, possam apresentar suas perspectivas sobre essa suposta década de ouro para o esporte brasileiro e os desafios esperados.

Para o jornalista e narrador Rogério Correa, a expectativa no campo esportivo com o acontecimento dos megaeventos é a melhor possível “As duas competições vão contribuir para aumentar o padrão do esporte brasileiro. Também vão inspirar novos atletas. Os eventos também devem incrementar o turismo a curto e médio prazos”. Já na opinião do jornalista Eduardo Monsanto, há expectativa, mas também muita preocupação com os grandiosos eventos. “Acredito que o esforço bilionário pra sediar os dois eventos foi canalizado para prioridades erradas”.

Há quem acredite que alguns investimentos trarão o retorno estimado. “Na esfera esportiva, evidentemente que a Copa será uma festa inesquecível pela paixão que o brasileiro tem pelo futebol e pela qualidade dos nossos jogadores(...). Quanto aos Jogos Olímpicos, o Governo continua injetando milhões nas confederações e no esporte de alto rendimento para tentar resultados imediatos. Duvido que o número de medalhas estimado seja alcançado”, sublima Monsanto (2013).

Os jornalistas ainda acreditam que os profissionais da área possam enfrentar muitos desafios durante os eventos. Para Correa, uma das grandes dificuldades será lidar com as inevitáveis críticas internacionais às nossas mazelas sociais. Já Monsanto teme outros dois graves problemas durante uma cobertura esportiva: o ufanismo e a questões de infraestrutura, por vivenciar uma experiência ruim durante o Pan Americano de 2007. “Me lembro que no primeiro dia de competição tínhamos posição (cabine para narrador e comentarista) comprada para a estreia do Brasil no handebol. Tivemos que transmitir o jogo do estúdio porque a obra ainda não estava pronta! E com a competição já em andamento. Eram constantes quedas de energia elétrica, falhas graves que jamais seriam perdoadas pela imprensa internacional não fosse um evento de pouca relevância como os Jogos Pan-Americanos”, explica Monsanto (2013).

Para não repetir os mesmos erros de eventos passados, o país já tem preparado a infraestrutura necessária para ser utilizada pela mídia nacional e internacional. “A presença da mídia internacional nos obrigará a melhorar a infraestrutura do país na área de telecomunicações”, ressalta Correa (2013). E Monsanto (2013) ressalta o benefício que a presença da mídia internacional pode proporcionar: “a vantagem é a obrigação maior da organização em providenciar excelência nos serviços”.

Para oferecer essa estrutura necessária, altos investimentos estão sendo realizados no campo das telecomunicações e, de fato, são recursos que podem ficar como

legado para a área. “Talvez a estrutura de transmissão de alta tecnologia que será instalada no *International Broadcasting Center* (Centro Internacional de Transmissão), no Rio de Janeiro. Se houver algum legado, será esse. (Monsanto, 2013). Já para a Correia os possíveis legados também abrangem experiência, além da infraestrutura.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A oportunidade de fazer a diferença e demonstrar que o Brasil é capaz de sediar com grandiosidade os megaeventos esportivos dessa década promissora, sem dúvida, irá inserir o país em um novo patamar. Eventos como os programados para acontecer nesta década fazem parte do dia a dia da sociedade pós-moderna, despertam a atenção do público, promovem a interação, a conversação e, principalmente, a repercussão pública.

O Rio de Janeiro disputou com outras grandes cidades de países desenvolvidos, a oportunidade de sediar os próximos Jogos Olímpicos, em 2016, e após a conquista com a emocionante candidatura, podemos esperar a realização de um evento com padrão internacional.

Há também muita expectativa com a realização da Copa do Mundo de 2014, sessenta quatro anos depois da disputa de 50, o Brasil terá a oportunidade de realizar uma grande festa do futebol. Envolvendo todo o povo brasileiro, muito além das doze cidades sedes dos jogos.

Como preparação dos eventos, foram feitos altos investimentos em infraestrutura, projetos sociais e planejamentos urbanos ambientais, além da capacitação dos profissionais para a cobertura do evento. A próxima década tem motivado a procura pela formação especializada em jornalismo esportivo e o aumento da demanda de profissionais e cursos especializados para formarem profissionais competentes para participarem de uma cobertura de excelência durante as competições.

Sabemos que como consequência de todo megaevento, os resultados são o impulso no desenvolvimento da cidade que o recebe. Todos estes investimentos em infraestrutura como estádios, aeroportos e modernos equipamentos de telecomunicações, também influenciam diretamente a comunicação. Os megaeventos passaram a interferir

nas mais diversas editorias dos meios de comunicação. Por exemplo, as matérias relacionadas à Copa do Mundo e Olimpíadas também são associados às editorias de política, economia, internacional, segurança pública, muito além dos espaços delimitados da editoria de esportes. Os megaeventos movimentam tudo ao seu redor e com o passar do tempo, o interesse de estudiosos pela área só tem aumentado.

É claro, que eventos como estes terão grandes desdobramentos para toda a população. Como aspectos positivos podemos citar o movimento da economia nas cidades sedes que abrigarão os jogos, e também nas cidades vizinhas que poderão ser utilizadas como Centros de Treinamentos (CT's). São visitantes do Brasil e do mundo todo, o que influencia no crescimento do número de turistas, que aumentam a demanda de hotéis, restaurantes, etc.

Por visualizarmos uma forte influência na comunicação e levando em consideração toda a preparação ao longo dos anos, acreditamos ser possivelmente viável pensarmos em legados no campo da comunicação, além dos legados sociais e urbanos estruturais.

Compartilhamos da opinião do jornalista Eduardo Monsanto de que a presença da mídia internacional obrigará o país a oferecer uma maior organização e providenciar excelência nos serviços, e do ponto de vista do comentarista Rogerio Correa de que realmente seremos obrigados a melhorar a infraestrutura do país na área de telecomunicações.

A grande preocupação em oferecer esta tecnologia para transmissão a nível internacional já é uma forma de reconhecermos a busca pelo êxito ao final da realização dos eventos, oferecendo padrão internacional para os profissionais do mundo todo. A presença da mídia internacional proporcionará a infraestrutura tecnológica moderna, além

de uma avançada estrutura no Centro Internacional de Transmissão (*International Broadcasting Center*), no Rio de Janeiro.

As consequências dos eventos desta década podem gerar outros grandes e aprofundados assuntos a respeito do tema. Aumentando a visibilidade do país no mundo, os megaeventos esportivos também são responsáveis por elevar o padrão do esporte brasileiro, bem como dos demais serviços.

Pelo que pudemos perceber através das entrevistas com os jornalistas esportivos e o que podemos visualizar como preparação com a aproximação dos eventos, a expectativa que envolve os profissionais da área é grande. Será uma década de aprendizado e muito trabalho em todas as esferas administrativas (municipal, estadual e federal), envolvendo diretamente toda a população, organização, atletas, profissionais em geral. E por isso, podemos esperar uma fase promissora para a comunicação, com grande ênfase no jornalismo esportivo, pós megaeventos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBEIRO, Heródoto e RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BRASIL, Biblioteca da Presidência da República - Acesso em 06/01/2014: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2009/2o-semester/02-10-2009-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-sessao-de-apresentacao-da-candidatura-rio-2016-ao-coi/view>
- BORDIEU, Pierre . **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BOURG, Jean-François. Economia do esporte. Bauru, SP: Edusc. 2005.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2004
- CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS, Relatório Oficial da Copa 1950 <http://download.uol.com.br/esporte/relatorio-da-copa-de-1950.pdf>
Acesso em: 03/01/2014
- DaCOSTA, Lamartine. P.; MIRAGAYA, Ana. Estado da Arte do Conhecimento sobre Legados de Megaeventos Esportivos no Exterior e no Brasil. In: DaCOSTA, L. P. et al. (Ed.). Legados de megaeventos esportivos. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 33-45.
- FONSECA, Ouhydes. **Esporte e Crônica Esportiva**. In: TAMBUCCI, Pascoal Luiz. & OLIVEIRA, José Guilmar Mariz de & COELHO SOBRINHO, José. (orgs.) Esporte & Jornalismo, São Paulo, CEPEUSP, 1997.
- GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: o jogo da narração**. Juiz de Fora: Gráfica Juizforana, 2012.
- GURGEL, Anderson. O Papel do Jornalismo nos Megaeventos Esportivos. In: INTERCOM, 2012. Fortaleza. Unifor, 2012.
- _____. Megaeventos Esportivos e Protestos. In: INTERCOM, 2013. Manaus, Ufam. 2013
- HELAL, Ronaldo. **O que é sociologia do esporte**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- MASCARENHAS, Gilmar, Bienenstein, Glauco e Sanchez, Fernanda (org), **O jogo continua: megaeventos esportivos e cidades**, rio de Janeiro: ed. Uerj, 2011, 216p.
- MARQUES DE MELO, José Marques. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- _____. **Jornalismo Brasileiro**. Sulina, 2003.

_____. **Teoria do jornalismo: Identidades Brasileiras**, Paulus, 2006.

MINISTÉRIO DOS ESPORTES, Caderno Legados Brasil, disponível em <<http://portal.esporte.gov.br/arquivos/rio2016/cadernoLegadosBrasil.pdf>> Acessado em 28/12/2013.

_____. Caderno Legados Sociais, disponível em <<http://www.esporte.gov.br/arquivos/rio2016/cadernoLegadosSocial.pdf>> Acessado em 28/12/2013.

_____. Caderno Legados Urbanos, disponível em <<http://www.esporte.gov.br/arquivos/rio2016/cadernoLegadosSocial.pdf>> Acessado em 28/12/2013.

PEREIRA, Wellington. **Crônica: a arte do útil ou do fútil?** João Pessoa: Idéia, 1994.

PRONI, Marcelo Weishaupt. A reinvenção dos Jogos Olímpicos: Um projeto de Marketing. Revista Esporte e Sociedade. UFF. 2008

POIT, D. Rodrigues. **Organização de Eventos Esportivos**. 2ª Edição, Londrina: Midiograf, 2000.

PREUSS, H. **Aspectos Sociais dos Megaeventos Esportivos**. In: RUBIO, K. (Org.). Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008. p. 13-35.

ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1984.

RUBIO, K. Os Jogos olímpicos e a transformação das cidades: os custos sociais de um megaevento. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, v. IX, n. 194 (85), 1 ag. 2005. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-85.htm> [ISSN: 1138-9788]. Acesso em 21 de novembro de 2013.

TAVARES, Octávio. Megaeventos Esportivos. **Movimento**: revista da Escola de Educação Física da UFRGS. Porto Alegre. v.17. n. 03. P. 11-35. Jul/Set 2011.

UNZELTE, Celso; PRADO, Magaly (Org.). **Jornalismo esportivo**. Relatos de uma paixão. São Paulo: Saraiva, 2009.

APÊNDICE A

Entrevista jornalista Eduardo Monsanto, do canal ESPN, concedida por e-mail em 13/12/2013.

1) Qual sua expectativa para a Copa do Mundo de 2014 e para as Olimpíadas de 2016?

O esforço bilionário pra sediar os dois eventos foi canalizado para prioridades erradas. Estádios luxuosos para enriquecer empreiteiras, benesses para clubes construir arenas próprias, obras super-faturadas e mal-conduzidas. Isso é o que dá pra saber da Copa. Já ouvi de colegas que têm fontes no Tribunal de Contas da União que a farra da Copa será um cisco perto do rombo a ser promovido pelos Jogos Olímpicos. Essa é a parte triste. Na esfera esportiva, evidentemente que a Copa será uma festa inesquecível pela paixão que o brasileiro tem pelo futebol e pela qualidade dos nossos jogadores, embora a impressão de que é uma festa para todos os brasileiros é falsa. Apenas a elite endinheirada conseguirá ver jogos nos estádios. Quanto aos Jogos Olímpicos, o Governo continua injetando milhões nas confederações e no esporte de alto rendimento para tentar resultados imediatos. Duvido que o número de medalhas estimado seja alcançado.

2) Como você avalia a cobertura dos jogos Pan-Americanos no Rio de Janeiro em 2007?

Para alguns veículos, o fator ufanismo acabou dando ao evento um tamanho maior do que ele realmente tinha. Esse foi o maior pecado na cobertura do Pan, de modo geral. E se falou pouco do chamado “legado do pan”, que acabou sendo o grande mico da competição. Vila Olímpica cheia de problemas na construção, velódromo milionário desmontado, Parque Aquático Maria Lenk praticamente abandonado...

Exceção única foi o programa Histórias do Esporte, da ESPN Brasil. Os repórteres Marcelo Gomes e Roberto Salim foram atrás de todas estes capítulos vergonhosos dos líderes do esporte brasileiro. Está na internet pra quem quiser ver, e com grandes chances de se repetir na Olimpíada.

3) Quais foram os principais desafios que você enfrentou durante a cobertura do Pan Americano 2007?

O maior de todos foi a falta de planejamento na execução das obras. Me lembro que no primeiro dia de competição tínhamos posição (cabine para narrador e comentarista) comprada para a estreia do Brasil no handebol. Tivemos que transmitir o jogo do estúdio porque a obra ainda não estava pronta! E com a competição já em andamento. Eram constantes quedas de energia elétrica, falhas graves que jamais seriam perdoadas pela imprensa internacional não fosse um evento de pouca relevância como os Jogos Pan-Americanos.

4) Sediando grandes eventos como Copa do Mundo e Olimpíadas, o que destacaria como os possíveis desafios para a imprensa brasileira?

O principal deles é evitar o ufanismo. É mais útil para a sociedade e para a classe esportiva que quem quiser torcer vá para arquibancada. Jornalismo é outra coisa.

5) Como a presença da imprensa internacional pode auxiliar no trabalho da mídia nacional?

A vantagem é a obrigação maior da organização em providenciar excelência nos serviços. Fora isso, são jornalistas como outros quaisquer.

6) O Brasil vivencia uma década de ouro para o jornalismo esportivo?

Nunca mais teremos dois eventos deste porte de maneira consecutiva. É claro que se trata de uma situação ímpar. Mas a chance de ouro, deixar um grande legado de infraestrutura para a população, com obras viárias, aeroportuárias e outras, essa o governo deixou passar.

7) Você acredita em possíveis legados para a comunicação social após a realização desses grandes eventos? Quais?

Talvez a estrutura de transmissão de alta tecnologia que será instalada no International Broadcasting Center, no Rio de Janeiro. Se houver algum legado, será esse.

APÊNDICE B

Entrevista jornalista e comentarista Rogério Correa, do canal SporTV, concedida por e-mail em 13/12/2013.

1) Qual sua expectativa para a Copa do Mundo de 2014 e para as Olimpíadas de 2016?

No campo esportivo, a expectativa é a melhor possível. As duas competições vão contribuir para aumentar o padrão do esporte brasileiro. Também vão inspirar novos atletas. Os eventos também devem incrementar o turismo a curto e médio prazos.

2) Sediando grandes eventos como Copa do Mundo e Olimpíadas, o que destacaria como os possíveis desafios para a imprensa brasileira?

Lidar com as inevitáveis críticas internacionais às nossas mazelas sociais.

3) Como a presença da imprensa internacional pode auxiliar no trabalho da mídia nacional?

A presença da mídia internacional nos obrigará a melhorar a infraestrutura do país na área de telecomunicações.

4) O Brasil vivencia uma década de ouro para o jornalismo esportivo?

Sim. Para quem gosta da área, é uma década especial, cheia de trabalho e responsabilidade.

5) Você acredita em possíveis legados para a comunicação social após a realização desses grandes eventos? Quais? Experiência e infraestrutura.

ANEXOS

1 – Matéria: Governo abandona projeto para o principal legado social da Rio 2016 - Portal UOL - 02/09/2013



Governo abandona projeto para o 'principal legado social' da Rio-2016

Viniçius Konchinski, Do UOL, no Rio de Janeiro 02/09/201306h00

Quando o Rio de Janeiro se candidatou à sede da Olimpíada de 2016, a capital fluminense disse ao COI (Comitê Olímpico Internacional) que deveria receber os Jogos porque era a cidade para qual o megaevento traria o maior legado entre todas as candidatas. Faltando menos de três anos para a Olimpíada, entretanto, o próprio governo estadual abandonou um projeto o qual ele mesmo informou ser o "principal legado social" que a Rio-2016 deixaria para o Estado.

A iniciativa era o Projeto Rio 2016, criado em 2009, logo depois de a capital fluminense ser escolhida sede da Olimpíada. A ação tinha como objetivo disseminar a prática esportiva em todo Estado, inclusive, em comunidades carentes incluídas no programa de pacificação de favelas. Em quase quatro

anos, a iniciativa chegou a atender mais de 150 mil pessoas, em quase de 800 núcleos, instalados em 73 dos 92 municípios. Mesmo assim, foi encerrado em agosto.

O fim do projeto foi anunciado pelo próprio secretário estadual de Esporte e Lazer, André Lazaroni, em seu perfil em uma rede social. Ele informou que a SEEL (Secretaria Estadual de Esporte e Lazer) já está trabalhando em um plano de um novo projeto para substituir o Rio 2016. Não disse, porém, como os beneficiários do projeto poderão manter suas atividades físicas hoje, após o fim da ação.

Em entrevista ao **UOL Esporte**, Lazaroni explicou que o Rio 2016 acabou pois "já estava para acabar". O projeto era um convênio entre a SEEL e a Farj (Federação de Atletismo do Rio de Janeiro), que contratava técnicos e professores para aulas de 53 modalidades esportivas. O convênio, contudo, tinha com prazo definido. "O prazo terminou e o projeto não foi renovado", resumiu o secretário.

O encerramento, porém, surpreendeu a própria Farj. De acordo com presidente da federação, Carlos Lancetta, até pelo nome do projeto, a expectativa era de ele que fosse mantido. Em anos anteriores, por exemplo, o convênio do Rio 2016 já tinha sido renovado, mas isso não aconteceu desta vez. "Como um dirigente esportivo, lamento que tenha terminado. Afinal, ele atendia muita gente", afirmou Lancetta.

Ele, porém, fez uma ressalva. "Do jeito que estava não dava para ficar", disse. "Tem muito professor que não estava mais recebendo seus pagamentos. Isso é complicado."

O secretário Lazaroni confirmou os problemas nos pagamentos. Disse que eles foram causados por "questões burocráticas", as quais já estão sendo solucionadas. "Houve um período do Rio 2016 que não foi coberto pelo convênio. Não tenho como pagar porque isso seria ilegal. Já estamos procurando uma solução."

Já a criação de um novo projeto depende de uma licitação. A SEEL pretende abrir uma concorrência para que organizações sociais disputem contratos para uma nova ação. Desta vez, entretanto, ela não estará mais vinculada à Olimpíada nem se chamará Rio 2016. O novo projeto ganhará novo nome: Esporte RJ.

2- Matéria: Novas arenas brasileiras ganham público – Jornal Gazeta do Povo 06/01/2014



Na estreia, arenas brasileiras ganham o público

Novos complexos erguidos para a Copa caíram no gosto popular, com média de torcedores 247% maior do que a dos velhos estádios do Brasileirão

06/01/2014 | 00:02 | [ANDRÉ PUGLIESI](#)

O Brasileiro 2013 foi o primeiro campeonato disputado com as novas arenas, erguidas sob o padrão Fifa para a Copa do Mundo deste ano. Ao término das 38 rodadas, e logo na temporada inaugural, as modernas praças esportivas impactaram profundamente o cenário.

124 partidas da Série A foram jogadas no Castelão, Fonte Nova, Mané Garrincha, Maracanã, Mineirão, Arena Pernambuco e Arena do Grêmio (a única que ficou de fora do Mundial). A média de público alcançou 28.917 por jogo.

O número é 247% maior do que o registrado nas arquibancadas dos velhos estádios, onde a bola rolou 256 vezes. No Pacaembu, Morumbi, Couto Pereira e Vila Capanema, por exemplo, a média de comparecimento apontou 11.672 torcedores.

“A melhor infraestrutura atraiu mais pessoas para as arenas. Acessos, banheiros, alimentação, tudo em melhores condições, uma realidade oposta do que o torcedor conhecia”, afirma Amir Somoggi, especialista em marketing e gestão esportiva.

Outros dois fatores também impulsionaram a diferença. A novidade e os resultados de campo. “Sem dúvida os dois elementos foram decisivos para a mudança”, comenta Alessandro Rodrigues, professor e consultor de marketing esportivo, autor de um estudo sobre o tema.

O Mané Garrincha, em Brasília, retrata bem a curiosidade do público. Santos e Flamengo inauguraram a praça na capital federal em maio, na despedida de Neymar rumo ao Barcelona, para um público de 63.501 pessoas, recorde do Nacional.

O Cruzeiro reuniu os dois elementos. Na campanha que lhe valeu o título da competição a Raposa foi acompanhada por 28.911 pessoas em média nas cadeiras do remodelado Mineirão. No ano passado, sem “casa própria”, o clube contou com 13.027 pessoas por compromisso.

Além de mais público, as novas arenas representaram um incremento considerável no caixa. A média de renda bruta atingiu R\$ 862.843. Descontadas todas as despesas, aluguel e etc., a renda líquida bateu em R\$ 516.563.

Nos estádios antigos a grana que entrou para os cofres dos clubes foi bem menor. Em média, R\$ 255.653 de renda bruta. A renda líquida ficou em R\$ 114.427 por confronto.

“O faturamento maior foi consequência do preço dos ingressos. Em alguns casos o preço foi altíssimo”, explica Alessandro Rodrigues. No jogo em Brasília de Santos e Flamengo os bilhetes variavam de R\$ 160 a R\$ 400, resultando em uma renda de R\$ 6,9 milhões, a terceira maior da história do futebol brasileiro.

Entretanto, quando se fala em dinheiro, ainda há alguns pontos a serem resolvidos. “Os grupos operadores das arenas ficam com uma parcela das rendas, ou recebem um aluguel, há diversos formatos. Ou seja, nem sempre o que aparece como renda chegou aos cofres dos clubes”, alerta Fernando Ferreira, sócio-diretor da Pluri Consultoria, empresa especializada em marketing e gestão esportiva.

No confronto jogado em Brasília, o Peixe, mandante do jogo, embolsou somente R\$ 800 mil. A bolada acabou nas mãos da empresa que “comprou” os direitos do duelo.

A expectativa agora é sobre a influência em 2014 dos demais palcos ainda em construção para a Copa do Mundo. Restam por inaugurar o Beira-Rio, a Baixada, Itaquarão, as arenas de Cuiabá, Manaus e Natal – apesar de estar fora do Mundial, o novo campo do Palmeiras também pode ser incluído na conta. “A tendência é que o mesmo fenômeno se repita. Especialmente no Rio Grande do Sul, São Paulo e Paraná. Nos outros locais já será mais complicado”, comenta Amir Somoggi.

E se o impacto inicial deve prosseguir favorável, o futuro ainda é incerto. “Vamos precisar ainda de um pouco de tempo para analisarmos essa nova realidade. Temos uma chance de crescimento, mas será preciso saber administrá-la”, complementa Rodrigues.

O IMPACTO NOS NÚMEROS

Confira abaixo o impacto das novas arenas no Campeonato Brasileiro de 2013. Foi registrado um crescimento considerável de público e renda na comparação com os velhos estádios.

Ticket médio

| | |
|--------------|-----------|
| Novas arenas | R\$ 44,10 |
| Estádios | R\$ 22,85 |
| Campeonato | R\$ 33,52 |



Renda

| | | Arenas | Estádios |
|------------------------|-----------------|--------|----------------------------------|
| Total de renda bruta | R\$ 106.992.601 | | R\$ 65.447.241 |
| Média por jogo | R\$ 862.843 | | R\$ 255.653 ↗ 337% maior |
| Total de renda líquida | R\$ 64.053.924 | | R\$ 29.293.326 |
| Média por jogo | R\$ 516.563 | | R\$ 114.427 |



Público

| | | Arenas | Estádios |
|--------------------------------|---------|--------|--------------------------------|
| Total | 520.508 | | 2.988.100 ↗ 247% maior |
| Média de público | 28.917 | | 11.672 |
| Média de público do Brasileiro | 14.951 | | |

124 Arenas

Jogos

Estádios **256**



ARENAS:

Castelão, Fonte Nova, Mané Garrincha, Maracanã, Mineirão, Arena Pernambuco e do Grêmio.

Fonte: Redação.
Infografia: Gazeta do Povo.

ESTÁDIOS:

Couto Pereira, Vila Capanema, Pacaembu, Morumbi, Independência, São Januário, Heriberto Hulse, Moisés Lucarelli, Serra Dourada, Canindé, Vila Belmiro, Manoel Barradas etc.