

37º Encontro Anual da ANPOCS

**500 dias para a Copa do Mundo 2014
O que é pauta na mídia?**

ST21 – Esporte e Sociedade

**Tatiane Hilgemberg
2013**

500 dias para a Copa do Mundo 2014 - O que é pauta na mídia?

Tatiane Hilgemberg

INTRODUÇÃO

No último século testemunhamos a rápida difusão do esporte pelo Brasil e pelo mundo; e nesta difusão o futebol teve lugar de destaque, sendo no país o principal esporte. Mais do que isso, no Brasil, o futebol transformou-se no esporte nacional, e “(...) foi o que reteve a capacidade de representar o Brasil e os brasileiros em todas as circunstâncias” (GUEDES, 2009).

O século XX ficou caracterizado no país como século do futebol. O esporte de origem inglesa foi apropriado pelo Brasil como se aqui tivesse se originado, como se seus atletas fossem os melhores do mundo, como se os brasileiros jogassem, amassem e entendessem de futebol como em nenhum outro lugar do mundo, tornando-se assim “paixão nacional” (HELAL e GORDON, 2002).

Tudo isso está bem sintetizado no epíteto “Brasil, país do futebol”, já solidificado não só no imaginário nacional, mas também fora do país, principalmente em decorrência da supremacia brasileira em Copas do Mundo, após as quatro conquistas (1958/1962/1970/1994) (Ibidem, p. 37).

O futebol, enquanto fenômeno global e um dos mais importantes esportes do planeta tem-se constituído em vários países do mundo num campo de debates privilegiado acerca da nação e do seu "povo". Em época de Mundial, por exemplo, é o futebol que acaba por atualizar e renovar, consoante os casos, o espírito de nação (DAOLIO, 2000). O interesse social pelo futebol durante o Campeonato do Mundo é apropriado pela mídia, que produz peças de comunicação, cria produtos e serviços especiais, nos quais se incluem a cobertura dos jogos, os cadernos especiais nos jornais e revistas, dossiês especiais nos telejornais, programação temática dedicada ao Mundial, anúncios publicitários, entre outros.

Para além disso, muitos estudiosos já o disseram, vivemos um momento único na história do país com a realização da Copa de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 no e pelo país, portanto as análises de questões envolvendo os eventos em questão terão momento privilegiado de investigação. Helal (2011) aponta que este é o momento em

que o esporte de massa atinge seu ápice de importância “(...) como objeto de estudo, como meio para entender a cultura e/ou as relações entre elas, ou como fim em si mesmo, para adquirirmos mais conhecimento sobre esse universo”. Assim, este estudo tem como objetivo verificar quais os assuntos mais abordados pelos meios de comunicação a 500 dias da Copa do Mundo.

O FUTEBOL NO E PARA O BRASIL

Além do estatuto extraordinário resultante da sua dimensão de larga escala e da periodicidade com que são disputados (ROCHE, 2003), os mega-eventos deportivos, tais como os Campeonatos Mundiais de Futebol, constituem acontecimentos midiáticos por excelência. Mais do que isso, tendem a converter-se em ocasiões politicamente controversas de afirmação nacionalista e de reconhecimento internacional (BLAIN, BOYLE e O’DONNELL, 1993; O’DONNELL e BLAIN, 1999).

A vinculação entre esporte e identidade nacional não é um fenômeno recente, mas alcançou o seu apogeu no século XX. Na verdade, o esporte tem sido considerado por muitos autores como o domínio no qual as mais intensas formas de nacionalismo da sociedade contemporânea são geradas (BAIRNER, 2001; HARGREAVES, 2000; MAGUIRE e POULTON, 1999; POULTON, 2004) e a tensão entre nacionalismo e globalismo se manifesta (BAIRNER, 2001; ROWE, 2003; TOMLINSON, 1996, 2004).

No último século testemunhamos a rápida difusão do esporte pelo Brasil e pelo mundo; e nesta difusão o futebol teve lugar de destaque, sendo no país o principal esporte. Mais do que isso, no Brasil, o futebol transformou-se no esporte nacional, e “(...) foi o que reteve a capacidade de representar o Brasil e os brasileiros em todas as circunstâncias” (GUEDES, 2009).

De acordo com Gastaldo (2004, p. 125) “A Copa do Mundo é um fato social de enorme importância na cultura brasileira contemporânea, e cujo acesso está estreitamente vinculado a seu caráter midiático”. De fato, jornalistas e comentaristas desportivos são os intérpretes privilegiados do futebol, especialistas e peritos que “testemunham” a sua prática e tudo que a cerca. Produzem, desde a década de 1930, relatos e avaliações sobre futebol, divulgados pela imprensa escrita, pelo rádio, pela televisão, e mais recentemente pela internet. Deste modo, uma parte das discussões em torno do futebol é documentada

e divulgada nos meios de comunicação que produzem, de fato, as leituras autorizadas dos eventos.

A partir dos anos 30 o futebol passa a constituir parte fundamental da identidade nacional. Esta época, marcada politicamente pelo início do Estado Novo, liderado pelo presidente Getúlio Vargas, caracterizou-se pelo forte controle do Estado, pela preocupação com desenvolvimento nacional; e buscou-se, pela primeira vez na história do Brasil, uma identidade nacional. As questões trabalhistas ocuparam lugar de destaque neste período, a constituição de 1934 garantia salário mínimo, regulamentação da carga de trabalho, direito à organização em sindicatos, carteira de trabalho, descanso semanal remunerado etc. (HELAL e GORDON, 2002). É neste contexto que o futebol tem sua ascensão.

Dos anos 30 aos 50, a popularização do futebol acelera-se. O Brasil só se destaca efetivamente no cenário internacional em 1938 na Copa realizada na França. Na terceira edição do campeonato o Brasil termina com a terceira colocação e volta da Europa com o suposto estilo de futebol exaltado e reconhecido. Na década de 40 a paixão pelo futebol difunde-se em todas as classes sociais, e a partir daí afirma-se como manifestação popular. Contudo, esta popularização deveu-se à profissionalização do setor, e também à atuação da imprensa, que transformaram esse esporte em espetáculo de massa. Assim, a atuação dos jornalistas começa a difundir a ideia de que existiria um estilo próprio de jogar futebol no Brasil, que se manifesta em campo como uma espécie de dança, expressando características como “(...) malícia, arte, musicalidade, ginga e espontaneidade” (Ibidem).

É inegável que o futebol brasileiro passou, e ainda vem passando, por profundas modificações se comparado com o futebol dos anos 70. A corrupção que pontua a história do futebol brasileiro, como as sucessivas denúncias contra o ex-presidente da Confederação Brasileira de Futebol Ricardo Teixeira, e o esquema de manipulação de resultados futebolísticos com o envolvimento de árbitros que veio à tona em 2005, a falta de qualificação de dirigentes, a queda do número de espectadores nos estádios, o aumento da violência entre torcedores, entre outros fatores começam a dar mostras de uma crise no futebol brasileiro e ao questionamento da própria importância do futebol no país. E em consequência as narrativas jornalísticas sobre o futebol no Brasil estão em processo de mudança, algumas continuam apegadas à afirmação da identidade nacional e

outras que tentam desmistificá-las (HELAL e GORDON, 2002), e já não tratam de forma homogênea o futebol como metonímia da nossa nação.

Não é à toa que o Brasil é conhecido mundialmente como o “país do futebol”. De fato, a sua fama transcende as fronteiras nacionais “o seu estilo de jogo é referência mundial e os principais jogadores brasileiros são ídolos em todas as partes do planeta, sendo disputados por equipes de vários países” (DAOLIO, 2000). No caso brasileiro, o futebol não só se transformou no desporto-rei nacional, mas assumiu-se sobretudo como um dos principais emblemas da “identidade brasileira”, juntamente com o samba e as chamadas “religiões afro-brasileiras”.

Na verdade, o futebol tem pela sua representatividade e transversalidade a “capacidade de representar o Brasil e os brasileiros em todas as circunstâncias” (GUEDES, 2009). A cultura futebolística, aliada ao currículo vitorioso – recordista de títulos no Mundial (cinco) e de vitórias seguidas (onze) e a única equipe presente em todos os Mundiais – faz com que a equipe brasileira seja considerada favorita em todas as competições que disputa.

De acordo com DaMatta, o futebol é um esporte nacional não só porque é jogado por muita gente, mas também porque é discutido cotidianamente.

(...) os comentários sobre o futebol são sempre levados a sério no Brasil. Algumas dessas questões têm um nítido caráter moral ou filosófico e dizem respeito não somente ao estado físico dos jogadores ou às condições do campo equipamento utilizado, mas a problemas transcendentais, como a oposição entre o destino e a vontade individual; a divisão e a luta entre a dedicação e o treinamento e a sorte. (DAMATTA, 1982, p. 29)

E a grande responsável por abastecer essas discussões é a mídia. A abordagem dos diferentes esportes pelos meios de comunicação é na verdade um discurso que media a realidade. Umberto Eco (1984) estabelece vários níveis de apropriação da atividade esportiva pelo discurso jornalístico. A primeira categoria, a do esporte elevado ao quadrado, dá-se quando o jogo, que era praticado em primeira pessoa, passa a ser uma espécie de discurso sobre o jogo, isto é, o jogo passa a ser um espetáculo esportivo. O esporte tornado espetáculo engendra um esporte “elevado ao cubo”, a segunda categoria, que é o discurso sobre o esporte, ou seja, o discurso da imprensa esportiva. Por fim, o esporte elevado à enésima potência representa o discurso sobre a imprensa esportiva, como é o caso dos comentaristas das páginas esportivas dos jornais. A mídia se apropria dos eventos e media o acesso ao acontecido.

Apesar de se afirmar fiel aos fatos e basear-se na prerrogativa da objetividade, a transmissão de um evento passa pela construção do enunciador. A mídia opera uma mediação entre realidade real e realidade transmitida, que

(...) evidencia determinados fatos sob determinados enfoques, em detrimento de outros. O interesse social pelo futebol no Brasil durante a Copa é apropriado pela mídia, que, em princípio, atende a uma “demanda social” pré-existente, produzindo peças de comunicação e criando um circuito de produção e consumo motivado pelo evento em curso (GASTALDO, 2009, p. 362).

Na verdade, o futebol sempre foi mais do que uma paixão brasileira, foi na verdade uma poderosa ferramenta de integração social e de solidificação da identidade nacional, como se o esporte e suas características pudessem revelar a alma brasileira (HELAL e GORDON, 2002).

E em uma competição como a Copa do Mundo, os participantes não são meros times de futebol, são ‘seleções nacionais’ que encarnam de forma simbólica sua respectiva nação. Este evento é mais do que um torneio esportivo, é, sim, uma chance de se colocar a própria nação em perspectiva comparada com o resto do mundo. A cada quatro anos o país se veste de verde e amarelo e “redescobre-se” mais orgulhoso de sua brasilidade. Assim, a Copa-2014 pretende ser um evento ainda mais especial, não só por ser o Brasil o país do futebol, mas também por ter o potencial para levar à baila discussões acerca de políticas públicas, economia e corrupção.

A difusão e a consolidação como esporte nacional, a criação de ídolos e mitos, fez com que se percebesse o pontencial do futebol como espetáculo. E quando se fala em megaeventos esportivos a associação entre esporte e espetáculo não é só comum, como é inevitável. E com a espetacularização do futebol, o consumo de produtos esportivos e a atuação dos meios de comunicação, consolidaram, não apenas o futebol, mas o esporte (profissional) como agente econômico e político (GURGEL, 2009)

Os megaeventos, como Jogos Olímpico e Copas do Mundo, representam o ápice do processo de espetacularização e nas páginas de jornais e revistas, nas ondas do rádio, nas imagens televisivas e na tela do computador estão no limiar entre esporte e entretenimento, trazendo um grande desafio para o jornalismo esportivo.

O que se percebe é um enfraquecimento do jornalismo esportivo frente à espetacularização do esporte. Os meios de comunicação assumiram a função de expandir e regular o mesmo, contudo o poder da mídia enfraqueceu no seu trabalho de cobertura

dos eventos esportivos, especialmente na expansão do esporte, hoje há um grande foco no futebol, e no seu papel de reguladora. O esporte espetáculo tornou-se um produto mercadológico. As cifras e os números envolvidos com o futebol não nos deixam mentir.

AGENDA SETTING E ENQUADRAMENTO

E a mídia tem grande responsabilidade sobre a forma como a sociedade entende o futebol, uma vez que ela é uma das grandes responsáveis por agendar o público. Essa agenda não é, contudo, unidirecional, a mídia agenda o esporte e vice-versa, que por sua vez sofre influências, e porque não dizer interferências, de agendas de outros campos sociais. Há uma multiplicidade de agendas que se interconectam, e portanto, dizer que os meios de comunicação agendam a sociedade não quer dizer que a opinião pública pensa nos moldes sugeridos por eles. Assim,

em conseqüência da ação dos jornais, da televisão e de outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo (SHAW, 1979, p.96).

O agendamento ou agenda setting, processo através do qual escolhe-se quais são as questões mais importantes que devem estar em pauta, surgiu nos anos 70. Diversos estudos apresentaram traços do conceito de agenda setting, como por exemplo Lippmann (1922), Berelson, Lazarsfeld e McPhee (1954), Lipset, Lazarsfeld, Barton e Linz (1954). Contudo estes autores ainda não possuíam dados necessários para comprovar os efeitos da mídia. Em 1963 Cohen lança um livro no qual pode-se encontrar uma afirmação mais explícita sobre a agenda setting. Já neste livro podemos encontrar a afirmação de que mesmo que os meios de comunicação não sejam bem sucedidos em nos dizer quais opiniões deter, eles são muito eficazes em nos dizer sobre o que deter opiniões (BROSIUS e WEIMANN, 1996). Contudo as primeiras provas empíricas desta hipótese só apareceram em 1965 em um estudo realizado por McLeod.

A hipótese do agendamento afirma que existem uma relação entre o conteúdo midiático e as questões levantadas para debate pela audiência. Apesar de as evidências de que a mídia altera profundamente as atitudes da sociedade esteja longe de ser conclusiva,

a evidência de que as pessoas informam-se a partir da imensa quantidade de informação disponível pelos meios de comunicação é muito forte (MCCOMBS e SHAW, 1972).

Os meios de comunicação de massa direcionam a atenção do público para certos assuntos. Eles constroem imagens de figuras públicas, e constantemente apresentam objetos sobre os quais os indivíduos devem pensar, saber sobre e ter sentimentos a respeito (MCCOMBS e SHAW, 1972).

Entre os pressupostos da agenda setting destacam-se (HOHLFELDT, 1997): o fluxo contínuo de informação, ou seja, durante todo o dia somos bombardeados por informações que podem inclusive confundir o receptor; os meios de comunicação influenciam o receptor a médio e longo prazo; e, a mídia é capaz de, a médio e longo prazo, influenciar sobre o que pensar e falar, ou seja, o público acaba por incluir em suas preocupações os assuntos que são abordados (agendados) pelos meios de comunicação.

Por ser uma hipótese, e não uma teoria fechada, diversas experiências têm sido realizadas neste campo, e da mesma forma outras novas hipóteses também surgiram, como é o caso da espiral do silêncio. Por outro lado, de acordo com Hohlfeldt (1997) esta hipótese pode ainda ser combinada com as demais hipóteses a fim de compreender o mais amplamente possível a abrangência do processo comunicacional. E uma dessas teorias seria o enquadramento. Na comunicação o enquadramento define como a cobertura midiática pode moldar a opinião pública ao estabelecer quais informações serão selecionadas e salientadas.

Enquadramento midiático é a forma com que a informação é apresentada para a audiência. O primeiro teórico a delinear o conceito de enquadramento foi Erving Goffman em *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (1974), definindo-o como um esquema de interpretação que possibilita que o indivíduo localize, perceba, identifique e rotule as ocorrências ou suas experiências de vida, ou seja, esses enquadramentos nos auxiliam a responder à questão “O que está acontecendo aqui?”.

Outros estudiosos também trouxeram à tona conceitualizações de enquadramento, o que contribui não apenas para o desenvolvimento da teoria, mas também para que não haja um consenso em termos de conceito. Contudo Robert Entman modernizou o proposto por Goffman trazendo sua aplicação para os meios de comunicação e conceitualizando-o.

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los

mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover um definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1994, p. 294; apud PORTO, 2002).

METODOLOGIA

Para organização e discussão do corpus da pesquisa utilizamos os procedimentos metodológicos da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), muito própria para análise de textos jornalísticos. Este referencial é predominantemente útil em estudos no âmbito dos meios de comunicação social, e por isso apropriado para auxiliar nas exigências do mesmo. Com efeito, a análise de conteúdo não é uma técnica que se limita a uma simples descrição (VALA, 1986), mas tem como objetivo a interpretação das mensagens (BARDIN, 1977).

No presente artigo consideramos apenas as notícias e reportagens, excluindo portanto artigos opinativos, cartas ao editor, crônicas e editoriais, publicadas pelos sites noticiosos Globo.com, Uol, Estadão e Terra no dia 28 de Janeiro de 2013 a exatos 500 dias para o início do evento no Brasil. A escolha por esta data justifica-se pelos eventos comemorativos agendados para este dia. Iniciamos nossa análise com a recolha, a partir das ferramentas de busca disponibilizadas nos sites acima referidos, de todos os textos, escritos, na data mencionada utilizando as palavras-chave: Copa do Mundo e Copa 2014. Ao fim da coleta e seleção obtivemos uma amostra de 67 matérias.

A partir de uma primeira leitura foi possível criar seis itens de observação para ressaltar os enquadramentos dos sites analisados: As obras da Copa no Brasil; Questões econômicas que envolvem a Copa 2014; Cancelamento de eventos comemorativos; Segurança; Questões relacionadas aos estádios a serem utilizados na Copa; Outros temas pontuais. Dentro de cada item de observação os enquadramentos foram considerados segundo a utilização na matéria de substantivos, metáforas, ironias, expressões, adjetivos e generalizações relacionados a cada item observado. Assim analisamos o enquadramento de cada notícia dentre os seguintes: Meramente informativo (quando apenas os dados e informações são transmitidos); Condescendente (quando há uma atitude de “morde e assopra”, ou seja, são dadas as notícias ruins mas também as boas); Pessimista (foco em problemas); Otimista (foco em soluções); Vigilante (mostrando

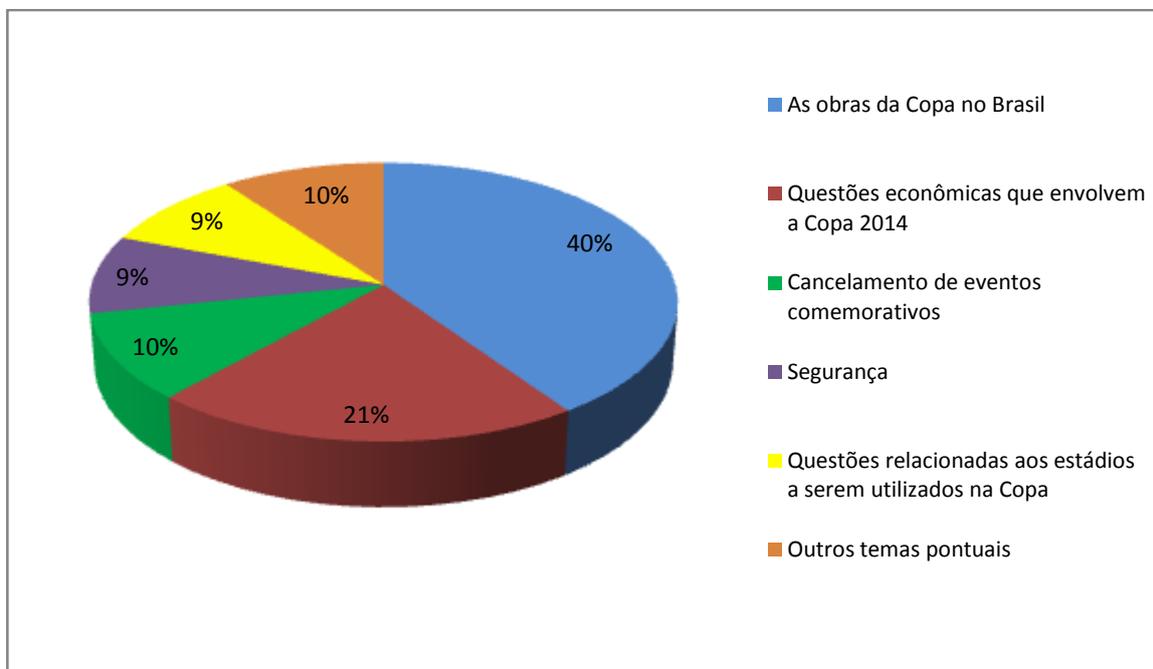
discrepâncias entre informações, abastecendo o internauta com dados a partir de uma perspectiva mais investigativa).

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

No dia 30 de outubro de 2007 o presidente da FIFA, Joseph Blatter, anunciou o Brasil como sede da Copa do Mundo 2014. Esse anúncio criou, então, uma demanda cada vez maior por informações acerca do evento. Dessa forma questionamos: a 500 dias da Copa do Mundo no Brasil quais os principais temas presentes na cobertura midiática e quais os principais enquadramentos?

Ao total foram identificados 67 matérias, sendo excluídas blogs e entrevistas, nos quatro websites analisados Globo (25); Estadão (14); Terra (6); UOL (22). Neste momento não nos interessa analisar separadamente cada site de acordo com suas políticas editoriais, iremos focar nossa pesquisa nos resultados como um todo.

Gráfico 01 – Temas ¹



Um dos assuntos de maior relevância e recorrência, relacionados à Copa do Mundo 2014, no período selecionado, foram as matérias relativas às obras, cerca de 40%.

¹ As porcentagens de todos os gráficos foram arredondadas (acima de 0,5 para cima, e abaixo de 0,5 para baixo).

A categoria versou sobre o andamento não só das obras em estádios, como também no seu entorno, em aeroportos, hotéis e outros pontos das cidades sede. O atraso nas obras dos estádio teve ainda mais relevância, além da decisão de não mais demolir o Museu do Índio no Maracanã e uma referência aos problemas nas obras.

Outra categoria com destaque na análise foi à relacionada às questões econômicas (21%). Este eixo temático trata, principalmente, de previsão de gastos e orçamentos para a realização da Copa do Mundo no Brasil, acordos econômicos firmados para a viabilização do evento, e embates entre FIFA e Governo Federal acerca de patrocinadores e isenção fiscal, o que consideramos como eixo financeiro, além de informações econômicas acerca da infra-estrutura do mega-evento.

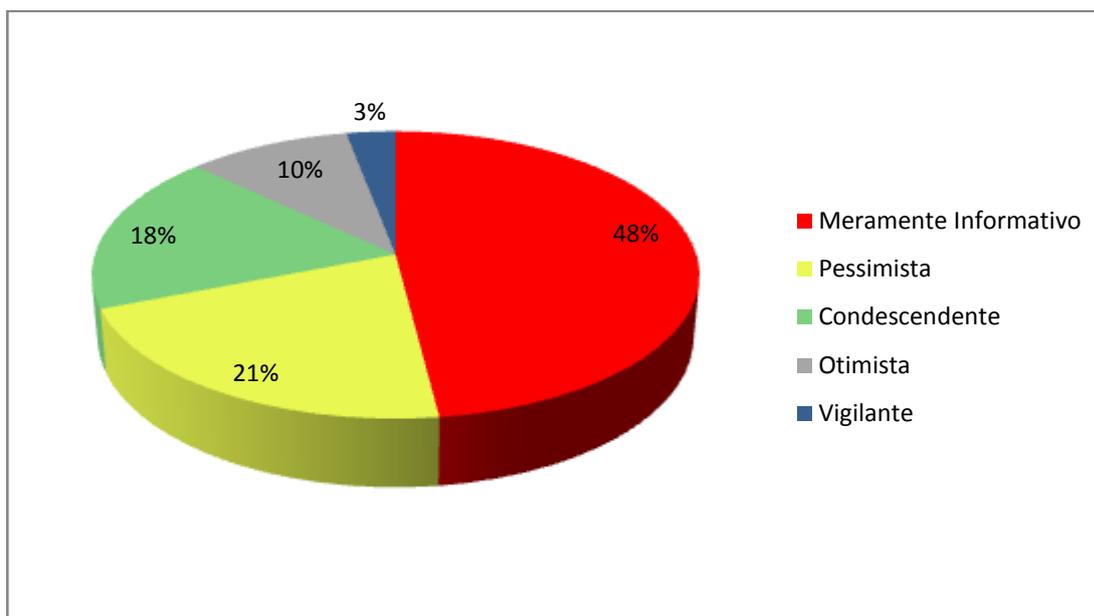
O cancelamento de eventos esportivos foi uma categoria não prevista inicialmente. Deve-se lembrar que no dia anterior às celebrações dos 500 dias para a Copa do Mundo, 241 pessoas morreram no segundo maior incêndio em número de vítimas no Brasil. A tragédia fez com que os eventos comemorativos fossem cancelados e as autoridades presentes transmitissem as condolências às famílias, estando presente em cerca de 10% das matérias analisadas.

As questões de segurança foram encontradas em cerca de 9% das matérias. Treinamentos para casos extremos, fiscalização no setor aéreo, e a tragédia acima referida utilizada como exemplo de falta de segurança no país. Em outros 9% encontramos notícias referentes aos estádios da Copa do Mundo 2014, como primeiras inaugurações e eventos-teste.

Nos restantes 10% enquadram-se em outros temas pontuais, abrangendo matérias que não se enquadram nas demais categorias da pesquisa. São sete notícias que englobam o caso de doping de um atleta, corrupção e projeções para o futebol brasileiro.

No geral a cobertura midiática se mostrou Meramente informativa, em cerca de 48% das notícias apenas dados e informações foram transmitidas; em cerca de 21% das notícias encontramos um tom Pessimista, e apenas 10% com tom Otimista; a cobertura Condescendente, quando há uma atitude de “morde e assopra”, ou seja, são dadas as notícias ruins mas também as boas, apareceu em 21% do material analisado; e uma taxa irrisória de 3% das matérias mostrou-se Vigilante, com foco nas discrepâncias entre informações, abastecendo o internauta com dados a partir de uma perspectiva mais investigativa.

Gráfico 02 – Enquadramentos noticiosos



APROFUNDAMENTO DOS RESULTADOS

Na medida em que a mídia consagra determinadas versões e desqualifica outras, atribui maior significado a determinados fatos em detrimento de outros, constrói-se uma definição da realidade que, dada a difusão da mídia, tem grande probabilidade de se tornar hegemônica ou prevalecente.

Trazendo à baila o último grande evento esportivo sediado no Brasil, o Pan-Americano e Parapan-Americano de 2004 que aconteceu no Rio de Janeiro, lembramos que os meses que antecederam e sucederam a competição os meios de comunicação traziam informações sobre a briga entre governos federal, estadual e municipal por lucros, ameaças de não conclusão de obras no tempo estipulado, transferência de responsabilidade do setor privado para o público na administração de obras, aumento de mais de oito vezes no orçamento inicial, com sucessivas denúncias de superfaturamento e corrupção, inúmeras promessas de melhorias na infra-estrutura do Rio de Janeiro não cumpridas, especialmente em transporte e segurança. Com o anúncio e preparação do país para a Copa do Mundo 2014 estão de volta as promessas de melhorias na infraestrutura das cidades-sede, as garantias de que as reformas e construções de estádios serão financiadas pela iniciativa privada. Portanto justifica-se que a grande maioria das notícias estejam relacionadas às obras e às questões econômicas envolvidas no evento.

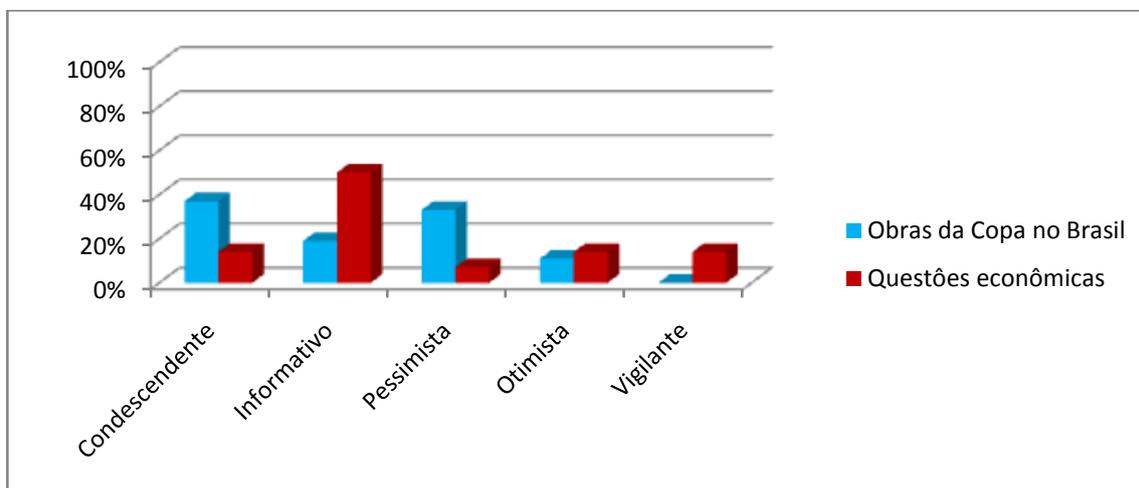
Também segundo Mezzaroba e Pires (2010, p. 126) durante o período de agendamento da Copa do Mundo de 2010 na África do Sul as informações apresentadas pela mídia

abordam questões técnicas do mundo esportivo, de preparação das equipes e dos atletas, que focam suas vidas e seus treinamentos – às vezes adentrando-se em questões privadas que não dizem respeito à esfera pública; informações sobre os aspectos da infra-estrutura (será que os estádios ficarão prontos? E as estradas, estarão terminadas até o momento do evento começar? E os aeroportos e hotéis, estarão aptos a receber tanto turista?); de segurança do evento (será que a polícia está treinada o suficiente?); as “fococas” das mais variadas (uniformes, estórias...); e como é de praxe ultimamente, a contagem regressiva que é feita quando a abertura do evento vai se aproximando (faltam “x” dias para o início da Copa do Mundo!). São apenas alguns exemplos para mostrar como certas estratégias de agendamento esportivo¹ vão sendo colocadas pela mídia para tratar de um grande acontecimento: o esporte no auge de sua realização.

Sediar um mega evento esportivo significa estabelecer metas de redesenvolvimento urbano e de infraestrutura, para além das instalações esportivas. Melhorias nas rodovias, no sistema de transporte coletivo, em aeroportos e no turismo (hotéis, comércio, restaurantes). Essas alterações requerem grande investimento de capital, que pela quantia envolvida exige iniciativas público-privado a fim de assegurar a responsabilidade de gerenciamento de projetos. Tal, causa uma demanda por informações sobre o andamento dessas obras e as questões econômicas envolvidas tanto para a infraestrutura quanto para orçamentos, dívidas, impostos, entre outros.

Mas qual o enquadramento dado pelos meios de comunicação a estes temas?

Gráfico 03 – Enquadramento noticioso das matérias sobre As obras da Copa no Brasil e Questões econômicas que envolvem a Copa 2014



Em se tratando das obras para a Copa do Mundo 2014 as notícias ficaram divididas entre Condescendentes (37%) e Pessimistas (33%), sendo 19% apenas Informativas, e uma taxa ainda menor, 11%, com tom Otimista. Vale notar a ausência de matérias com enquadramento Vigilante.

O enquadramento Condescendente é marcado pelo apontamento de problemas, mas traz o tom de “nem tudo está perdido”, mostrando que outras obras já estão prontas ou em fase final de construção. “Os atrasos na Arena Pernambuco chegaram a colocar em xeque a participação do estado na Copa das Confederações. Porém, faltando menos de seis meses para a competição, o estádio tem cerca de 84% das obras concluídas” (GLOBO.COM); “Valcke disse que preferia que os estádios estivessem prontos até o final do ano passado, como previa o acordo inicial assinado entre a Fifa e o Brasil, mas afirmou que há tempo viável até a Copa das Confederações se as arenas forem entregues prontas até meados de abril” (ESTADÃO). Este tipo de enquadramento noticioso tem sido criticado por estudiosos que afirmam haver uma necessidade de se produzir um jornalismo mais crítico.

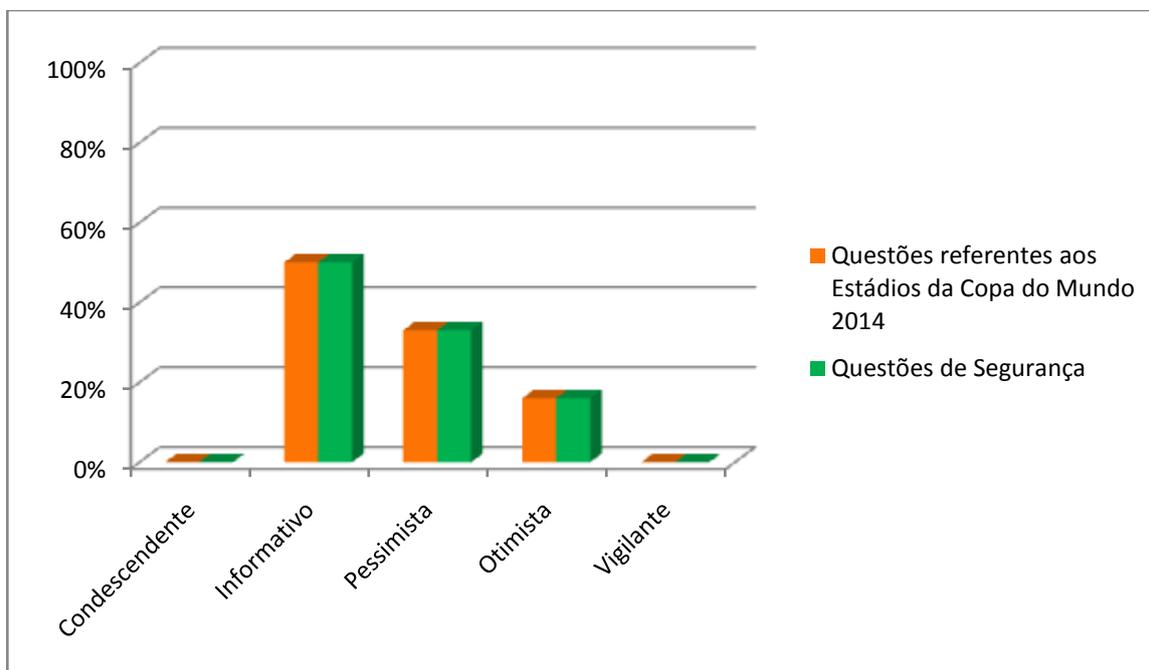
E concorrendo com a condescendência temos o tom pessimista das notícias, que apontam apenas os problemas e dificuldades do evento. “Após muitas brigas políticas, troca de comando e de prioridades, a capital mato-grossense tem hoje muitas obras atrasadas” (GLOBO.COM); “Faltando 500 dias para o início da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, mais da metade das obras planejadas pelas autoridades públicas para preparar o país para receber o torneio estão atrasadas e correm o risco de não ficarem prontas a tempo. Em seis das 12 cidades-sede, as autoridades já desistiram de concluir antes de 2014 o que se propuseram a fazer” (UOL). Tal atitude pessimista vai ao encontro do sentimento da maioria dos brasileiros. De acordo com uma pesquisa realizada pela Sport+Markt o pessimismo chega a 83,8%, e um em cada quatro brasileiros responde que o país está ‘sem condições de realizar o Mundial quando é perguntados sobre o andamento das obras.

E apesar de diversos políticos, inclusive a Presidenta Dilma Russef, e “celebridades” brasileiras, como Pelé, criticarem esse pessimismo, apenas 11% das notícias traziam uma visão mais otimista do evento, corroborando com o pessimismo brasileiro. Para finalizar cerca de 19% das notícias foram enquadradas como Meramente Informativas.

Quando os temas presentes no material analisado versaram sobre as questões econômicas do evento, observamos que a esmagadora maioria enquadrou o assunto como Meramente Informativo, evitando críticas e juízos de valor, “A previsão é de que o governo federal desembolse R\$ 380 milhões. Do total, R\$ 180 milhões serão destinados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para reforço, treinamento, equipamentos, rede, entre outros” (GLOBO.COM); “o Ministério das Comunicações e a Fifa assinaram há pouco um memorando de entendimento para a implantação da infraestrutura de telecomunicações necessária ao atendimento da Copa das Confederações deste ano e a Copa do Mundo de 2014” (ESTADÃO). Destaca-se ainda que os enquadramentos Condescendente, Otimista e Vigilante apareceram com a mesma taxa (14%), sendo que apenas este tema apresentou notícias com enquadramento Vigilante, como: “Para evitar mais transtornos - uma vez que as obras do megaevento estão atrasadas - o Governo Dilma, com a Medida Provisória nº 600, publicada em 28 de dezembro de 2012, decidiu 'assumir' todos os encargos com a criação da Telebras Copa, subsidiária, especialmente, criada para permitir à estatal prover serviços” (UOL); “Conforme revelou o UOL Esporte em novembro, a entidade requisitou a desoneração, prevista na Lei Geral da Copa. A medida quebrou uma promessa assumida pelo ex-presidente Ricardo Teixeira” (UOL, grifo no original). Esse dado, juntamente com o fato de apenas 7% das notícias terem sido enquadradas como pessimistas, nos causa certa estranheza, uma vez que era de se esperar que da mesma forma como ocorreu na temática de obras, as questões econômicas fossem ter tom pessimista ou condescendente, porém, como visto, tal não aconteceu. Necessário, portanto, torna-se aprofundar a pesquisa para um período mais amplo para que possamos fazer um raio-X da cobertura, acreditamos, que pelo fato de ser um dia ao mesmo tempo comemorativo (500 dias para a Copa) e triste (pela tragédia no Rio Grande do Sul) a cobertura noticiosa foi afetada.

As Questões referentes aos Estádios da Copa do Mundo 2014 e Segurança apresentaram taxa semelhante (em torno de 9%). Inaugurações e usos dos estádios, assim como eventos-teste estiveram em foco, assim como a segurança dos mesmos e das cidades-sede.

Gráfico 04 – Enquadramentos Noticiosos em notícias sobre Questões referentes aos Estádios da Copa do Mundo 2014 e Questões de Segurança



Como podemos notar pelo Gráfico 04 ambos os temas apresentaram o mesmo enquadramento. Nenhuma matéria com foco Condescendente ou Vigilante foi encontrada. A maior parte do material analisado apresentou enquadramento Meramente Informativo (50%), quando referiam-se aos estádios apenas informavam quais estádios foram inaugurados, e em se tratando de segurança as informações relacionavam-se a vistorias realizadas ou agendadas. O tom pessimista para o estádios ficou por conta de problemas encontrados durante os eventos-teste e inaugurações, “A rodada dupla de domingo deixou a desejar nos banheiros, na alimentação e nos acessos à Arena. (...) Houve filas nos intervalos, algo normal, mas acabou a comida ainda no primeiro tempo da primeira partida” (GLOBO.COM), “Algumas torneiras não funcionaram e precisarão passar por manutenção. Também será preciso concluir instalações elétricas, com a colocação de lâmpadas e interruptores em alguns espaços e até mesmo algumas mudanças no que foi feito são recomendadas” (ESTADÃO). Já o tom otimista ficou a cargo dos pontos positivos encontrados nesses estádios, “Ex-jogadores, Ronaldo e Bebeto tiveram vontade de voltar a jogar bola ao pisar num gramado que beira à perfeição, raro no Brasil” (ESTADÃO).

O pessimismo com relação a segurança foi exacerbado pela recente tragédia, o que poderia colocar em cheque a capacidade do país em receber os turistas, “(...) o

episódio ocorre em um contexto no qual a capacidade de segurança do Brasil está sob uma “análise particularmente minuciosa” (TERRA); enquanto outros acreditavam que o incêndio não afetaria a imagem do Brasil, ditando o tom otimista da matéria, “O incêndio em uma boate em Santa Maria (RS) que resultou na morte de 231 pessoas não prejudica a imagem do Brasil sob o aspecto da segurança de grandes eventos, afirmou o ministro do Esporte, Aldo Rebelo, nesta segunda-feira” (ESTADÃO).

As duas últimas temáticas, Cancelamento de Eventos Comemorativos e Outros Temas Pontuais, apresentaram a mesma taxa (10%), e em ambas 100% do enquadramento foi Meramente Informativo. O Cancelamento dos Eventos Comemorativos não era esperado em uma análise *a priori*, contudo por conta do incêndio em Santa Maria que vitimou cerca de 250 pessoas, diversas notícias traziam a informação do cancelamento e motivo para o mesmo, “Nesta segunda-feira, que marca os 500 dias para o início da Copa do Mundo de 2014 no país, a solenidade que seria realizada em Brasília **foi cancelada e transferida para esta quarta**, no Rio de Janeiro” (GLOBO.COM, grifo no original). Na categoria de Outros Temais Pontuais encontramos notícias sobre o caso de doping de um atleta peruano que foi, por isso impedido de disputar as Eliminatórias para a Copa do Mundo 2014; também foram analisadas notícias sobre a Seleção Brasileira de Futebol, com as já tradicionais especulações sobre o time que irá disputar a Copa. O que mais chama a atenção nesta categoria é o fato de termos incluído aqui o subtema Corrupção, pois apenas duas notícias com essa temática apareceram, e mais interessante ainda é o fato de o enquadramento ter sido Meramente Informativo. Em uma notícia apesar da denúncia de que o Tribunal de Contas do DF (TCDF) teria encontrado distorções de mais de R\$ 200 milhões nos custos da construção do Estádio Nacional de Brasília Mané Garrincha, a matéria da Globo.com apresenta apenas o lado do governador do Distrito Federal Agnelo Queiroz, desmentindo o fato, e não há nenhuma investigação realizada pelo site.

A segunda notícia sobre Corrupção, publicada pelo Terra, traz a mesma denúncia com o mesmo teor, apenas informações superficiais sem investigação.

Horky (2010) resume as principais críticas ao jornalismo esportivo contemporâneo: o jornalismo esportivo tem tendido cada vez mais para o entretenimento; os jornalistas esportivos lembram mais vendedores de entretenimento do que representantes críticos dos espectadores; e agem mais como torcedores do que concentram-se em seu papel de observadores. De fato, alguns dessas críticas levantam

questões cruciais sobre a qualidade do jornalismo esportivo, apesar de que a noção de qualidade do jornalismo em geral permaneça controversa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao veicular quaisquer acontecimentos e informações, a mídia institui um contrato de leitura, um vínculo com seu leitor, telespectador, ou ouvinte. Assim, ela passa a organizar sua agenda de acordo com o interesse do público baseado na aceitação, atualidade, empatia, interesse público, índices de audiência, entre outros. Os meios de comunicação transformam, dessa forma, os acontecimentos em espetáculos movidos pela cultura de massas, e também, por uma busca incessante por maiores índices de audiência.

Quando retrata um acontecimento, a mídia não é somente reprodutora de informações, mas produtora de sentidos, já que se caracteriza como lugar de construção simbólica dos acontecimentos. Nesta perspectiva, acrescenta-se que não há objetividade jornalística, em sentido absoluto, como pregam muitos autores, pois a produção de uma notícia é uma atividade simbólica, realizada por um indivíduo social, que mobiliza estratégias próprias para estabelecer seu modo de dizer e produzir sentidos. Apesar de não se saber de forma definitiva qual a influência que meios de comunicação têm sobre a sociedade, sabemos da particular importância dos mesmos na representação das pessoas com deficiência, pois além de refletir as percepções do público, têm um papel fundamental na formulação e consolidação destas percepções.

As categorias de discussão identificadas mostram que as obras para a Copa do Mundo 2014 e as questões econômicas relacionadas ao evento são os temas predominantes nas matérias analisadas, juntamente com o impacto econômico e a infraestrutura para a realização do evento.

Em 2010 o Ministério do Esporte divulgou os investimentos em infraestrutura para a Copa 2014, principalmente na área de mobilidade urbana e reformas e construção de estádios, evidenciando que a reforma ou construção dos estádios para a Copa parece ser a primeira iniciativa na preparação para o campeonato.

Esta investigação não se esgota neste trabalho, cremos ser necessária a realização de um estudo mais abrangente, uma vez que neste momento analisamos apenas um dia da cobertura midiática, a fim de que pudéssemos responder a nossa questão-problema. No entanto, para termos um panorama geral da cobertura midiática sobre a Copa do Mundo

2014 precisamos realizar uma pesquisa longitudinal, principalmente no momento do anúncio do Brasil como sede do evento, na marca de 1 ano para a Copa, e nos períodos de ocorrência dos mesmos (de preferência um mês antes, durante e um mês depois). Investigação esta que iremos nos propor a realizar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAIRNER, A. **Sport, nationalism and globalization**. European and North American perspectives. Albany: State University of New York Press, 2001.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERELSON, B; LAZARFELD, P; McPHEE, W. **Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign**. Chicago: University of Chicago Press, 1954.

BLAIN, N, BOYLE, R e O DONNELL, S. **Sport and National Identity in the European Media**. Leicester University Press, 1993.

BROSIUS, H. B., e WEIMANN, G. Who sets the Agenda: Agenda-Setting as a Two-Step Flow. **Communication Research**. 23(5), 561-580, 1996.

DAMATTA, R. (Org). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982.

DAOLIO, J. **As contradições do Futebol Brasileiro**. 2000. Disponível em http://74.125.155.132/scholar?q=cache:oJWMME1HAYQJ:scholar.google.com/+AS+CONTRADI%C3%87%C3%95ES+DO+FUTEBOL+BRASILEIRO%3Bdaolio&hl=pt-PT&as_sdt=2000. Acesso em 01 de Fev. de 2010.

ECO, U. A falação esportiva. In: **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

GASTALDO, E. L.. Copa do Mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, SP, PósCom-Umesp, n. 41, p. 115-133, 1o. sem. 2004.

GASTALDO; E. L.. “O país do futebol” mediatizado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 11, nº 22, p. 352-369, jul/dez. 2009.

GOFFMAN, E. **Frame analysis**. NY: Free Press, 1974.

GUEDES, S. L. **Que "povo brasileiro" no campo de futebol?** Deporte, Cultura y Comunicación, nº 69, 2009. Disponível em <http://www.razonypalabra.org.mx/QUE%20POVO%20BRASILEIRO%20%20NO%20CAMPO%20DE%20FUTEBOL.pdf>. Acesso em 01 de Fev. de 2010.

- GURGEL, A. Desafios do Jornalismo na Era dos Megaeventos Esportivos. **Motrivivência**, ano XXI, nº 32/33, p. 193-210, 2009.
- HARGREAVES, J. **Heroines of Sport**. London: Routledge, 2000.
- HELAL, R. Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, ano 8, vol.8, n.21, p. 11-37 mar. 2011.
- HELAL, R. e GORDON, C. “A Crise do Futebol Brasileiro: perspectivas para o século XXI. **Eco-Pós – Publicação da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura**, vol. 5, número 1, UFRJ, 2002.
- HOHLFELDT, A. “Os estudos sobre a hipótese do agendamento”. **Revista Famecos**. Porto Alegre: Edipucrs, número 7, 1997.
- HORKY, T. **The Challenges of Journalistic Principles to Sports Journalism**. World Journalism Education Council, Anais... África do Sul, 2010.
- LIPMANN, W. **Public Opinion**. New York: Harcourt, Brace and Co., 1922.
- LIPSET, S; LAZARFELD, P; BARTON, A; LINZ, J. The psychology of voting: An analysis of political behavior. In: LINDZEY G. (ed.), **Handbook of Social Psychology**. Cambridge: Addison-Wesley, 1954.
- MAGUIRE, J. A.; POULTON, E. European identity politics in Euro 96: invented traditions and national habitus codes. **International Review for the Sociology of Sport**, 34(1), 17-30, 1999.
- MCCOMBS, M. E., e SHAW, D. L. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, 36, 176-187, 1972
- MEZZARROBA, C.; PIRES, G. De L.. O agendamento midiático-esportivo: considerações a partir dos Jogos Pan-americanos Rio/2007. **Logos 33 Comunicação e Esporte**, vol. 17, nº 02, 2º sem. 2010.
- O’DONNELL e BLAIN N.. ‘La Dimension Nacional en Barcelona 92: Las Identidades Catalana y Escocesa en Los Medios de Comunicacion. **Journal of the Association for Contemporary Iberian Studies**, 6, 1, p. 42–53, 1993.
- PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A.A. (Org.). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: EdUFBA, 2004. p. 73-104.
- POULTON, E. Mediated Patriot Games: The Construction and Representation of National Identities in the British Television Production of Euro ’96. **International Review for the Sociology of Sport**, 39, 437-455, dez. 2004.
- ROCHE, M. Mega-events, Time and Modernity: On Time Structures in Global Society, **Time Society** 12 (1): 99–126. 2003.

ROWE, D. Sport and the repudiation of the global. **International Review for the Sociology of Sport**, 38(3), 281-294, 2003.

SHAW, E. F. Agenda-setting and mass communication theory, *Gazette*, 1979, p. 95-105.

TOMLINSON, A. Olympic spectacle: opening ceremonies and some paradoxes of globalization. **Media, Culture & Society**, 18, 583-602, out. 1996.

TOMLINSON, A. Olympic survivals: The Olympic Games as a global phenomenon. **Global Politics of Sport**. Routledge, London, pp. 46-62, 2004.

VALA, J. A análise de conteúdo. In A. S. e J. Pinto (Ed.), **Metodologia das Ciências Sociais**. Porto: Edições Apontamento, 1986.