



Representações midiáticas e a construção do imaginário da Copa do Mundo da Fifa de 2014 através das redes sociais da internet¹

Lívia Alessandra Campos MONTEIRO²

Priscila Monteiro BORGES³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

RESUMO

Este artigo pretende comparar a maneira que a Copa do Mundo da Fifa de 2014 foi pautada em jornais diários e nas redes sociais da internet (RSIs). Como auxílio a essa análise, foram utilizadas as discussões da narrativa do acontecimento no jornalismo em rede de Zago (2014) e a noção de redes sociais da internet de Santaella e Lemos (2010). A pesquisa envolve uma análise das capas de jornais no período definido e uma análise quantitativa do conteúdo publicado nas RSIs sobre o mundial. A partir da identificação de temas relevantes sobre a Copa presente nas análises, comparamos como um mesmo assunto é abordado nas diferentes mídias.

PALAVRAS-CHAVE: capas de jornal; comunicação; Copa 2014; jornalismo impresso; redes sociais.

Introdução

Sendo o Brasil um país que valoriza o futebol, o jornalismo nacional possui uma cobertura minuciosa sobre o esporte durante todo o ano. Com o Brasil sediando a Copa do Mundo da FIFA de 2014, o evento futebolístico e seus entornos tiveram uma abrangência ainda maior no jornalismo nacional, ocupando destaque nas primeiras páginas dos jornais diários.

O campeonato mundial foi colocado ainda mais em destaque devido aos atrasos e acidentes nas obras, o alto orçamento para a Copa do Mundo, além de grupos e manifestações contra o mundial. Muitos assuntos a seu respeito foram veiculados na mídia mundial durante o período do evento.

Ao mesmo tempo, a Copa do Mundo envolve grande comoção social na mídia globalizada. Esse mega evento esportivo alcança grande visibilidade e têm impactos na sociedade, que participam da construção narrativa do evento. A participação do público, que deixa de ser apenas consumidor, ocorre graças ao avanço da tecnologia, já que:

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFOP, email: liviaacm@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFOP, email: primborges@gmail.com



Vemos nascer um novo paradigma dentro do processo comunicacional: a convergência dos meios. No emergir deste fenômeno, novas e antigas mídias interagem de forma complexa e inesperada, alterando significativamente nossa relação não só com os meios de comunicação, mas também nossas relações sociais, políticas e culturais. Esta tecnologia possibilita que todos nós possamos ser não só consumidores de informação, mas também produtores e, desta forma, expandir nossa participação nos processos democráticos. (GALANTE E GUARESCHI)

Essa forma de participação dos consumidores de informação é muito articulada pelo uso das redes sociais da internet (RSI), que tem como finalidade “promover e exacerbar a comunicação, a troca de informação, o compartilhamento de vozes e discursos...” (SANTAELLA, LEMOS, 2010, p. 50). Nas RSIs podemos perceber a construção de narrativas a respeito de assuntos pautados pela mídia.

Essas mídias sociais, segundo Santaella (2013) além de favorecer a circulação, abrem espaço para a criação de ambientes de convivência instantânea, inaugurando uma cultura participativa (SANTAELLA, 2013, p. 117). Esta instantaneidade é um dos diferenciais das RSIs, permitindo a veiculação de assuntos a pouco tempo ocorridos.

O Twitter, plataforma de microblogging, é uma dessas RSIs. Este possui grande “potencialidade como nicho de debates globais abertos, em tempo real, no design colaborativo de produções intelectuais sobre tópicos de interesse mundial”. (SANTAELLA, LEMOS, 2010, p. 104). Isso porque “a estrutura da rede da internet propicia canais de participação em que indivíduos podem registrar comentários e auxiliar na distribuição de notícias, como no caso dos sites de rede social”. (ZAGO, 2014, p.16)

Segundo Santaella e Lemos (2010, p. 117) “o uso do Twitter como mero apêndice midiático para circulação de conteúdo de mídias de massa é responsável por grande maioria do seu fluxo informacional...” (SANTAELLA, LEMOS, 2010, p. 117) O Twitter, embora muitas vezes identificado como uma RSI ligada a recreação e ao entretenimento, tem seu fluxo informacional ligado à grande mídia.

Pensando nesse fluxo informacional do Twitter, oriundo das mídias de massa, buscaremos nesta pesquisa fazer uma análise quantitativa dos diferentes assuntos sobre a Copa do Mundo da Fifa de 2014 pautados no jornal e nas redes sociais da internet. Identificaremos como o evento foi pautado no jornalismo diário brasileiro e nas RSIs, observando como os acontecimentos durante a Copa foram noticiados nos jornais e como eles geraram ou não movimentos de compartilhamento nas RSIs.



A partir da identificação de temas mais recorrentes ou relevantes no período analisado, faremos uma análise qualitativa. Esta, cria uma relação a respeito de como um mesmo assunto é abordado nas RSIs e nos jornais impressos selecionados.

Para a comparação do conteúdo sobre a Copa do Mundo veiculado nas RSIs e nos meios de comunicação de massa, foram selecionados quatro jornais da região Sudeste: O Globo, O Estado de Minas, O Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo. A escolha por tais jornais específicos refere-se ao fato de que todos possuem grande circulação e relevância nacional. Além disso, todos possuem um público-alvo semelhante.

O recorte escolhido para análise refere-se aos dias que precedem o início da Copa do Mundo e a análise se encerra na metade do evento, pois esse trabalho é parte de um projeto maior que envolve outros pesquisadores que se dedicaram a outros períodos do mundial de futebol. Desta forma, o corpus dessa pesquisa são as capas dos jornais entre os dias 8 e 29 de junho de 2014.

A proposta inicial do projeto envolvia um monitoramento apenas da rede social Twitter através de uma mineração de dados do período analisado, com o apoio de uma equipe de pesquisadores da Ciência da Computação. Esses dados não puderam ser obtidos e, portanto, foram usados métodos diferentes para a captação de dados.

Foram utilizados para a captação desses dados a plataforma Apita Brasil⁴, cujo objetivo é identificar temas e assuntos veiculados no Twitter, Facebook, Instagram, Google + e Youtube durante o mundial de futebol.

Como apoio específico aos dados somente do Twitter, foram utilizados os dados coletados por Zago (2014) para sua tese de doutorado, a partir de palavras-chave identificadas na coleta. Estes dados foram recorridos como apoio aos dados obtidos pelo Apita Brasil. Desta forma, quando um tema abordado na plataforma Apita Brasil é evidenciado, uma busca foi feita nos dados do mesmo dia da pesquisa de Zago. Desta forma, pudemos observar se o tema observado é relevante somente no Twitter também no dia.

A análise dos jornais visa identificar principalmente quais assuntos a respeito da Copa ganham maior visibilidade no jornal, sendo manchete, por exemplo, além do assunto nas imagens referentes ao mundial das capas. Apesar de todos os dias os quatro

⁴ <http://www.apitabrasil.com.br/>



jornais analisados abordarem o mundial, as diferenças no seu enquadramento são evidenciadas.

Com a identificação daqueles dados e palavras-chave relevantes nas RSIs durante o período analisado, foi possível comparar aquilo que estava sendo pautado no mesmo dia nas capas dos jornais impressos. A partir daí, pudemos identificar quais as diferenças de abordagem das mídias.

A Copa do Mundo da Fifa 2014 nas capas de jornais

Na análise da Folha de São Paulo percebemos a presença, quase diária, de manchetes principais sobre política. Junto a tais manchetes, imagens grandes e destacadas com cenas da Copa do Mundo estavam presentes na capa da Folha a partir do início da Copa. Apesar de abrangente, a cobertura da Copa do Mundo de 2014 feita pela Folha de São Paulo parece não ter sido o objeto central das capas.

Assim como a Folha de São Paulo, tanto o Estado de São Paulo quanto o jornal O Globo não mudam sua proposta editorial devido à Copa do Mundo. A ênfase proposta pelos veículos para a cobertura do mundial da Fifa é focado nas imagens, presentes diariamente no jornal. Mesmo com fotos grandes e destacadas diariamente no jornal, a Copa do Mundo não foi tão evidenciada pelo Estado de São Paulo e pelo O Globo se comparado às demais manchetes. Estas, principalmente a respeito de política e internacional, continuaram tendo a maior espaço na capa.

Já Estado de Minas propõe uma cobertura extensa e singular para a Copa do Mundo. O assunto foi pautado diariamente com o maior espaço na página e maior preocupação gráfica. Entre os jornais analisados, o Estado de Minas é o único em que deixou todos os demais assuntos aparecerem em segundo plano durante o mundial de futebol. Tanto as pautas quentes quanto as frias exibidas na capa do jornal se referem ao evento. Grande ênfase é dada aos torcedores e turistas, à realidade econômica trazida pelo evento no Brasil, à rotina alterada em Belo Horizonte. As matérias abrangem diversos setores: não falam só a respeito das partidas de futebol, mas aspectos não veiculados pelos outros jornais. Sendo assim, maior diversidade de matérias são publicadas no Estado de Minas, se comparado ao Estado de São Paulo, ao jornal O Globo e à Folha de São Paulo.

Podemos perceber que a Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo reservaram um espaço na capa para notícias relacionadas ao mundial de futebol e criaram elementos gráficos para destacar e separar as notícias relacionadas à Copa das

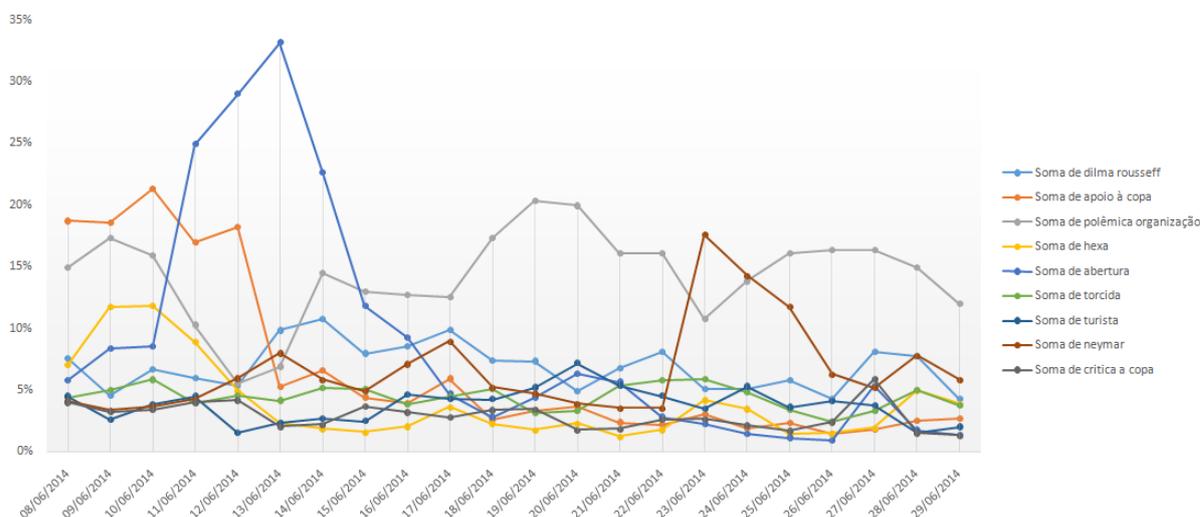
outras notícias do dia. A Folha de São Paulo incluiu uma seção de informações rápidas sobre a Copa a partir do dia 1º de junho. A estratégia utilizada pelo Estadão engloba um símbolo “Copa 2014”, cujo espaço se referenciava diariamente a respeito do mundial, instaurado dia 26 de maio, 17 dias antes do início do evento. Já O Globo inclui uma linha fina verde e amarela nas suas capas desde o dia 8 de maio, mas passando a ser constante a partir do dia 1º de junho.

Uma análise quantitativa das manchetes nos 22 dias analisados nos mostram como varia a importância da Copa do Mundo da Fifa nos diferentes jornais. Na Folha de São Paulo apenas cinco das manchetes referem-se a assuntos da Copa. No Estadão são sete manchetes nesse período e no Globo nove. Já no Estado de Minas, todas as capas durante o período analisado abordam o mundial. Isso indica mais uma vez que, embora presente diariamente nas capas da Folha de São Paulo, do Estadão e do Globo, entre os dias 08 e 29 de junho, a Copa não foi o assunto principal apresentado na capa do jornal.

Os assuntos pautados nas redes sociais

Na análise proposta pela plataforma Apita Brasil, os assuntos relevantes são evidenciados pela porcentagem de publicações em relação ao total de publicações do dia sobre a Copa do Mundo. Cada assunto é identificado pela plataforma por um tema. Em cada tema, são identificadas algumas tags.

A partir dos dados recolhidos no Apita Brasil, pudemos identificar nove temas mais publicados no período analisado. São eles: “apoio à Copa”, “polêmica da organização”, “hexa”, “Dilma Rousseff”, “abertura”, “torcida”, “turista”, “Neymar” e “crítica à Copa”. A partir desses nove temas criamos um gráfico com a porcentagem diária de publicações sobre os tópicos mais abordados no período.





Dentre os nove assuntos mais publicados, quatro se destacam. Estes alcançam as mais altas porcentagens de publicação. No dia 13 de junho, o tema “abertura” alcança 35 por cento do total de postagens analisadas pelo Apita Brasil. Este é o tema que alcança maior porcentagem de postagens num mesmo dia durante o período de análise.

Abaixo do tema “abertura”, tem grande representatividade também o tema “apoio à Copa”. Tal representatividade se dá no início do evento, chegando a alcançar 21 por cento do total de postagens do dia 10 de junho. Contudo, após o início do mundial este tema deixa de ser pautado na mídia, chegando a alcançar apenas 1,42 por cento das postagens durante o período analisado.

Um tema que possuiu uma constante quantidade de publicações é o “polêmica da organização”. Inicialmente, relacionamos este tema às polêmicas que envolveram o mundial: ao atraso nas obras, acidentes e problemas em geral que envolveram a organização da Copa do Mundo. Este tema, muito pautado pela mídia no período anterior ao início do evento, pareceu realmente também ter sido evidenciado pelos internautas.

Contudo, identificamos um problema nesse tema ao observar suas tags relacionadas. Descobrimos que as tags eram “Fifa” e “padrão Fifa”. Estas tags são gerais e provavelmente dizem mais respeito em relação ao órgão responsável pela organização do evento do que pelos problemas que ocorreram na organização do evento.

Desta forma é possível explicar a razão da constância dessa tag nos assuntos mais pautados durante o mundial. Como não temos acesso às publicações relacionadas ao tema, identificaremos o tema “polêmica da organização” apenas como “organizador do evento”, ou seja, a Fifa. Pela Fifa ser constantemente abordada em qualquer assunto referente a Copa do Mundo de futebol, compreendemos sua relevância e a razão dela ter durante todo o período analisado grande porcentagem de publicações.

Tal presença constante não significa que a Fifa teve algum episódio relevante ou diferenciado durante o mundial. Da mesma forma que a Fifa é evidenciada, a palavra “Copa” provavelmente estava relacionada a grande parte das publicações do mundial. Sendo estas, portanto, temas que consideramos básicos a serem publicados e não destaques, é espero sua vinculação as publicações do período.

O quarto tema que possui destaque entre os demais é “Neymar”. Tal tema alcança a mais alta porcentagem do dia 23 de junho. Observados que o nome do jogador brasileiro sempre era evidenciado sempre que um jogo do Brasil acontecia. Sendo



assim, a presença do tema “Neymar” como um dos maiores coincide com os dias de jogos brasileiros.

Da mesma forma, foi possível identificar jogadores de outras seleções que não eram temas não tão importantes mas que, em determinados dias de jogos, alcançaram grande quantidade de publicações. É o caso do Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Hulk, Júlio César e Suárez. Estes jogadores foram temas com muitas publicações em dias que sua atuação no jogo foi destaque, como por exemplo o dia em que o jogador uruguaio Suárez morde um jogador do time adversário.

Comparação: abordagens nos jornais e nas RSIs

O Globo e o Estado de Minas foram os únicos jornais que deram manchete sobre a Copa do Mundo antes do evento começar. O Estado de Minas começa a colocar manchete sobre a copa no dia 09 de junho, três dias antes do evento começar. A manchete “Hablamos Espanõl” no dia 9 faz referência a chegada das seleções da Argentina e do Uruguai em Minas Gerais para ficarem concentrados em Vespasiano na Cidade do Galo e em Sete lagoas respectivamente. No dia 10 a manchete diz “Rotina Transformada” e a matéria mostra as mudanças que ocorrerão em Belo Horizonte nos dias de jogo no Mineirão. No dia 11, a manchete “Admiração 2 x 0 Rivalidade” diz respeito a relação entre os torcedores brasileiros e as seleções concentradas em Minas Gerais.

O jornal O Globo faz uma manchete sobre a copa no dia 8 de junho dizendo “Legado da Copa no Rio só fica pronto para os Jogos”, portanto, aborda o problema dos atrasos nas obras para a Copa. No dia 9 de junho a manchete é “Militares já operam com força máxima no Rio” dizendo sobre o sistema de segurança montado para a Copa no Rio. No dia 10 de junho a manchete “Metroviários suspendem greve por 2 dias depois de demissões” mostra o problema de manifestações contra a Copa que ocorreram nas vésperas do evento.

Percebemos que apesar de terem dado ênfase a determinadas notícias sobre a Copa antes do evento, os assuntos abordados nas manchetes desses dois jornais é bastante diverso. Enquanto o Estado de Minas noticia a chegada das seleções estrangeiras sem apontar nenhum problema na organização do evento, o Globo destaca problemas enfrentados pela organização para a realização da Copa.

No período anterior ao início do mundial, os temas mais publicados no Twitter, Facebook, Instagram, Google + e Youtube, de acordo com o Apita Brasil, são “apoio a



Copa”, “polêmica da organização” e “abertura”. O tema “apoio a Copa” tem como tag principal o #vaitercopa. A análise de Zago (2014, p. 199) aponta 2961 tweets com essa tag no dia 9 de junho. Após o dia 12 de junho, abertura do mundial, o tema cai de 18,21% das publicações para 5,24%. A “polêmica de organização”, conforme já falado, relacionado a palavra-chave Fifa, é constantemente cheia de publicações durante todo o mundial, tendo contudo uma brusca queda no dia 12. Na pesquisa de Zago (2014, p. 199), nenhuma palavra-chave do Twitter é relevante sobre tal tema. Já o tema “abertura” cresce de 8,51% das publicações no dia 10 de junho para 24,89% das publicações no dia 11 de junho. O tema engloba as tags show de abertura, jogo de abertura e abertura da Copa. Na pesquisa de Zago (2014, p. 199), a palavra-chave que mais se relaciona ao tema abertura da Copa é “Jennifer Lopez copa”.

Nos dias 12 e 13 de junho os quatro jornais analisados colocaram a Copa no Mundo na manchete de seus jornais. A abertura do evento ocorreu no dia 12 de junho e os jornais nesse dia anunciavam o início da Copa e no dia seguinte apresentavam as notícias do evento de abertura e do primeiro jogo da Copa no qual jogaram Brasil e Croácia.

A Folha de São Paulo anuncia a abertura da Copa dizendo que a seleção está em alta, mas a organização está em xeque. A imagem utilizada na capa ocupa todas as colunas do jornal e aparece bem abaixo da manchete, ocupando mais da metade da capa do jornal. A foto mostra o estádio Itaquerão em São Paulo vazio e em cima da foto a frase “#vaitercopa” faz referência ao movimento “#nãovaitercopa” que criticava a realização da Copa no Brasil e cuja *hashtag* foi utilizada em vários protestos de rua repudiando o evento.

A problemática em torno da realização da Copa também foi a manchete do Estadão que dizia “Brasil é favorito em Copa contestada”. A linha fina do jornal apresenta dados importantes para o descontentamento com o evento: “país gastou R\$ 26,5 bilhões, mas parte das obras não ficou pronta ou sequer foi entregue”. Em ambos os jornais fica também evidente a esperança de que a seleção brasileira ganharia o mundial. Na capa do Estadão, a fotografia de um treino da seleção com o Neymar em evidência junto com sua declaração de que seu objetivo é ganhar a Copa reforça ainda mais a expectativa de vitória da seleção.

O jornal O Globo diz apenas “Chegou a hora”. A frase poderia ser relacionada tanto ao desafio da organização do evento quanto ao desafio da seleção, mas como a fotografia mostra o Neymar e o técnico Felipão em treinamento, parece que é realmente

a seleção que a partir desse momento tem um desafio. Diferentemente dos outros jornais, o Globo não aventa a possibilidade da seleção vencer o campeonato, dizendo que ela está em alta ou que é a favorita.

A capa do jornal Estado de Minas destaca “6 desafios rumo ao hexa”. O jornal não faz nenhuma menção às dificuldades enfrentadas pela organização para a realização do evento. Os seis desafios indicados na manchete do jornal são todos relacionados à seleção brasileira e a possibilidade de um bom desempenho do Neymar (o craque do time), do Felipão (o técnico), do Júlio César (o goleiro), dos jogadores do banco de reservas, da torcida e dos jogadores estarem em plena forma, sem lesões. Todas as imagens da capa fazem referência ao jogo de futebol, quer seja por meio da fotografia dos jogadores da seleção ou por meio da imagem de um gramado que faz referência ao campo.

Nas RSIs, o dia 12 de junho tem um pico de publicações sobre o tema “abertura”. Na análise de Zago (2014, p. 199), várias palavras-chave no dia tem relação com a abertura. “exoesqueleto”, “abertura copa”, “pênalti roubado”, “se o Brasil ganhar”, “se o Brasil perder” e “dia dos namorados copa” são alguns dos temas que possuíram mais de 2000 tweets publicados cada.

As palavras-chave com mais tweets, tirando a “pênalti roubado” são todas gerais, não abordando tanto eventos específicos que previamente não se sabia a respeito da abertura. Desta forma, encontra-se uma semelhança entre as palavras-chave do Twitter, os temas principais abordados nas RSIs e o conteúdo principal veiculado nas capas dos jornais impressos.

Assim como as expectativas com relação à abertura da Copa variam nos quatro jornais analisados, observamos que a notícia da abertura também possui abordagens distintas em cada jornal. A Folha de São Paulo noticia “Brasil abre a Copa com gol contra, virada e vaia a Dilma”. Uma composição de três imagens com recorte diagonal entre elas, mostram no canto inferior esquerdo um manifestante sendo detido por policiais no Rio, o que é curioso, pois houve confronto da polícia com manifestantes em São Paulo, mas a imagem escolhida e a legenda indicam a cidade do Rio. No centro o Neymar comemorando um gol contra a Croácia e no canto superior direito a Dilma com os dedos cruzados torcendo pela seleção brasileira no estádio Itaquerão. Apesar da foto mostrar ela torcendo, sua imagem no Itaquerão na abertura da copa combinada com a manchete fazem lembrar que ela foi vaiada no estádio. Vale notar que sua imagem está posicionada exatamente embaixo do seu nome na manchete. Não é possível



observar um apoio ou crítica à presidente na capa, contudo, sua imagem é uma das três que possuem maior destaque, haja vista sua posição na página.

A manchete do Estadão no dia seguinte à abertura diz “Brasil vence a Croácia de virada; Dilma é hostilizada pela torcida”. A imagem principal da página mostra Neymar ao lado de Huck comemorando um gol. A imagem da presidente não aparece na capa, mas a linha fina do jornal informa que a Dilma foi “vaiada e xingada em coro por três vezes”. O jornal também mostra na capa a violência da polícia em São Paulo para conter os manifestantes que protestavam contra a Copa. Apesar dessa informação ser bem menor e estar na parte inferior da página, portanto, num local de menor visibilidade, a fotografia escolhida é um flagrante da violência cometida pelos policiais, pois um policial joga gás de pimenta no olho de um manifestante imobilizado por outros policiais. Outra notícia menor, sem muito destaque na capa, mas relevante para o nosso estudo sobre a relação entre as redes sociais e o jornal impresso, diz respeito às críticas feitas nas redes sociais digitais à abertura da Copa. É interessante notar que não são apenas os jornais que pautam assuntos nas redes sociais, mas que alguns fluxos informacionais nas redes sociais têm sido noticiado pelos jornais impressos.

O jornal o Globo no dia 13 de junho apresenta a manchete “Uma vitória sofrida” e a foto do Neymar ajoelhado comemorando um gol. Enquanto o jornal Folha de São Paulo e Estadão mostraram a comemoração do primeiro gol do Brasil, o Globo mostra a comemoração do segundo gol que gerou polêmica, pois foi fruto de um pênalti marcado incorretamente pelo juiz. A legenda da foto destaca esse fato com a frase “polêmica na estreia”. Além da vitória sofrida, da fotografia e da legenda, a linha fina da manchete dizendo “polêmica sobre pênalti inexistente” também reforça a ideia de que o Brasil venceu por ter sido favorecido pela arbitragem. O jornal Folha de São Paulo e Estadão deram bem menos ênfase a esse fato. Ambos colocaram a informação na linha fina. A Folha de São Paulo afirma que o Brasil foi favorecido por erro na arbitragem, enquanto o Estadão informa apenas que o jogo foi “marcado por críticas à arbitragem”. Logo abaixo da manchete o Globo apresenta outros três chamadas: “Dilma é xingada e vaiada mesmo sem discursar”, “Itaquerão teve falta de luz e telefonia falha” e “Brasileiros festejam nas ruas das cidades-sede”. As duas primeira frases indicam problemas com a realização da Copa, enquanto a terceira mostra certa satisfação dos brasileiros, apesar das manifestações contrárias e dos confrontos entre policiais e manifestantes. Enquanto os outros jornais analisados até agora apenas informavam às vaias à presidente Dilma, o Globo informa que ela não discursou e que, portanto, ela



esperava às vaias e tentou não recebê-las. O jornal enfatiza o fato de não ter havido discurso na legenda de uma foto pequena, mas bem localizada, no canto superior direito, que mostra Blatter e Dilma durante a abertura. Ainda na capa encontramos uma pequena notícia sobre protestos e confrontos. o título diz “Protestos têm confrontos, 17 feridos e 70 detidos. Esse é o único jornal que apresenta em uma chamada da capa dados dos protestos. Junto à chamada há uma foto do confronto e a legenda informa que “mascarados enfrentam PMs em São Paulo. Apesar de ter havido confronto no Rio, o jornal carioca opta por uma imagem do confronto em São Paulo em sua capa.

A capa do jornal Estado de Minas destaca em sua manchete “O início de um sonho”. A frase aparece junto a uma foto na qual Neymar está de costas, de joelhos, com os braços para cima comemorando um gol. A foto parece ser da mesma cena que o jornal O Globo fotografou. A legenda do Globo informou que a cena se referia a comemoração de um gol fruto de um pênalti marcado injustamente, fazendo assim, com que a foto se referisse não só a comemoração a um gol, mas a uma comemoração duvidosa não merecida. Ao contrário do Globo, o Estado de Minas praticamente não destaca a polêmica em torno do pênalti mal marcado no jogo. A linha fina diz “Brasil passa sufoco, mas com dois gols de Neymar e um de Oscar bate a Croácia por 3 a 1”. Na metade inferior da capa, uma outra matéria ganha destaque. A chamada “A volta do pesadelo” faz referência a onda de protestos nas ruas e ao confronto com a polícia ocorridos em Belo Horizonte. As fotos mostram manifestantes depredando um carro da polícia e bicicletas de aluguel na rua. Pouca ênfase é dada às vaias, que aparecem numa pequena manchete que diz “Dilma se cala na festa e ouve vaias”. Assim como o jornal O Globo, o Estado de Minas menciona o fato da presidente ter decidido não se pronunciar para evitar as vaias, como já havia acontecido na Copa das Confederações em 2013.

Nas RSIs, o dia 13 é quando o tema “abertura” chega no seu maior índice de publicações. O fato deste assunto continuar sendo pautado nas redes sociais da internet um dia após ter acontecido, que pela lógica tem a divulgação de um assunto muito mais rápido que nos jornais impressos, mostra a grande repercussão e importância da abertura da Copa.

Abaixo do tema “abertura” em relação a quantidade de publicações, está o “Dilma Rousseff”. Tal presença se relaciona, provavelmente, ao desdobramento do episódio das vaias. Contudo, a única palavra-chave captada por Zago (2014) no dia 13 e relacionada à presidente é “Xingar Dilma Rousseff”. Tal palavra-chave possui apenas



199 publicações, sendo portanto pouco relevante no Twitter de acordo com sua pesquisa.

É possível observar também que o tema “apoio a Copa”, juntamente com a tag #vaitercopa, têm uma diminuição drástica de publicações no dia 13. Isso se dá, provavelmente pela comprovação que realmente haveria o mundial.

O episódio da vaia à presidente Dilma pode ser analisado de forma ampla. O assunto continua em evidência no Estadão, na Folha e no Globo no dia 14 de junho, dois dias após o incidente.

O Estadão aborda o assunto na manchete, no topo da página. “Dilma diz que não se deixará ‘intimidar por xingamentos’” é a manchete do dia 14. A volta desse assunto se refere à um discurso em Brasília feito pela presidente. A Folha aborda da mesma forma a fala da presidente, mas dando menos destaque na capa do jornal. O Globo não dá tanto destaque ao assunto, mas também na capa abordando que o xingamento à presidente “foi criticado por adversários, aliados e analistas”. Já o Estado de Minas não retoma esse assunto.

Nas RSI's, o tema “Dilma Rousseff” têm crescimento nas publicações entre os dias 12 e 14 de junho. 5,29% das publicações apresentadas pelo Apita Brasil são sobre a presidente no dia 12 de junho, 9,81% no dia 13 de junho e 10,72% no dia 14 de junho.

Conforme abordado anteriormente, a única palavra-chave sobre a presidente no dia 13 de junho tem poucos tweets. Já no dia 14, a palavra-chave “dilma vaiada” possui 628 tweets, de acordo com Zago (2014, p. 199)

No dia 19, depois de uma fala do então ministro Gilberto Carvalho, a vaia a presidente Dilma volta a ser discutida. No Estado de São Paulo, o assunto é manchete: “ofensa a Dilma não foi só da ‘elite branca’, diz ministro”. O Globo também noticia a fala do ministro, porém com menos destaque na página. A manchete do jornal carioca refere-se a eliminação do time espanhol da Copa. A Folha de São Paulo traz uma pequena chamada sobre o tema, ainda com menos destaque que a forma como assunto foi abordado pelo O Globo. Novamente, o Estado de Minas não toca no assunto, tendo como imagem principal na capa a eliminação da Espanha.

O desdobramento da vaia à presidente Dilma ser relevante para o Estado de São Paulo e ter menos relevância aos demais jornais diz muito sobre a importância dada ao tema pelo jornal. Dizendo assim, respeito a sua política editorial.

Assim como nos demais jornais, o assunto da Dilma não volta a ser relevante nas RSIs no dia 19 de junho. Apesar de ser o segundo tema com mais publicações nas



RSIs, o tema possui apenas 7,31% do total de publicações. Já nos dados do Twitter não foi possível identificar nenhuma palavra-chave referente a presidente na data.

Considerações Finais

É possível identificar que em certas situações há uma sincronia a respeito do conteúdo veiculado nos jornais impressos e no Twitter a respeito da Copa do Mundo da Fifa de 2014 no período analisado.

No dia seguinte à abertura, por exemplo, houve uma grande movimentação nas redes sociais da internet e foi também o assunto mais relevante na composição das capas dos jornais analisados. O que é esperado, dado que a abertura é um evento midiático programado e organizado para gerar notícia.

O evento não planejado pela organização do evento ocorrido nesse dia, foi a vaia à presidente Dilma. Esse assunto, baseado nos nossos dados, não demonstrou relevância nas redes sociais, mas foi manchete de dois jornais. Esse caso, mostra algumas diferenças entre os assuntos que estão nas redes sociais e no jornal impresso.

O mundial foi amplamente abordado tanto pela redes sociais da internet quanto pelo jornal impresso. Isso pode ser comprovado pela constância, durante o período analisado, de publicações sobre o assunto nas duas mídias.

Contudo, é evidente as diferentes formas de veiculação de conteúdo no jornalismo impresso diário e nas RSIs. Embora todos os jornais possuam uma linha editorial que influencia no conteúdo veiculado, é possível identificar uma busca por formas claras, diretas e pouco opinativas de veiculação no jornalismo impresso.

Já as RSIs tratam de assuntos específicos a respeito de um tema amplo abordado no dia. O destaque para a palavra-chave “pênalti roubado” no Twitter é exemplo disso. O Twitter privilegia um conteúdo singular, baseado muitas vezes nas opiniões dos internautas a respeito de acontecimentos específicos do dia.

Isso porque cada tweet reflete a forma falada por seu emissor, e isso também influencia na diferença de representação sobre a Copa do Mundo. Zago afirma que “...cada usuário do Twitter pode ser entendido como um microcanal emissor de comunicação...” (ZAGO, 2014, p. 77) e, por isso, cada um possui peculiaridades e diferentes formas de abordagens.

Os assuntos mencionados nas capas dos jornais são gerais, se comparados aos publicados nas RSIs. Nas RSI as publicações retratam assuntos mais específicos, principalmente do dia, do jogo ou da última hora. Isso não significa que o conteúdo



abordado no jornal não trate os assuntos falados nas RSIs, mas aquilo que é veiculado nas RSIs não são as manchetes dos jornais.

A respeito da afirmação acima, podemos usar como exemplo a abertura da Copa. A apresentação de abertura, que teve a participação da cantora Jennifer Lopez, certamente foi veiculado em todos os jornais analisados tanto no dia quanto no dia seguinte a abertura, mas não como manchete. Já no Twitter o assunto se destaca, de acordo com a coleta de Zago (2014, p. 199).

Outra razão para as diferentes abordagens se refere ao tempo entre o acontecimento e a hora de veiculação do mesmo assunto nos jornais. Podemos usar como exemplo o jogo em que Inglaterra perde. Ele é abordado no jornal no dia seguinte. Mas tendo sido amplamente discutida no Twitter no dia anterior. A rapidez da rede social faz com que sejam pautados coisas bem diferentes.

Um dos elementos que contribuem para a complexidade da narrativa é seu aspecto temporal. Há o tempo da coisa contada (o acontecimento), o tempo da narrativa e o tempo do consumo (Genette, 2011). Ainda que no Twitter possa haver uma quase coincidência temporal (como relatar em tempo real um evento que está presenciando e essa mensagem ser lida por outros usuários assim que é postada), muitas vezes o tempo do consumo difere do tempo da narrativa, que, por sua vez, não é o mesmo do acontecimento. (ZAGO, 2014, p. 94)

Podemos concluir que existem grandes diferenças no acontecimento, publicado pela mídia, e a forma que a narrativa a respeito do mesmo assunto é criada nas RSIs. Os aspectos narrativos e a forma como o conteúdo é abordado se difere bastante, envolvendo não só a diferença de tempo do que é publicado nas redes sociais e publicado no jornal impresso, mas principalmente pelas abordagens específicas, opinativas e pessoais dos usuários das RSIs.

Referências Bibliográficas

- APITA BRASIL. Disponível em: <www.apitabrasil.com.br> Acesso em: 02 abr. 2015
- GALANTE, Cláudia. GUARESCHI, Pedrinho. **Convergência midiática: uma nova forma de participação democrática**. XV Encontro Nacional da Abrapso. Maceió, 2009.
- SANTAELLA, Lucia, **Comunicação Ubíqua - Repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes Sociais Digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.
- ZAGO, Gabriela. **Circulação e Recirculação de Narrativas do Acontecimento no Jornalismo em Rede: A Copa do Mundo de 2014 no Twitter**. Tese de doutorado (Pós-Graduação em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.