A cobertura da Copa do Mundo da Rússia pelo jornal Folha de S. Paulo. *Como o jornal brasileiro apresentou o megaevento esportivo de 2018 em suas capas*

Janaina Dias Barcelos
Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Ufrn)
janaina.barcelos@ufrn.br
https://orcid.org/0000-0002-2913-7866

Dyego Vieira Lima
Jornalista
dyegolima77@hotmail.com
https://orcid.org/0000-0003-1193-2156

https://doi.org/10.14195/2183-6019_15_3

Coverage of the World Cup in Russia by Folha de S. Paulo newspaper. How the Brazilian newspaper presented the 2018 sports mega-event on its covers

Resumo:

Este artigo aborda a cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2018, realizada na Rússia, por meio da análise de 33 capas do jornal *Folha de S. Paulo*, principal periódico do Brasil, em sua versão impressa. As capas analisadas foram publicadas entre os dias 14 de junho e 16 de julho de 2018, de forma a abranger todo o conteúdo relativo ao torneio. Através da metodologia da Análise de Conteúdo, que permite a realização de um estudo qualitativo e quantitativo, pretende-se, com este trabalho, verificar se a *Folha*, em sua página principal, deu prioridade à competição futebolística em comparação aos demais assuntos. Além disso, busca-se perceber se o jornal deixou transparecer algum tipo de posicionamento nos textos relativos à seleção brasileira e às equipes rivais: Alemanha, Argentina e Uruguai. São analisados a quantidade de conteúdo, manchetes, formas de ilustração e o espaço ocupado pelo Mundial e pelas demais editorias do periódico, bem como o teor das produções textuais que abordam, especificamente, a equipe do Brasil e de seus rivais. Os resultados mostram que a Copa teve presença relevante nas capas durante o evento, porém outras editorias continuaram sendo prioridade na cobertura cotidiana. No geral, sobre possíveis posicionamentos em relação aos times, observa-se a busca por uma cobertura equilibrada.

Palavras-Chave: Folha de S. Paulo; Copa do Mundo; jornalismo esportivo; análise de conteúdo.

Abstract:

This paper presents a study on the journalistic coverage of the 2018 World Cup, held in Russia, through the analysis of 33 front pages of the newspaper *Folha de S. Paulo*, Brazil's main periodical, in its printed version. In order to cover all the content related to the tournament, we analyzed front pages published between June 14 and July 16, 2018. Through Content Analysis methodology, which allows a qualitative and quantitative study to be carried out, this study aims to comprehend if *Folha*, on its front page, gave priority to the football competition in comparison to the other subjects. In addition, it seeks to understand whether the newspaper showed any type of positioning in the texts relating to the Brazilian team and rival teams: Germany, Argentina and Uruguay. The dimension of content, headlines, forms of illustration and space occupied by the World Cup and the other editorial sections of the newspaper are analyzed, as well as the content of textual productions that specifically address the team from Brazil and its rivals. The results show that the World Cup had a relevant presence on the front pages during the event, but other editorial sections continued to be a priority in daily coverage. Regarding possible positions in relation to the teams, there is an attempt for a balanced coverage.

Keywords: Folha de S. Paulo; World Cup; sports journalism; content analysis.

Introdução

A noite de 8 de julho de 2014 foi um dos momentos mais trágicos da história da seleção brasileira masculina de futebol. A equipe protagonizou um dos maiores vexames da história das Copas do Mundo, com a humilhante derrota por 7 a 1 para a Alemanha, na semifinal do Mundial, a pior já sofrida pelo Brasil. Ela criou um ambiente de terra arrasada no futebol brasileiro, fazendo a nação reviver o trauma da Copa de 1950.[1]

Após os desempenhos decepcionantes de 2015 e 2016 da Copa América, a CBF (Confederação Brasileira de Futebol) optou por trocar o comandante da seleção. Em 20 de junho de 2016, a entidade nomeou Adenor Leonardo Bachi, o Tite, para técnico da equipe, substituindo Carlos Caetano Bledorn Verri, o Dunga. Ele chegou com a missão de resgatar o bom futebol da seleção e, principalmente, recuperar o moral do time.

Desde a estreia de Tite, em 1 de setembro de 2016, até o último amistoso brasileiro antes da Copa da Rússia, em 10 de junho de 2018, foram 21 jogos, sendo 17 vitórias, três empates e uma derrota. Dentre essas partidas, o triunfo por 1 a 0 sobre a algoz Alemanha, em Berlim, pouco antes do início do Mundial, gerou expectativa sobre o quão longe a equipe chegaria em solo russo. Após o último amistoso antes do Mundial, a versão impressa do jornal brasileiro *Folha de S. Paulo* destacou em sua capa o desempenho recente do time verde e amarelo: "A seleção brasileira chega à Copa do Mundo da Rússia com a melhor campanha pré-Mundial desde 1970. Após a vitória sobre a Áustria, ontem, em Viena, o técnico Tite atingiu 86% de aproveitamento em 21 jogos". Em 2018, o Brasil chegava ao Mundial com status de favorito ao título.

Partindo desse cenário, este artigo apresenta uma análise da cobertura da Copa do Mundo da Rússia, feita pela *Folha de S. Paulo*, um dos principais jornais de referência na imprensa brasileira. Questionou-se se a noticiabilidade do torneio teria se sobreposto a outros assuntos jornalisticamente relevantes e qual o comportamento do periódico nos textos sobre a seleção brasileira e seus rivais de momento, Alemanha, Argentina e Uruguai.[2] Procuramos verificar as hipóteses de que a *Folha* deixaria de lado sua pretensa neutralidade quando abordasse uma dessas quatro seleções; de que a Copa passaria a ser o foco do jornal enquanto fosse realizada; e de que o megaevento teria sido privilegiado pelo jornal, sendo colocado em pontos estratégicos da capa.

Para tanto, estudou-se as capas da *Folha* de 14 de junho a 16 de julho de 2018, totalizando 33 primeiras páginas. O recorte temporal foi feito com o objetivo de incluir o período de realização da Copa do Mundo de Futebol daquele ano, desde os preparativos até a repercussão após o fim do torneio.

Pelo fato de o Mundial ser um evento que impacta grande

1 Após uma boa campanha e favorito no campeonato, a seleção brasileira jogava contra o Uruguai na final, no Maracanã, com a vantagem do empate. O Brasil perdeu por 2 x 1, derrota pela qual o Brasil lamenta até hoje.

2 Embora a seleção francesa tenha sido a campeã do Mundial 2018, a cobertura sobre ela não está contemplada neste estudo, pois não se insere em nossos objetivos de pesquisa.

contingente de pessoas, torna-se importante analisar a abordagem jornalística realizada pelo jornal impresso que alcança o maior número de pessoas no Brasil.

Jornalismo esportivo e Copa do Mundo

Cabe ao jornalismo esportivo divulgar o que acontece no universo das modalidades e dos eventos esportivos, englobando desde o conceito de esporte como ferramenta de inclusão social até competições de nível profissional. A atividade começou na Europa quando, em 1852, na Inglaterra, foi publicado o *Sportman*, primeiro diário do gênero. Em suma, o jornalismo esportivo consiste em:

> *Uma atividade especializada de Jornalismo na qual são transmitidas informações, opiniões (interpretações e críticas) e análises do esporte em qualquer aspecto de sua abrangência sociocultural. O jornalismo esportivo é exercido por jornalistas com conhecimento em esportes em geral ou em aspectos esportivos... A cobertura jornalística esportiva, na sua maioria, é setorizada, podendo incidir sobre clubes, modalidades, entidades dirigentes ou outros aspectos esportivos importantes* (Tubino et al., 2007, citado em Gurgel, 2009, p. 194).

No Brasil, conforme Bezerra (2008), o jornalismo esportivo surge quase simultaneamente à chegada do futebol ao país. Em 18 de outubro de 1901, houve um inédito duelo interestadual entre times do Rio de Janeiro e São Paulo. Charles Müller, responsável por introduzir o esporte no Brasil,[3] convidou o jornalista Mário Cardin, repórter do jornal *O Estado de S. Paulo*, para colaborar na organização e divulgação da partida. Além da publicação nas páginas do periódico paulista, Cardin enviou notícias sobre a partida a amigos no Rio de Janeiro, então capital do Brasil, para divulgar nos principais jornais da cidade. "E assim, o ano de 1902 tornou-se um marco na imprensa esportiva. A partir desse momento, o futebol virou notícia importante nas páginas dos principais jornais, pelo menos em São Paulo" (Bezerra, 2008, p. 20).

Nessa época, o futebol começa a se tornar a principal modalidade esportiva do Brasil. No início da década de 1930, com o gradativo aumento na divulgação das partidas, houve também pressão para melhorar o nível do jogo. Timidamente, o futebol brasileiro caminhava para a profissionalização, e o futebol ocupava, cada vez mais, as páginas dos principais jornais do Brasil.

A relação entre mídia e esporte ganha novos contornos no início do século XXI, quando a internet passa a ser base da comunicação global, constituindo uma rede de livre circulação de informações. Muitos *sites* desenvolvidos por editoras, empresas jornalísticas e entidades esportivas promoveram uma espécie de revolução na forma de se fazer uma cobertura: "Os sites possibilitaram o acesso a dados estatísticos, tabelas, informe de eventos e históricos,

3 Charles Müller era paulistano de descendência inglesa. Apaixonou-se pelo futebol quando estudou na Inglaterra, trazendo-o para o Brasil. Fonte: entrevista do historiador John Mills ao *3º Tempo/UOL (Sarabá, 2017)*.

complementando o noticiário dos jornais e revistas especializados. As grandes coberturas passaram a ter o suporte do tempo real" (Tubino, 2007, citado em Gurgel, 2009, p. 9).

Nesse cenário, o futebol se destaca na cobertura esportiva, gerando audiência, sendo o mais praticado em todo o mundo e o que movimenta mais dinheiro. Segundo a pesquisa *Big Count 2006*, realizada naquele ano pela FIFA (Federação Internacional de Futebol) entre as suas 207 associações membro, o futebol contava com cerca de 265 milhões de praticantes em todo o planeta (COMNEBOL, 2013). Em *ranking* divulgado pela *Forbes* em 2019, das seis equipes esportivas mais valiosas do mundo, três eram de futebol: Real Madrid, Barcelona e Manchester United (Badenhausen, 2019). Assim, não é um acaso que faz o esporte receber atenção nos noticiários: "O futebol gera notícias extraordinárias, informações de vendas milionárias de jogadores, a vida cada vez mais glamurosa destes, pautas sobre superfaturamento de eventos esportivos, CPIs do futebol, e muito mais. Ou seja, futebol dá visibilidade" (Bezerra, 2008, p. 65).

Na sociedade brasileira não é diferente. A nação carrega a alcunha de "país do futebol", ainda que não tenha sido o seu inventor. O sucesso da seleção brasileira mundo afora, com seus cinco títulos mundiais, além de ter contado com Pelé, um dos maiores jogadores de futebol de todos os tempos, são pilares para esse termo. Diante disso, o esporte tem importância significativa no jornalismo brasileiro, uma vez que a cultura do país está permeada por ele e, na medida em que a opinião pública se interessa pelo assunto, o futebol passa a ganhar mais espaço nos noticiários. "Assim, aproveitando-se da massificação dos meios e da informação, o esporte, principalmente o futebol, obteve uma rápida aceitação e popularização, tornando-se um produto da cultura de massa" (Ikeda et al., 2012, p. 2).

Nesse âmbito, a Copa do Mundo é o maior evento futebolístico do planeta e um dos maiores em se tratando de esportes. Além da presença de craques de diversos países e do glamour e da atenção midiática que o torneio reúne, a questão nacionalista também entra em campo com cada um dos jogadores e se apresenta junto de cada espectador ao redor do mundo. Realizada a cada quatro anos, desde 1930, a Copa do Mundo é hoje acompanhada por metade da população mundial. Conforme dados publicados pela FIFA, cerca de 3,3 bilhões de pessoas assistiram a pelo menos um minuto da cobertura oficial do torneio em 2018 (Reuters, 2018).

Desde 1986, todas as edições da Copa superaram a marca média de 42 mil torcedores presentes nos estádios. No torneio de 1994 nos EUA, o recorde histórico foi obtido com mais de 68 mil pessoas (Manhago, 2018). O sucesso da competição é tão grande que a FIFA, para ampliar a quantidade de jogos, definiu que, a partir de 2026, o torneio passará a contar com 48 equipes ("Veja o número de participantes", 2017). Essa medida torna-se compreensível quando levamos em consideração o dinheiro envolvido. Na Copa de 2018, a entidade faturou cerca 5,2 bilhões de dólares com patrocínios, venda dos direitos de transmissão

das partidas e outras fontes de arrecadação. Para 2022, a expectativa é que esse montante se aproxime dos 7 bilhões (Sports Value, 2018).

Logo, por sua dimensão, o Mundial implica investimentos de infraestrutura pública e instalações esportivas por parte das cidades sedes, o que repercute em oportunidade de negócios para vários setores econômicos, como construção civil, indústria e turismo. E, sem dúvida, o campo da mídia tem participação garantida.

> *A Copa do Mundo de futebol e todos os seus desdobramentos dominaram a imprensa nacional no mês de junho e durante a primeira quinzena de julho. Como habitual a cada quatro anos, o noticiário sobre o maior evento de futebol do planeta deixou de ocupar somente as páginas ou programas de esporte e expandiu-se para as editorias de política, economia, cotidiano, cultura etc. Capas de grandes jornais e revistas, homes de portais na Internet e as emissoras de televisão e rádio dedicaram amplo espaço ao Mundial* (Padeiro, 2014, p. 2).

Diante do peso da temática na imprensa, principalmente se considerarmos a relevância do futebol na cultura dos brasileiros, questionamo-nos a respeito de mudanças na forma de estruturação de um jornal, durante eventos de grande magnitude como a Copa do Mundo. Partindo desse pressuposto, os Mundiais poderiam converter-se em espaços de expressão de um nacionalismo ocasional, momentos específicos de apoio à representação nacional proporcionada pela seleção, como aponta Costa (2013). Na Copa do Mundo, a alma brasileira une o país em torno do futebol, fazendo com que, numa busca pela vitória, os problemas da vida sejam momentaneamente relegados a um segundo plano. "O nivelamento das pessoas de classes sociais, sexo, etnia, religião, e regiões distintas, fazem (sic) com que haja uma integração contra um 'inimigo comum'" (Bezerra, 2008, p. 25).

> *Mais especificamente em relação à publicidade nas Copas do Mundo de futebol, o que costumeiramente vemos é uma avalanche de exaltação verde-amarela. O verde-amarelo vira produto que vende, e muito. Podemos dizer, também, que o sentimento de brasilidade efervesce em épocas de Copa do Mundo. O hino nacional passa a ter sentido e a ser cantado com louvor. Os rituais de transmissão e acompanhamento dos jogos da seleção canarinho se transformam em verdadeiros rituais (quase) religiosos, sagrados! E é neste cenário todo, em que as cidades se transformam em questão de horas para acompanhar os jogos, em que as pessoas deixam de fazer suas principais atividades por algumas horas, que as aulas param e em que os grupos sociais se reúnem para acompanhar aquilo que parece ser um sentimento único: ser brasileiro ao acompanhar a seleção brasileira de futebol. Não há nenhum outro fenômeno que seja parecido com este, nem mesmo acontecimentos eleitorais/políticos, religiosos ou folclóricos conseguem abranger tamanha população nos vários recantos do Brasil* (Caetano et al., 2010, p. 6).

A partir desses megaeventos, o esporte coloca-se como item primordial na agenda dos grandes interesses nacionais. A superexposição midiática comporia, portanto, um cenário de espetacularização do esporte, em que interesses jornalísticos, publicitários e mercadológicos conduzem a esforços no investimento para uma cobertura extensa e intensa durante um evento de magnitude como a Copa do Mundo (Padeiro, 2014). Um megaevento apresentaria: "grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro do setor público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da sociedade anfitriã" (Hall, 2006, citado em Tavares, 2011, p. 7).

Portanto, uma competição esportiva sai do âmbito da mera disputa entre atletas e é transformada em espetáculo midiático, englobando uma estratégia mercadológica, uma vez que os veículos de comunicação se mantêm ativos por meio da venda a anunciantes, a qual se vincula à audiência.

Para compreendermos como a imprensa constrói e transforma um evento em megaevento, podemos refletir a partir da perspectiva da Sociedade do Espetáculo, proposta em 1967 pelo pensador francês Guy Debord. Para o autor, as pessoas deixam de viver diretamente alguma experiência para, por meio do consumo de imagens, tornarem-se meros espectadores. Assim, "toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação" (Debord, 2003, p. 13).

Em certa medida, o mundo esportivo é um dos favoritos da mídia para o processo de espetacularização porque, diferentemente de outros campos, ele oferece o show já pronto, restando o trabalho de construção das imagens e das narrativas. Uma experiência simples que podemos fazer é a seguinte: se assistirmos ao mesmo jogo no estádio, pelo rádio e pela televisão, ficará a impressão de que estamos em três eventos distintos (Bezerra, 2008).

O advento do cinema e a ascensão da televisão modificaram a relação do jornalismo com o esporte. Quando se fala em espetáculo esportivo, remete-se às imagens ligadas ao espetáculo midiatizado relacionado aos esportes. Elas representam o ápice do processo de construção de imagens esportivas espetaculares, que são midiatizadas de forma massiva (Gurgel, 2009).

> *O jornalismo esportivo, cada vez mais, tem buscado o sentido do espetáculo, o que leva a uma identificação integrada com o show, o profissionalismo e o negócio. A criação, a difusão e o reconhecimento de ídolos e mitos no esporte têm sido algumas das iniciativas do jornalismo esportivo na construção do espetáculo* (Gurgel, 2009, p. 3).

Diante disso, entendemos o megaevento como uma produção da mídia, sendo os grandes eventos esportivos acontecimentos com alto teor de noticiabilidade. Ao longo do tempo, o jornalismo esportivo cresceu junto com a profissionalização do futebol brasileiro e com o envolvimento dos leitores. Nesse processo,

> *a cobertura esportiva passa a ir além do esporte, apelando para temas que satisfaçam um público cada vez maior e mais exigente. O entretenimento se torna grande aliado do jornalismo esportivo, além de matérias que envolvam os atletas, principalmente fora das competições. O processo de massificação do esporte, consequentemente, acarreta uma mudança, ainda que pequena, mas perceptível na área jornalística especializada* (Ikeda et al., 2012, p. 8).

Conforme Pozzi (1998, citado em Gurgel, 2009, p. 8), chegou-se a um estágio tal que esporte e mídia são dependentes um do outro, relação que ganha novos contornos no início do século XXI, quando a internet passa a ser base da comunicação global. "Os sites possibilitaram o acesso a dados estatísticos, tabelas, informe de eventos e históricos, complementando o noticiário dos jornais e revistas especializados. As grandes coberturas passaram a ter o suporte do tempo real" (Tubino, 2007, citado em Gurgel, 2009, p. 9). A todas essas ferramentas, une-se a paixão pelo esporte.

Nesse universo, o futebol se destaca na cobertura esportiva, gerando audiência, sendo o mais praticado em todo o mundo e o que movimenta mais dinheiro. Como mencionamos, a pesquisa *Big Count 2006*, realizada naquele ano pela FIFA, aponta que o futebol conta com cerca de 265 milhões de praticantes em todo o planeta. Além disso, em *ranking* divulgado pela *Forbes* em 2019, das seis equipes esportivas mais valiosas do mundo, três são de futebol: Real Madrid, Barcelona e Manchester United. Assim, não é um acaso que faz o esporte receber maior atenção nos noticiários: "O futebol gera notícias extraordinárias, informações de vendas milionárias de jogadores, a vida cada vez mais glamorosa destes, pautas sobre superfaturamento de eventos esportivos, CPIs do futebol, e muito mais. Ou seja, futebol dá visibilidade" (Bezerra, 2008, p. 65).

Cabe verificar, neste estudo, se tal cobertura se sobreporia a outros acontecimentos jornalisticamente relevantes, quando se trata da Copa do Mundo.

Corpus e metodologia

Criado em 1921, a *Folha de S. Paulo* é, desde 1986, o jornal de maior circulação no Brasil, integrando um dos maiores conglomerados de mídia do país (Folha de S. Paulo, n.d. a). Sua página online se tornou uma das mais acessadas do país, registrando, em 2019, média de 30 milhões de visitantes por mês ("Com crescimento digital, Folha lidera", 2019). Somando as versões digital e impressa, obteve a maior média mensal de pagantes entre os veículos nacionais de interesse geral em 2019. Segundo dados do *Google Analytics*, o portal da *Folha*, em abril de 2020, bateu o recorde de audiência em um único mês entre os portais de notícias, registrando quase 177 milhões de visitas (Folha tem recorde de audiência, 2020). A versão impressa do jornal conta com 11 editorias: Poder, Mundo, Mercado, Cotidiano, Esporte, Ciência + Saúde, Folha Corrida, Ilustrada, Turismo, Ilustríssima e Sobre Tudo (Folha de S. Paulo, n.d. b).

Em 2018, a *Folha* preparou novidades para as edições impressa e digital durante a Copa do Mundo

da Rússia, ampliando sua cobertura, com informações para além do que acontecia dentro de campo, incluindo questões geopolíticas e comportamentais. Doze jornalistas foram enviados à Rússia para acompanhar o torneio. Na versão online do jornal, os assinantes puderam acompanhar, em tempo real, atualizações sobre notícias e resultados dos jogos, além de informações sobre o que ocorria fora dos estádios. Na versão impressa, os leitores tiveram à disposição, além dos tradicionais conteúdos sobre a competição, uma gama de opiniões e análises sobre variados temas, escritas por mais de uma dezena de colunistas ocorreria fora dos estádios ("Folha traz novidades", 2018).

Por meio de um levantamento qualitativo e quantitativo, elencamos os tipos de chamadas de capa que a *Folha* produziu e os temas mais abordados na cobertura do Mundial de 2018 em sua versão impressa, possíveis de serem identificados no estudo das primeiras páginas, já que elas chamam para os destaques da edição. Observamos se, nos conteúdos relacionados à seleção brasileira, ficaria explícito algum posicionamento que favorecesse a equipe e, ainda, o direcionamento do jornal quando os conteúdos são ligados às seleções rivais, bem como a quantidade de espaço e inserções dedicados à competição em cada uma das capas.

A escolha das capas como objeto de análise se deve, entre outros fatores, porque se constituem sínteses de um processo de enquadramento realizado pela imprensa, além de buscarem estabelecer uma conexão com seu público-alvo, bem como podendo fisgar aquele que ainda não é seu leitor, por meio da síntese do que apresenta naquela edição e da forma gráfica empregada para tal fim, como pontuam Mendes e Barcelos (2020). Além disso, a capa de uma publicação é uma vitrine que exibe o que ela traz de mais relevante em seu conteúdo, ou o que ela deseja destacar em seu agendamento. No âmbito do caráter comercial do jornalismo, ela pode ser, ainda, uma estratégia mercadológica para valorizar o produto e aumentar vendas. Assim ela serve de vitrine, expondo os principais assuntos daquele produto, e busca incitar o consumo (Cunha, 2007).

Recorremos à metodologia da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011)[4], procedimento no qual o pesquisador busca compreender o que está por trás das mensagens analisadas, as quais contemplam, neste caso, tanto o texto quanto as imagens que compõem as capas estudadas. O esforço do analista é duplo: entender não apenas os sentidos possíveis da comunicação explicitados no texto, mas também buscar outras significações que possam estar implícitas (Câmara, 2013). Por meio dela, podemos alcançar não só os resultados quantitativos, como número de matérias em uma edição de jornal ou a frequência de determinados assuntos, como também os resultados qualitativos, ou seja, o teor do texto verbal e de que maneira ele aborda certas questões (Martins, 2011).

Os pressupostos da Análise de Conteúdo servem de suporte para captar o sentido simbólico de um texto, que nem sempre é manifesto.

4 Obra original "L'analyse de contenu", publicada em 1977.

Segundo Bardin (2011, citada em Martins, 2011, p. 39), "os dois principais objetivos da Análise de Conteúdo são a ultrapassagem da incerteza e o enriquecimento da leitura". E esses dois elementos aderem a nosso propósito, reforçando a escolha desse procedimento para nosso trabalho.

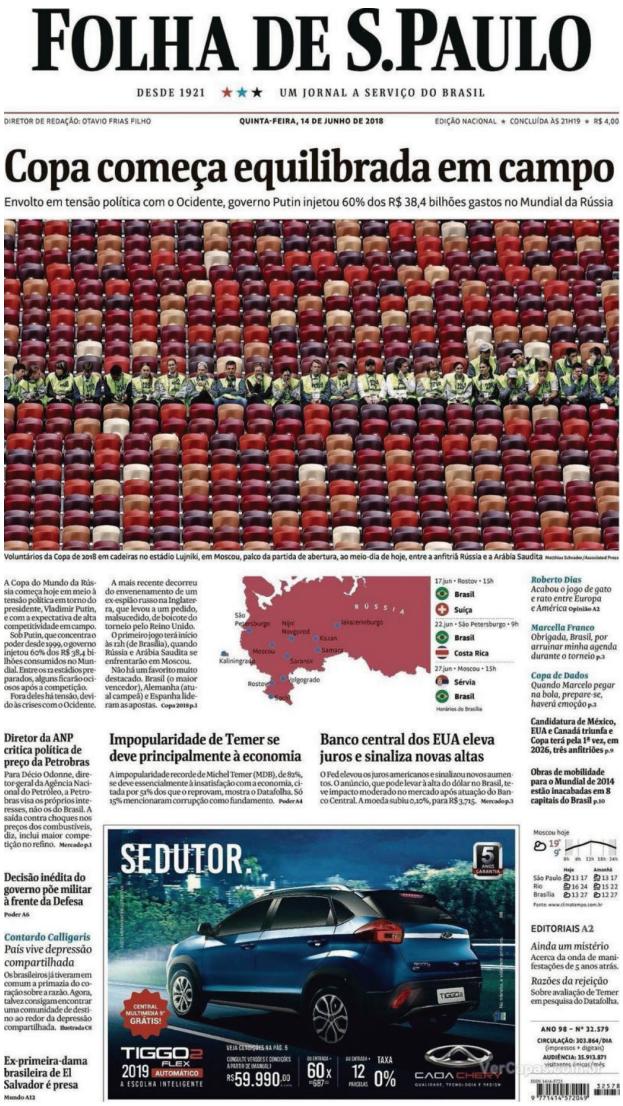
De acordo com Martins (2011, p. 39), a ultrapassagem da incerteza demonstra que "o ponto de vista de quem está analisando o texto não se resume a uma impressão particular, e que pode também ser compreendida e aceita por quem, tempos depois, analisar o trabalho do observador principal". Se bem desenvolvidos, os esforços do analista sobre a ideia podem provar que isso é possível. Em nossa pesquisa, o questionamento que fica é: terá a *Folha de S. Paulo*, durante a Copa do Mundo da Rússia em 2018, enfocado prioritariamente o torneio de seleções em suas capas em detrimento de outros assuntos?

Ainda seguindo o mesmo autor, o enriquecimento da leitura busca explanar elementos contidos no texto analisado, mas que, num primeiro momento, não são percebidos. Para o presente trabalho, questionamo-nos: ao analisar o conteúdo das capas relacionado aos jogos da seleção brasileira e dos países rivais, encontraremos elementos que revelem posicionamentos por parte do veículo?

A pesquisa começa com a capa de 14 de junho por ser a data em que a Copa do Mundo da Rússia, horas após o lançamento daquela edição da *Folha*, daria o seu pontapé inicial. A escolha foi feita tendo em vista a importância em saber como o jornal criou esse clima de pré-jogo, uma vez que teríamos não só a cerimônia de abertura do torneio, mas também a realização de sua primeira partida, quando os donos da casa enfrentariam a Arábia Saudita. Além disso, foi nesse dia que o Mundial começou a ser abordado com maior afinco e passou a receber grande destaque na primeira página do periódico paulista.

O término da análise se dá na capa do dia 16 de julho, pelo fato de essa edição ter sido lançada no dia seguinte à final do torneio conquistado pela seleção francesa. Nela,

Doze jornalistas foram enviados à Rússia para acompanhar o torneio


FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO — QUINTA-FEIRA, 14 DE JUNHO DE 2018 — EDIÇÃO NACIONAL ★ CONCLUÍDA ÀS 21H19 ★ R$ 4,00

Copa começa equilibrada em campo

Envolto em tensão política com o Ocidente, governo Putin injetou 60% dos R$ 38,4 bilhões gastos no Mundial da Rússia

Voluntários da Copa de 2018 em cadeiras no estádio Luzhniki, em Moscou, palco da partida de abertura, ao meio-dia de hoje, entre a anfitriã Rússia e a Arábia Saudita

Diretor da ANP crítica política de preço da Petrobras

Impopularidade de Temer se deve principalmente à economia

Banco central dos EUA eleva juros e sinaliza novas altas

Decisão inédita do governo põe militar à frente da Defesa

Contardo Calligaris
País vive depressão compartilhada

Ex-primeira-dama brasileira de El Salvador é presa

SEDUTOR

TIGGO 2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO

EDITORIAIS A2

Ainda um mistério

Razões da rejeição

FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO — SEGUNDA-FEIRA, 16 DE JULHO DE 2018 — EDIÇÃO NACIONAL ★ CONCLUÍDA ÀS 21H08 ★ R$ 4,00

Potência

França ganha o bi mundial, consagra geração jovem e se firma entre as grandes seleções

Kylian Mpabbé, 19, jogador mais novo a marcar numa final desde Pelé em 1958 e eleito o melhor jovem da Copa, festeja sob chuva na Rússia

copa 2018

O presidente francês, Emmanuel Macron, comemora no estádio Luzhniki, em Moscou

Mortalidade infantil tem 1º aumento desde 1990

Houve piora de 5% no cômputo mais recente; retrocesso está ligado a zika e crise econômica, segundo governo

Tostão
Não é apenas um craque que ganha um título mundial. São vários

PVC
Jogaço salvou o VAR, que deve continuar e ser aprimorado

Juca Kfouri
Campeã entra no rol das grandes escolas do futebol mundial

Ricardo A. Pereira
A França é a melhor do mundo e a segunda melhor da Europa

Multidão lota ruas de Paris em festa do bi

EDITORIAIS A2

Corda esticada

Tensão elétrica

ATMOSFERA B2

CAOA CHERY

A MONTADORA QUE MAIS CRESCE EM 2018.

1º COLOCADO

CAR and DRIVER

RECOMPRA GARANTIDA

TIGGO 2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO

ENTREVISTA DA 2ª

Mike Godwin

Comparação com Hitler não deve ser feita levianamente

Figura 1. Primeira capa do *corpus*

Figura 2. Última capa do *corpus*

estão registrados os últimos conteúdos sobre a Copa do Mundo, que repercutiram a vitória da França por 4 a 2 sobre a Croácia no dia anterior. Nas edições posteriores a essa data, não foi constatada qualquer abordagem à competição.

Ao realizarmos a primeira leitura flutuante do *corpus*, as impressões iniciais conduziram a nossos questionamentos. Indagamo-nos acerca dos recursos utilizados para a construção da primeira página do jornal: qual o espaço cedido pela *Folha de S. Paulo* em suas capas para a Copa do Mundo de 2018? Quantas matérias e outros elementos fazem alusão ao evento e quantos deles havia em cada edição? Será que nas capas havia conteúdo destinado a outras competições esportivas ou o torneio de seleções era sempre soberano? As outras editorias foram renegadas? Num segundo instante, remetemo-nos ao teor do texto verbal: será que existiria posicionamento quando se trata dos jogos da seleção brasileira? E sobre as seleções rivais, em especial Alemanha, Argentina e Uruguai[5], qual seria o tom dos textos? Estabelecemos duas categorias de análise: 1) Recursos para as matérias jornalísticas e importância do assunto, para verificar número de chamadas de capa e outros elementos (reportagens, colunas de opinião e ilustrações), por página, que guardam relação com a Copa do Mundo; que possuem ligação com outras competições esportivas; e que abordam outras

5 Esses três países foram destacados na rivalidade pelos seguintes motivos: a Argentina, por ser, historicamente, a grande arquirrival do Brasil no futebol sul-americano, disputando o posto de potência do continente; o Uruguai, por ser a terceira força na América do Sul e pela rivalidade com a seleção brasileira acentuada após o título da Copa do Mundo de 1950; a Alemanha para que possamos evidenciar como a *Folha* tratou o país europeu quatro anos após a vitória por 7 a 1 sobre o Brasil, resultado que acirrou ainda mais a rivalidade entre as seleções, duas das maiores vencedoras do Mundial da Fifa.

Tabela 1. Dados sobre as editorias abordadas – Folha de S. Paulo

Editorias	Inserções	Porcentagem
Ciência + Saúde	14	3,43%
Cotidiano	38	9,31%
Editoriais	63	15,44%
Especial	1	0,24%
Folha Corrida	4	0,98%
Ilustração climática	33	8,08%
Ilustrada	44	10,78%
Ilustríssima	5	1,22%
Mercado	50	12,25%
Mundo	61	14,95%
Opinião	1	0,24%
Poder	52	12,74%
Publicidade	33	8,08%
Sobre Tudo	3	0,73%
Turismo	6	1,47%
Total	408	100%

Fonte: tabela elaborada pelos autores

editorias; e 2) Teor e tendências do texto, focada na forma de abordagem dos textos na capa sobre a seleção brasileira (se positiva, negativa ou neutra/cautelosa); sobre as seleções rivais (haveria tom de neutralidade ou de comemoração nas situações em que essas equipes são citadas?).

Foram considerados positivos ou negativos aqueles conteúdos em que é possível identificar elementos que se caracterizem como um elogio explícito ou uma crítica exacerbada. Já as citações neutras/cautelosas são os casos em que não é possível perceber, nas mensagens, alguma tendência de posicionamento.

Resultados

O primeiro dado apresentado por nossa análise torna explícita a forte noticiabilidade que o Mundial da Fifa possui: a Copa recebeu pelo menos uma menção em cada uma das 33 capas analisadas. Das 655 inserções, 246 foram sobre a Copa do Mundo (38 por cento). As outras editorias ocuparam 62 por cento das capas no período. Considerando que a *Folha* não é uma publicação especializada em esportes, é possível notar que a Copa do Mundo foi abordada de maneira considerável pelo periódico paulista em suas capas, com mais de um terço do total de citações. Verificamos, ainda, que, em quatro das capas estudadas, o Mundial da Rússia contou com mais inserções do que todos os outros assuntos somados.

A capa publicada em 7 de julho de 2018, no dia seguinte à eliminação da seleção brasileira da Copa, foi a que apresentou o maior número de inserções sobre o Mundial numa mesma edição, com 11 citações, cerca de 52 por cento dos conteúdos da página. Em contrapartida, as edições de 9 e 13 de julho foram as que apresentaram o menor índice, 10 por cento do conteúdo total de cada uma das capas. O baixo número de jogos sendo disputados naquela reta final, teria refletido no modo como o jornal noticiou o evento, visto que as pautas ficavam mais escassas.

Percebemos que a *Folha* não abriu mão de abordar outros assuntos para privilegiar a Copa do Mundo. As seções *Poder* e *Mercado*, que tratam, respectivamente, de questões políticas e econômicas do Brasil, estiveram bastante presentes no período, e a editoria *Mundo*, que aborda fatos ocorridos ao redor do planeta, foi uma das protagonistas nas capas do jornal paulista.

FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO — SEXTA-FEIRA, 6 DE JULHO DE 2018 — EDIÇÃO NACIONAL ★ CONCLUÍDA ÀS 21H34 ★ R$ 4,00

copa 2018

Marcelo volta à seleção hoje, no mata-mata com a Bélgica

Recuperado da dor nas costas que o deixou fora contra o México, o lateral esquerdo Marcelo atuará hoje, às 15h, diante da Bélgica.
O vencedor estará classificado para as semifinais da Copa do Mundo da Rússia.
Outra mudança na seleção de Tite é o volante Fernandinho, que substitui Casemiro, suspenso. O lateral direito reserva Danilo lesionou o tornozelo e está fora da Copa. Copa 2018 p.1

Tostão
Neymar é um gênio barroco, a centelha que ilumina o espetáculo p.3

Cidade que recebe jogo decisivo do Brasil, Kazan já esteve sob o domínio de Ivan, o Terrível p.8

Caixinha de surpresas aposta na Bélgica p.2

BRA
BEL

Juca Kfouri
Uma Copa é ganha por heróis previsíveis e improváveis p.3

Uruguai se coloca como azarão no confronto com a França; atacante Cavani é dúvida p.6

Quartas de final

Hoje
11h Uruguai / França — Semi Ter.(10) 15h
15h Brasil / Bélgica — Final Dom.(15) 12h
Amanhã
11h Suécia / Inglaterra — Semi Qua.(11) 15h
15h Rússia / Croácia

A partir do alto à esq., no sentido horário, os brasileiros Neymar, Tite, Fernandinho e Marcelo

Boeing acerta compra de 80% de setor da Embraer

Empresa americana pagará R$ 14,8 bi por fatia da divisão de jatos comerciais; negócio só deve ser concluído em 2019

A Boeing anunciou a compra de 80% da divisão de jatos comerciais da Embraer por US$ 3,8 bilhões (R$ 14,8 bilhões). Um memorando de entendimentos foi assinado nesta quinta-feira (5), mas o desfecho do negócio deve ocorrer somente no segundo semestre de 2019.
As companhias buscam agora concluir o acordo para submetê-lo à aprovação do governo, que detém golden share (ação especial com direito a veto) na empresa, antes do término do mandato de Michel Temer.
O Planalto já expressou simpatia pelo negócio. Essa percepção, porém, pode mudar dependendo de quem ganhar as eleições presidenciais deste ano.
O memorando de entendimentos menciona ainda a criação de uma associação na área de defesa —tema extremamente sensível para o governo brasileiro—, sem apresentar detalhes.
As incógnitas da transação são apontadas como a causa da queda das ações da Embraer, que desvalorizaram 14% ontem. Mercado A13

Escândalo derruba ministro e respinga em aliado de Temer

O ministro Helton Yomura (Trabalho) foi afastado por ordem do Supremo após a Polícia Federal apontar indícios de atuação em esquema para liberar registros sindicais. Ele, que nega envolvimento, demitiu-se.
Mensagens de celulares apreendidos também levantaram suspeita contra o ministro Carlos Marun (Secretaria de Governo), articulador político do presidente Michel Temer. Ele se diz vítima de conspiração. Poder A4

Prisão de migrantes em fronteira dos EUA quase dobra

O número de imigrantes apreendidos ou barrados na fronteira dos EUA com o México cresceu 92% no primeiro semestre do ano em relação ao mesmo período de 2017. Até junho, 268.182 imigrantes foram apreendidos nos EUA. No mesmo intervalo de 2017, foram 139.969. Mundo A10

CNH Digital atinge menos de 0,4% dos condutores

Nove meses após ser lançada, a CNH Digital, versão para celular da Carteira Nacional de Habilitação, avança a passos lentos.
Apesar do amplo acesso da população a celulares, a difusão enfrenta entraves como desinformação, burocracia e cobranças controversas. Cotidiano B1

EDITORIAIS A2
PIB atropelado
Sobre impacto da paralisação dos caminhoneiros.
Preservobras
Acerca de fábrica estatal de camisinhas no Acre.

ATMOSFERA B2
São Paulo hoje 27° 14°

	Hoje	Amanhã
Rio	16 30	16 30
Brasília	7 26	9 27
Ribeirão	14 31	13 30

Fonte: www.climatempo.com.br

ANO 98 – Nº 32.601
CIRCULAÇÃO: 304.968/DIA (impressos + digitais)
AUDIÊNCIA: 29.349.179 visitantes únicos/mês

SOB MEDIDA PARA COMPRADORES PREFERENCIAIS.
TIGGO2 FLEX AUTOMÁTICO 2019
5 ANOS GARANTIA
TIGGO2 FLEX 2019 AUTOMÁTICO A ESCOLHA INTELIGENTE
O CARRO MAIS COMPLETO ENTRE TODAS AS MARCAS COM ISENÇÃO TOTAL DE IPI E ICMS.
CAOA CHERY

Tati Bernardi
A maternidade fez a cachorra ocupar o lugar de animal
Já fui uma moça que ninava cachorros envoltos em mantas em noites de frio. Não deixei de amar minha cadela, mas depois de eu ter uma filha ela passou a ocupar o lugar de um animal querido. Cotidiano B3

Ilustrada C1
Produção de filmes sobre o apocalipse em 17 anos é maior do que no século 20

Ilustrada C4
Morre aos 92 Claude Lanzman, diretor de 'Shoah', longa que aborda o Holocausto

Figura 3. Capa de 6 de julho de 2018

A Copa do Mundo da Rússia só foi o tema da manchete principal de cinco das 33 edições da *Folha* estudadas. Dentre elas, somente em duas oportunidades a pauta não foi a seleção brasileira: em 14 de junho, na abertura do torneio, e em 16 de julho, na repercussão do título francês. Apenas a editoria *Mundo* obteve menos aparições como manchete do que a competição de seleções, com duas. A seção *Poder*, relacionada aos fatos políticos do Brasil, liderou nas aparições como assunto principal. Com a eleição presidencial marcada para alguns meses após o período estudado, é compreensível que isso tenha influenciado na liderança dessa editoria, diante da importância do tema.

Em relação a imagens, as 33 capas apresentaram 170 fotografias, ilustrações ou infográficos, e, apesar da proximidade dos números, a Copa do Mundo ainda aparece em desvantagem em relação às outras editorias do jornal, com 81 imagens contra 89. Entretanto, o tema da Copa representa uma cobertura imagética significativa. A edição de 6 de julho contou não apenas com a maior quantidade de fotos e ilustrações no total, mas também foi onde o assunto Copa do Mundo recebeu o maior número de imagens numa mesma capa, com seis. A edição foi lançada horas antes do duelo entre Brasil e Bélgica, válido pelas quartas de final da competição.

Outra constatação, em nossa análise, foi que a *Folha* não negligenciou as notícias referentes ao Mundial após a eliminação do Brasil, como se poderia esperar, se levarmos em consideração que o jornal não é um diário esportivo, bem como a queda no nível de interesse pelo assunto por parte da sociedade brasileira, com a seleção fora da disputa. Houve diminuição no número de inserções por conta da escassez de pautas, mas se manteve a noticiabilidade.

Em relação às equipes rivais, considerando a proximidade como um

Tabela 2. Foco dos textos sobre a Copa nas capas – Folha de S. Paulo

Tema	Quantidade	Porcentagem
Seleção brasileira	34	20,60%
Seleção alemã	6	3,63%
Seleção argentina	9	5,45%
Seleção uruguaia	3	1,81%
Demais fatos sobre a competição	113	68,48%
Total	165	100%

Fonte: tabela elaborada pelos autores

Tabela 3. Teor das citações – Seleção Brasileira – Folha de S. Paulo

Teor da análise	Quantidade	Porcentagem
Positiva	8	23,53%
Cautelosa / Neutra	17	50,00%
Negativa	9	26,47%
Total	34	100%

Fonte: tabela elaborada pelos autores

valor-notícia[6] relevante, por se tratar de um jornal brasileiro, a equipe verde e amarela foi a mais citada nas 33 capas. Dentre as seleções rivais, a Argentina obteve destaque, sendo a mais citada, mesmo eliminada logo nas oitavas de final, superando o Uruguai, que chegou mais longe no torneio. A tabela a seguir expõe os números.

Quanto ao teor do conteúdo elaborado pelo jornal sobre as quatro seleções, encontramos o seguinte resultado:

Foram consideradas positivas ou negativas aquelas citações em que é possível identificar elementos que se caracterizem como elogio explícito ou crítica exacerbada ao time brasileiro. As neutras contemplam casos em que não é possível perceber, nas mensagens, tendências de posicionamento. Em metade dos casos, a *Folha* deixou transparecer algum posicionamento. Percebe-se que a tendência do jornal possui como termômetro o resultado das partidas. Em caso de vitória brasileira, aspectos positivos são ressaltados. Em caso de tropeço, as críticas aparecem. A ideia de neutralidade é notada, na maioria das vezes, nos textos prévios aos jogos.

Por exemplo, na capa do dia 19 de junho, lançada após o Brasil estrear no Mundial com um empate em 1 a 1 contra a Suíça, o jornal fez uma matéria intitulada: "Com Tite, seleção tomou 6 gols, 5 em jogadas aéreas". O gol suíço, marcado pelo alto, frustrou a expectativa dos torcedores em ver a seleção brasileira iniciar o torneio com uma vitória e foi motivo para o periódico criticar o time e seu treinador. Por outro lado, quando avançamos para a edição publicada em 23 de junho, após a vitória do Brasil sobre a Costa Rica, encontramos um texto exaltando a equipe por meio de estatísticas positivas: "Força dupla em campo: seleção brasileira é a que ostenta a melhor defesa e a que mais finaliza no Mundial". Ou seja, bastou uma vitória para que o setor defensivo do time, antes um problema, se tornasse um trunfo na campanha pelo título da Copa.

O tom negativo permaneceu após o Brasil ser eliminado do Mundial. A derrota por 2 a 1 para a Bélgica foi a manchete da edição publicada em 7 de julho. A chamada de capa para a matéria, sem ressalva aos méritos dos belgas, ilustrou o descontentamento da *Folha* com o retrospecto recente da equipe brasileira no torneio: "Brasil perde nas quartas da Copa pela 3° vez neste século". Na chamada para sua coluna de opinião, Tostão também não escondeu sua frustração: "Achava que a seleção venceria pela tradição e pelo conjunto; me iludi". O mais ponderado acabou sendo Paulo Vinícius Coelho, que, além de analisar o confronto, trouxe uma perspectiva de futuro para a equipe na chamada para sua coluna: "Brasil cai por causa de erro de Tite, mas ele tem de ser mantido".

Eliminada de maneira surpreendente na primeira fase da Copa, a

6 Destacamos aqui que nosso foco não é discutir critérios de noticiabilidade, mas pontuamos que reflexões sobre tal abordagem, como os valores-notícia, acabam perpassando a análise, diante do objeto que engloba conteúdos de uma cobertura jornalística.

seleção alemã obteve número pequeno de citações nas capas da *Folha*, sendo duas referências negativas e quatro neutras. A primeira referência negativa, por exemplo, aconteceu na capa da edição lançada em 18 de junho, no dia seguinte à estreia do país, com a chamada: "Alemanha perde para o México por 1 a 0 e encara pesadelo dos últimos campeões". Esse "pesadelo" mencionado pelo jornal trata-se de uma sina vivida pelos últimos vencedores do torneio: desde a Copa de 2010, na África do Sul, o atual campeão vinha sendo eliminado na primeira fase do Mundial seguinte. Dessa forma, se o mesmo acontecesse com a Alemanha, o brasileiro poderia comemorar de forma dupla: não só como uma vingança pelo 7 a 1 em 2014, mas também por ter um forte adversário a menos na disputa pelo título em 2018.

A Argentina, eliminada nas oitavas de final, passou por situação semelhante à Alemanha, porém recebeu mais inserções que os alemães, sendo uma positiva, seis neutras e duas negativas. A seleção uruguaia teve apenas três citações, uma positiva, uma neutra e uma negativa, mesmo tendo chegado mais longe no Mundial do que Alemanha e Argentina, ficando praticamente irrelevante para o jornal durante a disputa da Copa.

Considerações finais

Capas de jornais e revistas são fonte rica em conteúdo e, ao mesmo tempo, instrumentos para compreender aspectos do agendamento e da espetacularização na imprensa, bem como seu papel como vitrine e chamariz de vendas, ao expor os principais assuntos daquele produto. A capa é síntese do que há de mais importante no interior do jornal e dos aspectos nos quais o veículo deseja colocar ênfase.

A análise das 33 capas do jornal *Folha de S. Paulo*, publicadas entre 14 de junho e 16 de julho, levou-nos a algumas considerações. Em primeiro lugar, não é possível afirmar que a Copa do Mundo de 2018 foi prioridade do jornal durante o período estudado, uma vez que os dados mostram que a competição foi tema central de apenas cerca de 38 por cento do total de inserções. As outras editorias do periódico continuaram sendo foco da cobertura, abordadas 408 vezes (62 por cento).

Percebemos, ainda, que a *Folha* teria buscado destacar o assunto Copa do Mundo de várias formas, por meio de manchetes, de imagens, que ajudam a captar a atenção do leitor, e da localização dessa temática em pontos estratégicos da capa. Porém, o tema Copa do Mundo não foi o de maior destaque na cobertura geral do ponto de vista quantitativo. Nas 33 páginas verificadas, em apenas cinco a Copa foi manchete. A seção *Poder*, que traz assuntos relativos à política brasileira, foi a que apresentou maior noticiabilidade no jornal, com o dobro de exposições como tema principal das edições analisadas em comparação ao Mundial. Isso nos permite concluir que a prioridade do periódico continuou sendo a de informar a população acerca de fatos alheios a uma competição futebolística, como normalmente é a atuação da *Folha*.

Perceber que os temas relevantes para o Brasil continuam sendo prioritários, mesmo diante da cobertura de um megaevento, é interessante para pensarmos nos assuntos agendados a partir da mídia e em seu papel na

construção da realidade. Afinal, os temas enfatizados nas notícias se tornam importantes para o público a partir desse processo de seleção, sendo capazes de influenciar suas percepções.

Em relação à verificação se a Copa teria sido privilegiada pelo jornal, sendo colocadas em pontos estratégicos da capa, tal aspecto foi observado, uma vez que mais de 90 por cento dos materiais relacionados ao Mundial estavam presentes no topo da capa ou centralizados. Tal escolha pode ser interpretada como um favorecimento do assunto, se levarmos em consideração não só que a nossa leitura é da esquerda para a direita, de cima para baixo, mas também a "hierarquização dos fatos do dia", defendida por Cunha (2007, p. 5), segundo a qual o que é importante aparece primeiro. Sendo visualizado em primazia, o tema tinha a oportunidade de captar e prender a atenção do leitor de imediato, além de ampliar a capacidade de agendar as conversações do público. Afinal, "a ordem de aparição dos temas e a importância que é dada pelos meios de comunicação para cada um destes, são fatores determinantes que virão a compor o processo de interpretação" (Mendonça e Temer, 2015, p. 8).

Capas de jornais e revistas são fonte rica em conteúdo e, ao mesmo tempo, instrumentos para compreender aspectos do agendamento e da espetacularização na imprensa, bem como seu papel como vitrine e chamariz de vendas, ao expor os principais assuntos daquele produto

Em relação ao teor dos textos, das 52 inserções estudadas, 24 trouxeram posicionamento explícito. As produções moldadas a partir de um discurso de pretensa neutralidade apareceram em 28 oportunidades. Nossa hipótese era de que o periódico deixaria de lado a pretensa neutralidade quando abordasse uma das quatro seleções, o que ocorreu em alguns momentos. Entre as 52 inserções analisadas, 34 remetiam à equipe brasileira, o que é de se esperar, se tivermos em mente que se trata de um jornal do Brasil. Também foi com relação ao Brasil que os textos dotados de algum posicionamento surgiram em maior quantidade, sendo 17. A postura variava de acordo com o resultado das partidas, e a ideia de neutralidade era mais notável nas produções prévias aos jogos.

Verificamos que, no geral, a cobertura da Copa do Mundo de 2018 realizada pela *Folha de S. Paulo* foi equilibrada, derrubando nossa hipótese de que o megaevento passaria a ser o foco do jornal enquanto ele fosse

realizado. Ainda que o torneio tenha se sobressaído em relação aos fatos alusivos a outras competições esportivas, afinal, possui alta noticiabilidade e consiste em um espetáculo mundial que é midiatizado, além do fato de ter sido colocado, na maioria dos casos, em locais privilegiados das capas, o periódico não deu prioridade à Copa em detrimento de outros assuntos importantes para a sociedade.

Essa constatação foi interessante, uma vez que o mundo esportivo, principalmente no campo dos megaeventos, é campo fértil para estratégias de espetacularização do acontecimento. Em certa medida, o mundo esportivo é um dos favoritos da mídia para o processo de espetacularização porque, diferentemente de outros campos, ele oferece o *show* já pronto, restando o trabalho de construção das imagens e das narrativas, como ressalta Bezerra (2008). Embora este não tenha sido o foco de nosso trabalho, pode ser uma oportunidade de desbravar as coberturas dos megaeventos em diversos meios, em estudos futuros.

Espera-se que este trabalho possa colaborar para que o leitor compreenda como a realização de um evento de dimensão global pode alterar a rotina jornalística, a partir do momento em que a Copa do Mundo se apresenta como um assunto de alta relevância. Tal estudo pode incentivar futuras pesquisas acerca da cobertura de outras seleções pelos jornais relevantes em seus países, bem como análises comparativas entre coberturas em diferentes nações.

Referências bibliográficas

Badenhausen, K. (2019, 22 de julho). 50 equipes esportivas mais valiosas do mundo em 2019. *Forbes*. https://forbes.com.br/escolhas-do-editor/2019/07/50-equipes-esportivas-mais-valiosas-do-mundo-em-2019/

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Bezerra, P. R. M. (2008). *O futebol midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos* [Dissertação de mestrado não publicada]. Faculdade Cásper Líbero.

Caetano, A., Miranda, L. T., Bitencourt, F. G., & Lisboa, M. (2010, 23-25 de setembro). *Tá na Copa, Tá na Globo: O agendamento na mídia sobre a Copa de 2014 no Brasil a partir da cobertura do Mundial na África do Sul* [Apresentação de trabalho]. V Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, Itajaí, Santa Catarina, Brasil.

Câmara, R. H. (2013). Análise de conteúdo: Da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. *Revista Interinstitucional de Psicologia*, *6*(2), 179-191. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1983-82202013000200003

Com crescimento digital, Folha lidera circulação total entre jornais brasileiros. (2019, 21 de abril). *Folha de S. Paulo*. https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/com-crescimento-digital-folha-lidera-circulacao-total-entre-jornais-brasileiros.shtm

COMNEBOL (2013, agosto 12). *265 milhões de pessoas jogam futebol no mundo inteiro*. https://www.conmebol.com/pt-br/notas-pt-br/265-milhoes-de-pessoas-jogam-futebol-no-mundo-inteiro/

Costa, R. A. S. (2013). *Jornalismo esportivo e nacionalismo de ocasião. Análise da cobertura da Copa das Confederações 2013 pelo Linha de*

Passe da ESPN Brasil [Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília]. Repositório da Universidade de Brasília. https://bdm.unb.br/handle/10483/7318

Cunha, K. M. R. (2007, 29 de agosto - 2 de setembro). *Capas na mídia impressa: A primeira impressão é a que fica* [Apresentação de trabalho]. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, Santos, São Paulo, Brasil.

Debord, G. (2003). *A sociedade do espetáculo*. eBooks Brasil.

Folha de S. Paulo. (n.d. a). Conheça o Grupo Folha. https://www1.folha.uol.com.br/institucional/

Folha de S. Paulo. (n.d. b). Seções. https://www1.folha.uol.com.br/institucional/cadernos_diarios.shtml?fill=3

Folha tem recorde de audiência pelo segundo mês seguido com crise política e coronavírus. (2020, 1 de maio). *Folha de S. Paulo*. https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/folha-bate-recorde-de-audiencia-pelo-segundo-mes-seguido-com-coronavirus.shtml

Folha traz novidades nas edições digital e impressa para a Copa (2018, 10 de junho). *Folha de S. Paulo*. https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/06/folha-traz-novidades-nas-edicoes-digital-e-impressa-para-a-copa.shtml

Gurgel, A. (2009). Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos. *Revista Motrivivência*, *21*(32/33), 193-210. https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2009n32-33p193/14119

Ikeda, A. S., Martin, L. F., de Faria, R. H., De Morais, R. A., & Spannenberg, A. C. (2012, 28-30 de junho). *Jornalismo esportivo ou de entretenimento? Análise da diversidade temática nas notícias do portal globoesporte.com* [Apresentação de trabalho]. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – INTERCOM, Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil.

Manhago, G. (2018, 13 de julho). Média de público na Copa 2018 é a pior desde 2002. *GZH*. https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/copa-do-mundo/noticia/2018/07/media-de-publico-na-copa-2018-e-a-pior-desde-2002-cjjiztq690rfk01qoxsl6yo76.html

Martins, F. P. (2011). *Correio do Povo e a Copa de 1950: Uma análise do Maracanazo sob o ponto de vista da imprensa gaúcha* [Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. LUME – Repositório digital. https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/33562

Mendes, A. M., & Barcelos, J. D. (2020). Ridículo e corrupto, uma imagem recorrente. In A. M. Mendes (Org.), *Imagens do poder. Como os presidentes do Brasil foram retratados pelos meios de comunicação nos últimos 10 anos* (pp. 103-151). PPGCOM/UFMG.

Mendonça, R. F., & Temer, A. C. R. P. (2015). A agenda setting: Os meios de comunicação como construtores da realidade social. *Revista Comunicação & Informação*, *18*(1), 192-207. https://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/view/35712

Padeiro, C. H. S. (2014). A espetacularização do esporte e o infotenimento no jornalismo esportivo: O Globo Esporte (TV) e o UOL Esporte durante a Copa do Mundo de 2014. *Revista ALTERJOR*, *2*(10), 143-158. https://www.

revistas.usp.br/alterjor/article/view/97916

Reuters. (2018, 21 de dezembro). 'Melhor Copa do Mundo da História' teve audiência recorde em 2018, diz Fifa. *Extra*. https://extra.globo.com/esporte/melhor-copa-do-mundo-da-historia-teve-audiencia-recorde-em-2018-diz-fifa-23321043.html

Sarabá, M. (2017, 17 de março). Charles Miller e o início do futebol no Brasil. *3º Tempo/UOL*. https://terceirotempo.uol.com.br/noticias/charles-miller-e-o-inicio-do-futebol-no-brasil

Sports Value. (2018, junho). Receitas da Copa do Mundo. *Sports Value*. http://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2018/06/Estudo-Sports-Value-Copa-do-Mundo-Russia-Junho-2018.pdf

Tavares, O. (2011). Megaeventos esportivos. *Revista Movimento*, *17*(3), 11-35. http://www.pgedf.ufpr.br/Otavio%20Tavares%20DORA%202.pdf

Veja o número de participantes e jogos de todas as 20 Copas do Mundo. (2017, 9 de janeiro). *Lance!*. https://www.lance.com.br/copa-do-mundo/veja-numero-participantes-jogos-todas-copas-mundo.html