

<p><i>Copa do Mundo de Futebol.</i></p> <p><i>Análise da construção jornalística da mensagem esportiva</i></p>	<p>Vera Regina Toledo Camargo (Brasil) <a href="mailto:verarto@obelix.unicamp.br">verarto@obelix.unicamp.br</a></p>
	<p>Doutora em Comunicação Social. Pesquisadora do Labjor/Unicamp e professora da ESEF-Jundiá.</p>
<p>Resumo</p> <p>Este estudo teve como meta compreender as tendências utilizadas na chamada das matérias esportivas, frente ao evento da Copa do Mundo de Futebol, realizado na França/98. Assim como, identificar os gêneros jornalísticos utilizados (opinativos/informativos), na construção da mensagem. Foram analisados dois jornais Correio Popular e Folha de São Paulo, no período de 01 de junho à 18 de julho de 1998.</p>	
<p><a href="http://www.efdeportes.com/">http://www.efdeportes.com/</a> revista digital   Buenos Aires   Año 5 - Nº 20 - Abril 2000</p>	

## Introdução

Desde a primeira disputa esportiva da Copa do Mundo de Futebol em 1930, estiveram presentes interesses políticos, econômicos e sociais. Essa edição de número 16, também não foi diferente. Verificamos essas tendências nitidamente. A equipe de futebol do Irã derrotou a equipe dos EUA em um dos jogos e esse feito foi comemorado com faixas de oposição aos governantes dos dois países. Foi a partida mais "politizada" desta Copa. A possível interferência da NIKE sobre o resultado final da disputa, com a vitória da França sobre o Brasil, invadiu os noticiários. Não se pode afirmar nada, entretanto o público tomou ciência dos aspectos mercadológicos que envolveram e envolvem a seleção canarinho. Nesse mesmo sentido Fernando Henrique Cardoso, presidente do Brasil se utilizou desse "marketing" para solidificar sua reeleição à presidência do Brasil. Lula e FHC conviviam com as notícias da Copa, o mesmo acontecendo com a disputa pelo governo paulista entre Maluf, Rossi e Mário Covas. A morte do cantor sertanejo Leandro, da dupla Leonardo e Leandro, também esteve muito presente na mídia. Pela primeira vez, pudemos acompanhar as disputas diretamente pelo computador, foram mais de 1 milhão de usuários, segundo dados divulgados pela Folha (2/6/98). A falta de informações sobre os problemas ocorridos com a seleção brasileira na final do campeonato contra a seleção da França, possibilitou o aparecimento de diversos tipos de especularização e os hackers invadiram o site da CBF e substituíram a página de abertura por um texto que indicava uma conspiração informando que o Brasil tinha se vendido, em troca de ter a sede da Copa do Mundo de 2002. Uma traja vermelha foi colocada sobre a foto da seleção brasileira. Esses fatos estiveram presentes no período pesquisado, e alimentaram a imaginação do leitor aficionado pelo futebol.

## Perfil histórico do Correio Popular

Segundo Marques de Melo & Queiroz (1998) a fundação desse jornal deu-se em 04 de setembro de 1927, pelo jornalista Álvaro Ribeiro. Mudou de dono pela primeira vez em 1938. Ele foi comprado por três grupos empresariais, representados por Sylvino de Godoy, José de Oliveira Santos e Joaquim de Souza Ribeiro. Em 1993, a família de Souza Ribeiro alienou suas ações em favor dos outros sócios, tornando-se o grupo Godoy o acionista majoritário. Hoje o presidente é Sylvino de Godoy Neto. Com uma tiragem de 50.000 exemplares nos dias de semana e de 80.000 aos domingos, o Correio Popular atinge 93 municípios em torno da cidade de Campinas. A periodicidade é de 7 dias por semana. Seu formato é standard, a impressão é em off-set.

## Perfil histórico da Folha de São Paulo

Segundo Marques de Melo & Queiroz (1998) em 19 de fevereiro de 1921, Olival Costa e Pedro Cunha fundaram o jornal Folha da Noite. Em 1925 apareceria também a Folha da Manhã. E em 1949 a Folha da Tarde. Da fusão dos três títulos surgiria em 1960, a Folha de São Paulo. De 1921 até hoje, passou por diversas mãos. Em 1945, a empresa foi adquirida pelo jornalista José Nabantino Ramos e passou a ser Empresa Folha da Manhã S.A. Em 1962 a Empresa Folha da Manhã S.A foi vendida para os empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho. Sob nova direção, a Folha de S.Paulo inicia uma revolução tecnológica, transformando-se, a partir de 1980, no diário de maior circulação e de maior influência no Brasil. Em 1992 Carlos Caldeira Filho deixa a sociedade, assumindo a família Frias o total controle acionário da empresa. Circula sete dias por semana. Também tem um formato standard, a impressão é em off set. A tiragem cotidiana atinge 80.000 exemplares e no Domingo 140.000 exemplares.

## Metodologia

A pesquisa iniciou dia 01/06, justamente para poder entender os preparativos da seleção para a disputa da última Copa do século e entender como a mídia observou esses momentos. Os jogos amistosos, a concentração, os jogos decisivos e o desembarque da seleção, permearam o trabalho. Finalizou dia 18/07 para poder acompanhar o "dossie Ronaldinho", referência aos acontecimentos envolvendo o jogador na final contra a França. Foram escolhidos dois jornais, um no âmbito regional Correio Popular da Cidade de Campinas e um nacional Folha de S.Paulo, nesses dois periódicos, foram realizados um levantamento das chamadas das matérias, ou seja foi elencado todos os cabeçalhos das matérias e agrupados por temas em cinco categorias. Ficou assim constituído os temas relacionados com:

VITÓRIA  
DERROTA  
ASPECTOS POLÍTICOS  
ASPECTOS SOCIAIS  
AUTO-CONFIANÇA/PRESTÍGIO.

Após levantamento dos temas e sua categorização, encontramos três tendências utilizadas pelos jornalistas para veicular suas matérias, essas foram denominadas de jargões. Os jargões esportivos mais utilizados fazem referências à violência, criatividade (jogos de palavras) e a informação objetiva. Esses três elementos foram os mais utilizados pelos jornalistas para se expressarem a vitória ou derrota, os aspectos políticos e sociais, assim como auto-confiança/prestígio.

VITÓRIA	DERROTA	ASPECTOS POLÍTICOS	ASPECTOS SOCIAIS	AUTO-CONFIANÇA PRESTÍGIO
Show: Brasil triunfa no melhor jogo do mundial e está na final (8/7)	Lágrimas marcam derrota (13/7)	CBF recua e leva seleção a FHC (11/7)	Racismo cordial: Preconceitos entre negros e brancos afeta futebol (6/7)	O dia do triunfo (12/7)
Tafarel vira "matador de pênaltis" na TV Holandesa (8/7)	Para time, Ronaldinho amarelou (13/7)	CBF quer vincular o penta à eleição (10/7)	Luta de classes (2/7)	Disposto a tudo pela batalha do penta (11/7)
Brasil vence jogo dramático e está na semifinal (4/7)	Perdemos a batalha (13/7)	Nacionalismo motiva a Croácia (8/7)		Brasil joga pela tradição (7/7)
Um gol de ombro, um gol de pênalti, um gol contra, mas deu (11/6)				Matamatamata: não dá para não vencer (3/7)
				Que venha os inimigos (3/7)

## AS CATEGORIAS ENCONTRADAS NA FOLHA DE SÃO PAULO

VITÓRIA	DERROTA	ASPECTOS POLÍTICOS	ASPECTOS SOCIAIS	AUTO-CONFIANÇA PRESTÍGIO
Brasil espreme laranja mecânica (8/7)	É da França (13/7)	Seleção vai a FHC depois da final (11/7)	Não encontrado	Vamos lá meninos da Pátria (12/7)
Aquele abraço: Brasil vence Dinamarca (4/7)	Zidane é o Herói da Conquista (13/7)			Pernas de ouro, esperança do Brasil (11/7)
2 x 1 - Vitória no sufoco (11/6)				Seleção se preserva para final (10/7)
Os caras-pintadas da Copa (14/6)				O grito está guardado (8/7)
				Sede de vencer (7/7)

## Conclusão

Os dois periódicos Correio Popular e Folha de São Paulo até o dia 10/06 quando do início da competição divulgaram 20% e 30% respectivamente de informações sobre a Copa, em relação as informações esportivas. E as informações esportivas (Copa e demais esportes) não ultrapassaram 10% e 17% respectivamente das informações contidas nos dois diários.

Após os primeiros jogos, as matérias cujo conteúdo era sobre o Mundial de futebol chegou a 50% do total de mensagens esportivas, mas após a primeira semana de jogos constatamos que 75% das matérias esportivas foram relacionadas ao evento Copa do Mundo e 25% compartilhado com outros esportes, essa tendência foi registrada na Folha de São Paulo, entretanto no Correio Popular, encontramos 80% de informações sobre o mundial e 15 % destinados a outros esportes.

Os dois jornais apresentaram um caderno especial sobre a Copa, além do caderno de esportes, que é fixo. "Correio na Copa" com 10 a 12 páginas era produzido pelo Correio Popular, "Copa 98" com 12 a 14 páginas era o título do caderno especial da Folha de São Paulo. Nesses encontramos matérias sobre política, história, moda, modismo. Os cabelos coloridos dos jogadores, os uniformes, o comportamento das torcidas, as diferentes formas de festejar das torcidas. Muitas matérias culturais sobre os países, os aspectos mais típicos de cada país. Entretanto, um fato interessante aconteceu no dia 13/06, esses cadernos já deviam estar prontos porque nesse dia, o Correio Popular, assim como a Folha publicaram dois cadernos. Era nítido perceber que um deles era destinado a conquista do Penta-campeonato, o que não aconteceu, mas as matérias foram aproveitadas.

Os gêneros jornalísticos mais utilizados na construção das mensagens esportivas foram os opinativos com 54 % nesse encontramos colunas assinadas pelos comentaristas, artigos assinados pelos colaboradores, análise de jogos, quadros e charges. O gênero informativo ficou com 46 %. Esses dados foram comuns aos dois periódicos. Ao categorizar os temas das chamadas das matérias em cinco grupos relacionados à :

vitória  
derrota  
aspectos políticos  
aspectos sociais  
auto-confiança/prestígio

Encontramos três tendências utilizadas pelos jornalistas para se expressarem. Esses utilizam jargões que fazem referências à violência, criatividade e a informação objetiva. Nesse sentido a Folha de São Paulo utilizou-se de 60% de jargões que fazem referência à violência,

25% ao recurso da criatividade (jogos de palavras) e 15% relaciona-se com a informação objetiva. Entretanto encontramos no Correio Popular uma tendência diferenciada 45 % utilizado ao recurso do jogo de palavras (criatividade); a informação mais objetiva ficou com 35 % e as palavras que induzem à violência ficou com 20%. Não estamos afirmando que a Folha induz o leitor à violência, mas as palavras usadas pelos jornalistas poderiam ser modificadas.

Conclui com essa pesquisa que o jornalista esportivo deveria construir sua mensagem com mais criatividade utilizando-se dos jogos de palavras e que não deveriam utilizar jargões que fazem referências à violência. Acredito que poderá ser um dos primeiros passos para que a violência nos esportes possa ter um fim . Os jornalistas e comentaristas esportivas tem muita influência sobre os espectadores e telespectadores e desse modo, poderiam estar contribuindo para melhorar a Comunicação Esportiva.

#### Bibliografia

- FOLHA DE SÃO PAULO (1986) *Manual Geral de Redação*. SP.
- MARQUES DE MELO, J. (1992) *Gêneros jornalísticos na Folha de São Paulo*. SP: FTD.
- MARQUES DE MELO, J & QUEIROZ, A. (1998) *A identidade da imprensa brasileira no final do Século*. SP.UMESP/Cátedra Unesco.