

**O uso político da Copa 2014: os  
questionamentos dos leitores do *Estadão*,  
*O Globo* e *Folha de S. Paulo***

The political use of the 2014 World Cup: the  
questionings of the readers of *Estadão*,  
*O Globo* and *Folha de S. Paulo*

Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo



**CARLOS WILLIANS JAQUES MORAIS<sup>1</sup>**

**RODRIGO NASCIMENTO REIS<sup>2</sup>**

**RESUMO**

Os interesses políticos em torno da Copa do Mundo de 2014, devido à proximidade com as eleições do mesmo ano, foram evidenciados em vários jornais brasileiros. Nesse contexto, busca-se desvendar quais fatos o público questionou do contexto político em torno ao megaevento nos espaços de opinião em três jornais brasileiros, são eles: *Fórum dos Leitores (Estadão)*, *Dos Leitores (O Globo)* e *Painel do Leitor (Folha de S. Paulo)*. O período de 5 a 19 de junho corresponde aos momentos pré-copa, abertura e início do evento. Como resultado, o público percebeu e questionou o uso da copa como instrumento político em prol das eleições de 2014.

**PALAVRAS-CHAVE**

Leitores. Copa do Mundo de 2014. *Folha de S. Paulo*. *Estadão*. *O Globo*.

**ABSTRACT**

The political interests around the World Cup of 2014, due to the proximity with the elections of the same year, they were evidenced in several Brazilian newspapers. In that context, it is looked for to uncover which facts the public questioned of the political context in lathe to the megaevento in the opinion spaces in three Brazilian newspapers, they are them: *Fórum dos Leitores (Estadão)*, *Dos Leitores (O Globo)* and *Painel do Leitor (Folha de S. Paulo)*. The period of 5 to 19 June corresponds to the pre- Cup moments, opening and start of the event. As a result, the public perceives and questions the use of the world cup as a political instrument in favor of the 2014 elections.

**KEYWORDS**

Readers. 2014 World Cup. *Folha de S. Paulo*. *Estadão*. *O Globo*.

Recebido em: 01/10/2016 Aceito em: 06/12/2017.

<sup>1</sup> Doutor em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Mestre em Educação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Licenciado em Pedagogia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Professor adjunto do Departamento de Educação da UEPG. E-mail: [cwjomoris@hotmail.com](mailto:cwjomoris@hotmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0965594911051407>.

<sup>2</sup> Mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professor substituto do curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFMA. E-mail: [rodrigoreisitz@gmail.com](mailto:rodrigoreisitz@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9679181881766555>.

## 1 APONTAMENTOS INICIAIS

A atuação dos leitores de jornais impressos frente às notícias da Copa do Mundo de 2014, no que compete às relações entre esporte e política, é a proposta deste artigo. O *corpus* de análise se refere exatamente aos espaços de opinião dos leitores disponíveis em três jornais brasileiros de grande circulação: *Fórum dos Leitores (Estadão)*, *Dos Leitores (O Globo)* e *Painel do Leitor (Folha de S. Paulo)*. O *Fórum dos Leitores* ocupa a parte inferior das páginas A2 e A3 do *Estadão*. A peculiaridade da página está no fato de o jornal intitular um tema principal – que vem em caixa alta e de cor vermelha; seguido dos comentários dos leitores – que vêm identificados com nome, cidade e email, pois “sem identificação (nome, RG, endereço e telefone) será desconsiderada a opinião do leitor”, informa o jornal. Há uma edição no *Fórum* que ao menos dois comentários diários são destacados como um ‘olho’.<sup>3</sup> No mesmo espaço, o jornal também diagrama de forma particular o tema mais comentado do dia, apresenta o número de comentários recebidos no portal e destaca mais três comentários sobre o tema do dia.

O *Globo* destina uma página completa à participação do público sem definição de numeração, ora o espaço está na página 17, ora na 19 ou 21, por exemplo. Intitulada *Dos Leitores*, a seção traz os comentários dos leitores identificando apenas nome e estado. De forma singular, a página traz o espaço *Eu-repórter* sempre com uma foto e uma matéria feita por leitores que cadastram o material no endereço [oglobo.com/participe](http://oglobo.com/participe). As redes *twitter* e do *Google+* são destacadas no espaço com uma coluna completa na qual são selecionados os compartilhamentos dos leitores acerca das twittes do jornal e comentários dos internautas no *Google+*. “Pelo e-mail, pelo site do *Globo*, por celular e por carta, este é um espaço aberto para a expressão do leitor”, expõe o jornal no rodapé da página.

O *Painel do Leitor* da *Folha de S. Paulo* é o espaço menos diversificado em relação aos outros jornais. Localizado na página A3 e ocupando duas colunas, a seção se resume a expor apenas os comentários dos leitores enviados à redação, identificando o nome, cidade e estado e, às vezes, o cargo

---

<sup>3</sup> Trecho de um texto destacado na página, geralmente uma declaração marcante de alguém envolvido no assunto ou uma informação que merece destaque.

## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

do leitor. A seção explica que se reserva a ela o direito de publicar apenas trechos e redireciona os leitores a acessarem mais comentários através do site da *Folha*, motivo este que pode explicar a falta de inovação na página. Esta caracterização dos espaços de opinião nestes três jornais é referente ao ano de 2014.

O período de análise – 5 a 19 de junho – corresponde aos momentos pré-copa, abertura e início do evento, dias de tensão e incertezas em relação à realização do mundial. No Brasil, os gastos com infraestrutura das cidades onde aconteceram os jogos também ocorreram por conta do Estado, bancados com dinheiro público proveniente de impostos. Assim, uma parte da opinião pública dizia ser contra a realização do evento por acreditar que o dinheiro gasto para o mesmo poderia ser investido em setores de caráter precário e carentes de investimentos no país. Outra parte levantou a bandeira de que a copa, além de construir estádios, proporcionaria melhorias urbanas como expansão de aeroportos, linhas de metrô, estradas, rede hoteleira e outros aspectos que se tornariam herança para a nação.<sup>4</sup> Frente a esse contexto, parte-se da lógica de que o leitor é um receptor ativo, capaz de influenciar, convergir ou contrapor os discursos das mídias.

286

## 2 A ESCOLHA DO BRASIL PARA RECEBER A COPA DE 2014

Os interesses conjuntos da Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA) e do governo brasileiro foram os responsáveis para a escolha do Brasil para sediar a copa de 2014, aponta Damo e Oliven (2013). Segundo os autores, a FIFA buscava globalizar o mercado futebolístico, assim a copa deveria acontecer no continente americano para completar o rodízio de continentes, e ao Brasil seria dada a oportunidade de projetar uma imagem positiva ao restante do mundo.

Dada a conjunção de fatores e sem que houvesse propriamente uma disputa, o Brasil acabou sendo o país escolhido, em boa medida por falta de outras opções. Isso veio à tona com certa antecedência, de

---

<sup>4</sup> As informações sobre o financiamento da copa podem ser acessadas em: <[www.copatransparente.gov.br](http://www.copatransparente.gov.br)>. Acesso em: 9 abr. 2016.

forma que não houve expectativa em relação ao anúncio oficial, que ocorreu em Zurique, em fins de outubro de 2007. Nem por isso as autoridades brasileiras deixaram de viajar à Suíça para acompanhar o anúncio. A delegação incluía dirigentes de futebol, ex-jogadores, uma dezena de governadores, o então presidente Lula e até o escritor Paulo Coelho. Os grandes jornais impressos deram destaque de capa ao evento e diversas emissoras de televisão abriram espaço na programação ordinária para transmitir o cerimonial em tempo real, mas não havia multidão aguardando o anúncio, nem houve sobressalto com a decisão, muito menos emoção. (DAMO; OLIVEN, 2013, p. 24).

Porém, para que o anúncio fosse feito, o Brasil se comprometeu a atender várias exigências da FIFA, descritas no manual *Football stadiums technical recommendations and requirements*. O documento serve de guia para anfitriões de copas desde a realizada em 2006, na Alemanha. Segundo o manual, estudos de viabilidade deveriam ser feitos nos estádios, com avaliação do nível de conforto e capacidade de público, na qual a recomendação mínima é 30 mil assentos para jogos internacionais e 60 mil para final da copa do mundo. Nas proximidades do estádio devem constar hotéis, aeroportos, centros comerciais e acessibilidade por transportes de massa. Além disso, é necessário que o estádio possa ter estacionamento ao redor para carros e ônibus.

Quanto à segurança, o documento previa câmeras de vigilância interna e externa, portões e corredores sinalizados e livres de obstáculos, sistema contra invasões, de modo que a proteção do torcedor fosse prioridade. O conforto do público na arquibancada também é um item com recomendações. Para a FIFA, os assentos devem ter espaços para permitir a circulação de torcedores, além de boa visibilidade do campo. Os pontos comerciais no estádio também deveriam estar projetados de modo a evitar filas e obstrução de espaços no estádio. Todas as normativas também contêm regras específicas para pessoas com deficiência.

Os espaços de mídia também estão entre os pontos principais das exigências da FIFA. O estádio deveria proporcionar ponto central para as cabines de imprensa, todas com tecnologia digital de última geração. Além das cabines, deveriam haver locais para coletivas de imprensas, com espaços próprios para transmissão televisiva e um tratamento específico para os fotógrafos devido aos equipamentos sofisticados e necessidade de boa visibilidade dos jogos.

## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

Além destes quesitos, o manual versa também sobre energia, iluminação, sustentabilidade, hospitalidade, área de jogo, vestiários, gramado e outros aspectos. As condições estruturais e argumentos para sediar a copa no Brasil foram entregues à FIFA. “Num calhamaço de novecentas páginas, estavam depositadas as explicações e as esperanças brasileiras para sediar a segunda Copa do Mundo de nossa história” (HELAL; CABO; SILVA, 2011, p. 205).

Destaca-se que quando o Brasil foi escolhido para sede do evento, em 2007, havia 18 cidades postulantes para receberem jogos do mundial: Brasília, Belo Horizonte, Belém, Campo Grande, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Maceió, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife/Olinda, Rio Branco, Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador. Ficou a cargo da FIFA avaliar posteriormente as condições de cada cidade e escolher no máximo 12 para sede dos jogos.

### 3 O PROTAGONISMO DO LEITOR

288 | Não dá mais para conceber um leitor passivo, tábula rasa ou mesmo pacato diante o jornalismo. O cotidiano é pródigo em nos apresentar exemplos de que o leitor, antes mais acomodado, mudou. Agora é mais perspicaz, se afeta, costuma fazer uma função do jornalista: checar várias fontes, contrapor e questionar pelos meios disponíveis. Claro, existe uma parte acomodada mesmo, que ‘tá nem aí’, que tanto faz, mas hoje é minoria, por isso vamos focar neste novo leitor, interativo e atuante, que antes estava à margem por falta de canais efetivos de diálogo.

A literatura da área tem percebido a transformação desse leitor interativo e sua atuação. Martín-Barbero (2002) propõe uma perspectiva diferente da noção de indústria cultural, na qual as massas eram facilmente manipuláveis. Para ele, o estudo da comunicação em geral deveria deixar de estar focado nos *meios* e passar para as *mediações*. E é nesse ponto que o receptor ganha visibilidade, pois como argumenta Barbero, “a verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio [...] transmite ao receptor.” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 55).

Os receptores têm se tornado mais preparados para negociar com o conteúdo da mídia no dia a dia, constata Wottrich (2014) ao pesquisar os

estudos de recepção sobre identidade. Segundo ela, na década de 1990, dentro desse processo de construção de identidade cultural, os receptores foram percebidos com presença ativa, embora sujeitos à agenda da mídia. E estes ainda foram relatados como capazes de reinterpretar as mensagens da mídia com base nas experiências pessoais e vivência diária ancorada em atributos como sexo, idade, escolaridades, religião, entre outros.

Ao fazer um estudo comparado com jornalistas de TV no México e no Brasil para construir a noção de receptor produtor e de produtor receptor, Cavalcante descobre como os jornalistas idealizavam seus telespectadores, como no testemunho de um dos entrevistados: "Nós não temos mais um cara chamado telespectador, esse tá morto, podemos ir ao velório do telespectador. Essa figura do telespectador passivo, que ficava lá vendo, essa figura acabou." (CAVALCANTE, 2011, p. 82).

Segundo Cavalcante (2011), o *Jornal Nacional* precisou se reinventar e introduzir o receptor na produção, daí a criação de quadros para exibição de vídeos feitos pelos telespectadores. Sua pesquisa releva que o público devolve ao produtor do telejornal novos significados, cabendo a este considerar ou não a contribuição do público. Independente do país, a constatação foi que o telespectador tem dado retorno, detalhes e redirecionamentos aos conteúdos ofertados, tornando-se ativo no processo de comunicação.

Para a autora, os estudos de Martín-Barbero são assertivos ao deslocar o foco das pesquisas dos meios de comunicação, pois, segundo ela, a formação do profissional do jornalismo está mais voltada para o 'saber fazer', sendo necessário 'saber ouvir'. Cavalcante (2011) destaca, ainda, que atualmente as redes sociais têm sido esse canal que permite ao leitor noticiar ao produtor, e não dá para ignorar as vozes no *twitter*, *Facebook*, blogs e e-mails.

Deste estudo comparado pode-se perceber um problema que permanece até hoje: embora se tenha interesse em ouvir o público, ainda não se sabe como lidar com ele, encaixá-lo na programação e transformar esse diálogo em negócio. O caso se agrava na TV porque as pessoas não precisam mais esperar os jornais para terem acesso à informação. Logo os conteúdos estão disponíveis na internet, deixando a TV fora do protagonismo de informação. As novas gerações já nasceram migradas para web, livres da *prisão*

## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

da grade de programação de muitas TVs. Essa situação sinaliza mais uma vez que o leitor, seja ele de qualquer meio, está mais volátil e precisa ser mais estudado.

Na perspectiva de Silverstone, o consumo é a atividade que mobiliza e envolve as pessoas diariamente na atualidade:

O consumo é uma atividade que absolutamente não é confinada pela decisão ou pelo ato de compra; tampouco é singular. Consumimos sem cessar, e por nossa capacidade de fazê-lo contribuimos para reproduzimos e afetamos consideravelmente a textura da experiência. Nisso recebemos auxílio da mídia. Com efeito, consumo e mediação são, em inúmeros aspectos, fundamentalmente interdependentes. Consumimos a mídia. Consumimos pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. (SILVERSTONE, 2002, p. 150).

290 | A pesquisa de Azevedo (2006) buscou entender justamente o consumo de sujeitos leitores de revistas semanais. No questionário intitulado *Hábitos de consumo dos semanários Época e Veja*, a autora percebeu que o leitor consumidor das revistas varia conforme o nível socioeconômico e que isso justifica as apreensões sobre as revistas. Como exemplo, as classes mais favorecidas percebem a tendenciosidade de *Veja*, enquanto as camadas menos favorecidas assinalaram em sua maioria neutralidade na cobertura das duas revistas. Os entrevistados afirmaram que utilizam as revistas para ter acesso a informações úteis, contudo, destacaram que não se deixam influenciar pela opinião das mesmas, o que sinaliza, de fato, que os leitores estão cada vez mais críticos e filtrando conteúdos.

O protagonismo do leitor se acentua mais quando ele se torna produtor de notícia. Mendonça (2012) relata que durante a ocupação militar do Complexo do Alemão no Rio de Janeiro, em 2011, um jovem de 17 anos, Renê Silva, transmitiu de um ângulo exclusivo a movimentação policial na comunidade em tempo real. Embora o autor critique o conteúdo produzido pelo jovem como vazio de informação, é fato que suas gravações contribuíram para um olhar diferente dos conglomerados de comunicação e incentivaram outras pessoas a se tornarem produtoras de conteúdo, pois Renê ganhou bastante visibilidade na mídia devido à sua atuação na cobertura em questão.

“A iniciativa foi comemorada por todos e se tornou emblema das possibilidades de integração, pela internet, entre moradores do morro e do asfalto.” (MENDONÇA, 2012, p. 141).

Devido à atuação de jovens como Renê, muitos meios de comunicação têm buscado potencializar o relacionamento entre os jornais e leitores. A principal estratégia tem sido a participação do leitor em espaços dos jornais, recebimento de matérias dos internautas e diálogo em relação às críticas e reclamações do público. É preferível receber um vídeo amador do telespectador e colocá-lo no ar, do que ver a audiência migrando para canais alternativos como o *YouTube* ou mesmo para assistir vídeos acoplados ao *Facebook*.

O conceito de interatividade contribui para perceber a ativa participação do leitor em relação aos conteúdos noticiosos. Pois, para Rost, a interatividade significa mais descentralização de poder dos meios para os leitores. Nas palavras dele:

Entendemos a interatividade como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (“interatividade seletiva”) como em possibilidades de expressão e comunicação (“interatividade comunicativa”) (Rost, 2006). [...] A interatividade implica uma certa transferência de poder do meio para os seus leitores. Poder, por um lado, quanto aos caminhos de navegação, recuperação e leitura que podem seguir entre os conteúdos que oferece. E, por outro lado, relativamente às opções para se expressar e/ou se comunicar com outros utilizadores/as. (ROST, 2014, p. 55).

Conforme idealiza Rost (2014), a interatividade seletiva engloba as possibilidades de controle do leitor/utilizador no processo de recepção dos conteúdos. Entre os elementos que influem nesse grau de interatividade está a estrutura hipertextual, o menu de ligações semânticas, os motores de buscas, as hemerotecas, os índices sejam geográficos ou temáticos, opções de personalização da página e alternativas de recepção das mensagens que podem ocorrer por *newsletter*, redes sociais, alertas em dispositivos móveis ou mesmo por configurações RSS.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> É um formato de distribuição de informações pela internet. Ao usar o RSS, o internauta fica sabendo imediatamente quando uma informação de seu interesse é publicada, sem ter que navegar pelo site de notícias. É uma forma de personalização do material noticioso.



## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

Por sua vez, a interatividade comunicativa inclui o diálogo que ocorre entre o utilizador e os conteúdos do meio, na qual o leitor busca debater, discutir, confrontar, dialogar ou mesmo apoiar, expressando opiniões ou colaborando com novas informações.

Este tipo de interatividade manifesta-se em opções como: comentários abaixo das notícias, perfis em redes sociais abertas à participação de utilizadores, blogues de cidadãos/as, pesquisas, fóruns, entrevistas a personalidades com perguntas de utilizadores, publicação de endereços de correio eletrónico de jornalistas, *ranking* de notícias, *chats*, envio de notícias/fotografias/vídeos, sistemas de correção de notas, entre outros (ROST, 2014, p. 58).

Percebe-se como aumentaram as ofertas de canais de diálogo para com o leitor. E, embora Rost (2014) esteja tratando de internet, ele relata que a interatividade é um conceito anterior à web e perceptível nos meios tradicionais. O autor explica que o rádio possui tradicionalmente a interatividade comunicativa à medida que os ouvintes têm presença em tempo real no rádio através de um simples telefonema. Na TV, essa interatividade mais perceptível era a seletiva, pois os telespectadores poderiam por meio do controle remoto mudar de canal e selecionar o conteúdo desejado. No impresso, a característica seletiva atribui-se ao fato do leitor poder controlar dentro das limitações de páginas a sequência de exposição; a interatividade comunicativa apresenta-se através das cartas dos leitores.

292 |

## 4 ATUAÇÃO DOS LEITORES DO O GLOBO, ESTADÃO E FOLHA DE S.PAULO EM TEMPOS DE COPA

No período de 5 a 19 de junho, o espaço dos leitores no jornal *Estadão* teve 53 menções à copa, na *Folha* foram 24 e no *O Globo*, 43. A relação copa e política foi abordada pelos leitores conforme previa a pesquisa. Todavia, o evento foi debatido por muitos olhares como: manifestações contra a copa, atrasos nas obras, críticas e elogios à abertura do megaevento, ingressos da copa, desorganização do evento, torcida, jogos, padrão FIFA, entre outros.

As tabelas a seguir ilustrarão apenas as abordagens sobre política e copa. É preciso informar que os títulos referentes ao jornal *Estadão* foram retirados do próprio jornal que nomeia os comentários dos leitores; por sua vez, *Folha* e *O*

*Globo* não costumam nomear títulos, logo os que estão na tabela são tentativas do pesquisador de sintetizar o assunto, seja com uma palavra-chave ou trecho do comentário.

TABELA 1 – FÓRUM DOS LEITORES

<i>Estadão – Fórum dos Leitores</i>					
Data	Assunto	Data	Assunto	Data	Assunto
05.06	Quem não sabe não sabe	12.06	Obra pronta	14.06	Xingamentos à Dilma
05.06	Servidão	12.06	Grande presidente	14.06	Xingamentos à Dilma
09.06	Resistências	12.06	Xô, vaias!	14.06	Xingamentos à Dilma
09.06	Na mosca	13.06	Dilma na Copa	15.06	Vaias e pessimismo
09.06	O Governo e a Copa	13.06	Que vergonha	15.06	Golpe camuflado
10.06	Copa afetar eleições	13.06	Xingamentos à Dilma	15.06	Xingamentos à Dilma
10.06	Copa afetar eleições 1	13.06	Xingamentos à Dilma	15.06	Dívidas da Copa
10.06	Copa afetar eleições 2	13.06	Xingamentos à Dilma	16.06	Arrogância inabalável
10.06	Copa afetar eleições 3	13.06	Xingamentos à Dilma	16.06	Dilma diz...
11.06	Copa e Governo	14.06	Vitória necessária	16.06	Imagina em outubro
11.06	Bom senso	14.06	Vaias e impropérios	16.06	Lição de democracia
11.06	Decisão do governador	14.06	Cansaço	16.06	Na Copa não cola
12.06	Festival de Chavões	14.06	Falta de educação	16.06	A 'parte bonita'
12.06	Discurso X Realidade	14.06	Ofensa aos visitantes	16.06	A 'parte feia'
12.06	Pessimistas	14.06	Apelo	17.06	O PT e a campanha
12.06	Dissonância	14.06	Ainda há tempo	17.06	O PT e a campanha
12.06	Colírio	14.06	Xingamentos à Dilma	18.06	A volta do inútil
12.06	Abobrinhas	14.06	Xingamentos à Dilma		

Fonte: Os autores.

Até 12 de junho, dia da abertura da copa, a pauta entre os leitores eram principalmente a instabilidade da estrutura para receber os jogos e as consequências das manifestações, como é perceptível nos seguintes comentários: “E agora? O que importa mais: transporte para a população ou o lucro do empresário? Pula catraca! Todo apoio aos grevistas” e “Dá medo só de olhar para as arquibancadas provisórias do Itaquerão. E dá mais medo ainda saber que apenas 25% da sua capacidade foi testada”.

O leitor se mostrou preocupado com a greve dos metroviários em São Paulo e relacionou os protestos com as manifestações que ocorreram no Brasil em 2013, também definiu a copa como uma vã tentativa de reverter a péssima imagem do governo na organização da copa, destacando as obras em atraso,

## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

gastos muito acima do previsto, acidentes fatais em obras e falta de estrutura adequada para o torneio.

O *Estadão*, no dia 10 de junho, informou no espaço dos leitores que o tema mais comentado do dia foi: "Resultado da Copa afetará eleições", na qual parte do público disse que o futebol não deveria ser fator de decisão de um país e outra parte destacou que o clima eleitoral dependeria da boa organização do evento e vitória brasileira para compensar os altos investimentos na infraestrutura dos estádios.

A partir do dia 13 de junho o tópico mais comentado foram as vaias/xingamentos à presidente Dilma durante a abertura do torneio. Os posicionamentos foram contrários às vaias no sentido de que elas emergiam pela falta de educação, ignorância e desrespeito dos brasileiros em relação à líder do país e aos estrangeiros visitantes. Outra parte comentou favorável aos insultos, pois considerou os gritos como a insatisfação do povo com as políticas adotadas pelo governo federal, atrasos e desorganização do evento. Além disso, o fato da presidente não ter discursado oficialmente na abertura dos jogos foi comentado pelos leitores como justificativa para as agressões verbais.

Percebe-se, pela Tabela 1, que a temática das vaias repercutiu até dia 15 de junho, três dias depois do ocorrido, pois o jornal repercutiu o assunto através dos seus colunistas e a própria presidente seguiu afirmando em depoimentos posteriores que não se abalaria com vaias, lembrando momentos mais difíceis da sua vida, como no período da ditadura.

Se antes o leitor já fazia a relação eleições e copa, com os impropérios destinados à presidente esta relação ficou mais acentuada na percepção do público: "Após assistir às vaias dirigidas à sra. Presidente, pude sentir a verdadeira pesquisa eleitoral" e "Espere até outubro e verá o que é a coragem de um povo que ama a liberdade, a justiça e a verdade" são dois comentários que ilustram essa sensação.

Enquanto as questões políticas ganharam espaço, os comentários sobre os jogos e as seleções foram poucos no período analisado.

TABELA 2 – PAINEL DOS LEITORES

Folha de S. Paulo – Painel dos Leitores					
Data	Assunto	Data	Assunto	Data	Assunto
05.06	Sobre o PT	13.06	Imagem do governo federal	15.06	Futebol e política
06.06	Política de pão e circo	13.06	Próximas eleições	16.06	Vaias à Dilma
08.06	Corrupção	14.06	Xingamentos à Dilma	17.06	Xingamentos à Dilma
09.06	Apesar de tudo, torcer	14.06	Xingamentos à Dilma	17.06	Xingamentos à Dilma
09.06	Apesar de tudo, torcer	15.06	Vaias à Dilma	18.06	Xingamentos à Dilma
09.06	Torcer e esquecer partidos	15.06	Vaias à Dilma	18.06	Xingamentos à Dilma
12.06	Mordomias para políticos	15.06	Vaias à Dilma	18.06	Vaias à Dilma
13.06	Sobre vandalismo	15.06	Vaias à Dilma	18.06	Vaias à Dilma

Fonte: Os autores.

O *Painel dos Leitores*, entre todos os espaços do público dos três jornais, foi o com menor inserção sobre assuntos da copa em geral e, conseqüentemente, menos assunto sobre a relação do evento com a política, constando apenas 24 comentários.

Antes da abertura da competição, o jornal abriu espaço para leitores que criticaram o PT e o ex-presidente Lula sobre corrupção no governo, à medida que dois comentários convocavam o povo a torcer e esquecer os partidos: “O clima da Copa está meio borocoxô. [...] Vamos torcer, sim, pela seleção, mas está duro de engolir esse tal legado que a Copa deixará” e “Mesmo com a falta de planejamento dos nossos governantes, não podemos ser egoístas e não acolher dignamente os estrangeiros que vêm para o Mundial”.

Também na *Folha* os xingamentos contra a presidente Dilma na abertura da copa foram extensamente debatidos pelos leitores por dias seguidos, muitas vezes instigados pela repercussão de matérias e artigos sobre o assunto. A maioria dos comentários foi desfavorável às vaias, argumentando que foram constrangedores e desrespeitosos os termos dirigidos à Dilma. Nesse período observou-se que os leitores usaram o espaço para criticar comentários de leitores – como ocorreu quando um leitor atribuiu os insultos à presidente à classe média, fato que foi contestado veemente por outros leitores.

Também o público foi bastante ativo ao se posicionar em relação ao conteúdo das matérias e aos seus responsáveis, ora através de elogio, ora por meio de crítica, como no comentário seguinte que questiona os valores da

## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

notícia do jornal: “Bem ruizinha a manchete da *Folha* ‘Brasil abre a Copa com gol contra, virada e vaia a Dilma’ (*Primeira Página*, 13/06). O grande fato do dia foi que o Brasil venceu de virada, essa seria a manchete justa. O resto não diminui o resultado: nem Dilma vaiada nem o pênalti contestado. Assim não dá para ler a *Folha* durante a Copa. Criticar sim, mas sem esse ressentimento que não dá para esconder na capa do jornal mais lido do país”.

Interessante destacar que um leitor teve seu comentário publicado idêntico tanto no *Estadão* quanto na *Folha* no mesmo dia. Ele classifica a atitude da presidente, que não discursou na abertura da copa, como covarde e diz que todo governante precisa encarar as reivindicações do povo e o líder não deve se fazer presente apenas para os aplausos, mas também para vaias. Todavia o trecho, “Vá até ele, presidenta. Não faça como seu antecessor, que também se acovardou nos jogos Pan-Americanos no Rio. Ainda há tempo de salvar sua imagem” foi cortado na *Folha de S. Paulo*.

TABELA 3 – DOS LEITORES

Jornal *O Globo* – Dos Leitores

Data	Assunto	Data	Assunto	Data	Assunto
05.06	Panorama sociopolítico	11.06	Eleições	15.06	Mistura de esporte e política
05.06	Culpa do governo	11.06	Sobre os governantes	16.06	Popularidade de Dilma
06.06	Discurso da Dilma	12.06	Eleições de 5 de outubro	16.06	Contabilidade do Governo
06.06	Vexame e protestos	12.06	Promessa de Dilma	16.06	Lula na abertura da Copa?
07.06	Apelos ao povo brasileiro	12.06	Eleições de 5 de outubro	16.06	Amadurecimento do Brasil
07.06	Vexame devido a obras	12.06	Prioridades	17.06	Dilma na abertura da Copa
07.06	Dinheiro público	12.06	Políticos e faturamentos	17.06	Ofensas à presidente Dilma
07.06	Gastos públicos	13.06	Restituição de IR	17.06	Vaias à Dilma
07.06	Governo pede apoio	14.06	Respeito com Dilma	17.06	Dilma na abertura da Copa
08.06	Promessas não cumpridas	14.06	Xingamentos à Dilma	18.06	Ofensas à presidente Dilma
08.06	Zoeira com os políticos	14.06	Vaias e democracia	18.06	O PT e a presidente Dilma
10.06	Eleições	14.06	Xingamentos à Dilma	18.06	Eleições 2014
10.06	Campanha do Governo	14.06	Xingamentos à Dilma	19.06	Próximas eleições
10.06	Desmandos do Governo	14.06	Gratidão a Lula e Dilma	19.06	A copa como escudo
11.06	Torcida e eleições	15.06	Gestão política		
11.06	Logo vem as eleições	15.06	Xingamentos à Dilma		

Fonte: Os autores.

O clima dos leitores de *O Globo* antes da copa era de vexame. O ceticismo acerca do evento transpassou vários comentários. Mas por que o evento seria vexame na concepção dos leitores? Foram vários os fatores

apontados, entre eles: o conturbado panorama sociopolítico e econômico pré-copa, a atuação do movimento #nãovaitercopa, o superfaturamento na construção de estádios, as obras inacabadas, greves e paralisações previstas para ocorrer durante o mundial, a preocupação com incidentes graves durante o evento que prejudicassem a imagem do país no exterior, a cobrança de promessas feitas e não cumpridas pelos governantes e, por último, a reivindicação de que os investimentos deveriam ser para anseios populares como sistema de saúde, transporte e segurança.

Embora o desencanto, *O Globo* intitulou de *A dois dias da Copa* a principal chamada para os comentários dos leitores, na qual ficou perceptível um movimento de otimismo baseado no futebol como demonstram os seguintes comentários: “[...] sou brasileiro, gosto de futebol, a sede já foi escolhida, quero que meu país seja exemplo de respeito, quero torcer para o Brasil ser hexa, estádios estão sendo construídos, já tivemos gastos, jogadores nada roubaram, políticos nada jogam”, “E nesta corrida da falta de competência, só nos resta torcer para que o Brasil vença esta Copa...” e “Portanto, minha gente, a Copa está aí, vamos torcer para o Brasil [...]”. Embora sejam depoimentos de incentivo, os leitores se posicionaram na maioria das vezes como desacreditados com a organização do evento e somente em seguida apoiaram o campeonato. Destaca-se que, especificamente no jornal *O Globo*, os comentários expuseram que os problemas ocasionados pelo governo deveriam ser decididos nas eleições de 5 de outubro.

Com o início da copa, também ganharam repercussão entre os leitores de *O Globo* os xingamentos à Dilma na abertura do evento. O fato foi considerado, em geral, como *o lado feio da festa*, mas tiveram os que defendessem as vaias sob o argumento de que a atitude fazia parte da democracia e era uma forma de demonstrar a indignação e revolta pacificamente, além de mostrar que o Brasil de hoje não é mais o mesmo. Interessante como esse assunto dividiu a opinião dos leitores, porque outra parte foi incisiva em pontuar que as vaias/xingamentos foram lamentáveis ao misturar esporte com política, que os xingamentos representavam falta de dignidade e educação dos brasileiros. O tema reverberou por outros dias entre os leitores, também motivado pelo jornal que, por meio de matérias e artigos,

## O uso político da Copa 2014:

os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*

trouxo desdobramentos sobre pronunciamentos de Dilma acerca dos insultos na abertura do mundial.

Logo após este fato, os leitores dedicaram atenção ao relacionar a copa com as eleições, ao comentar a queda da popularidade da presidente Dilma e as estratégias de poder em torno do mundial. A FIFA também foi alvo de críticas devido à desorganização do evento e denúncias de uso político para aquisição de ingressos.


## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A participação do público foi bastante ativa nos três jornais. Embora a *Folha* tenha dedicado menos espaço aos leitores no que diz respeito à copa, ainda assim, existe equilíbrio no envolvimento dos leitores em relação ao *Globo* e *Estadão*. As pessoas perceberam as relações políticas em torno do megaevento e questionaram governo e políticos por meio dos veículos de comunicação.

298 |

Cabe destacar que os comentários passam pelo crivo do jornal e, na maioria dos casos, são escolhidos aqueles que complementam a temática de matérias publicadas no próprio veículo. É complicado definir a postura do jornal em relação à copa com base nos comentários, pois este é apenas um aspecto da cobertura do evento. Todavia, a coleta permite concluir que nos três jornais a recepção foi bastante plural ao divulgar vários pontos de vista acerca de vários subtemas da copa.

O *Estadão* é mais detalhista na recepção do público, pois se preocupa em titular e destacar os assuntos mais comentados do dia, além de identificar o leitor com e-mail, o que gera mais credibilidade daquela fonte de informação. Assim, o *Fórum dos Leitores* teve 106 menções acerca da copa e destas, 53 abordavam a relação política e copa conforme apontou a Tabela 1. O jornal *O Globo* também dedicou amplo espaço aos leitores com 83 menções ao megaevento e 46 comentários específicos envolvendo política. Por último, a *Folha* permitiu a entrada de 65 comentários no *Painel dos Leitores* a respeito da copa em geral e, destes, apenas 24 abordaram questões políticas em torno do mundial.

Independente do espaço concedido pelo jornal, percebe-se o protagonismo do leitor que, por meio do canal disponível, contrapôs, complementou e elogiou os conteúdos dos jornais. Ocorreu nos três jornais a interatividade comunicativa conforme conceituou Rost (2014), na qual o público debateu, discutiu, confrontou e colaborou com novas informações à respeito da copa. A expectativa de que o evento mobilizasse com ênfase o aspecto esportivo e dinâmico do evento ficou de escanteio, tendo como principal abordagem dos leitores a percepção da copa como instrumento político do governo federal em prol das eleições de 2014. Porém, a percepção de que o próprio jornal participaria deste jogo de poder não foi percebida pelos leitores ou não passou pelo crivo dos jornais. 

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Aline Fernandes de. **Recepção**: heterogeneidades e negociações de sentidos. O jornalismo político e os sujeitos leitores das revistas semanais. 2006, 154 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27134/tde-05072009-181826/pt-br.php>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

CAVALCANTE, Juliane. **O receptor produtor e o produtor receptor: o uso de novas ferramentas de comunicação no telejornalismo latino-americano. Uma análise Brasil e México**. 2011, 174 f. Dissertação (Mestrado em Integração da América Latina) – Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-09102012-103156/pt-br.php>>. Acesso em: 7 jul. 2016.

DAMO, Arlei Sander; OLIVEN, Ruben George. O Brasil no horizonte dos megaeventos esportivos de 2014 e 2016: sua cara, seus sócios e seus negócios. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 19, n. 40, p. 19-63, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v19n40/a02v19n40.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

HELAL, Ronaldo; CABO, Alvaro; SILVA, Carmelo da. Pra frente Brasil! Comunicação e identidade brasileira em copas do mundo. In: HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves (Orgs.). **Futebol, jornalismo e ciências sociais**: interações. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.

MENDONÇA, Kleber. O Rio contra o crime: relatos de uma “guerra” televisionada. **Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 124-145, jan./abr. 2012. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/11344/7735>>. Acesso: 20 mar. 2016.



**O uso político da Copa 2014:**  
**os questionamentos dos leitores do *Estadão*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo***

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

WOTTRICH, Laura. Quem precisa de identidades? Os estudos de recepção? In: JACKS, Nilda (Coord.). **Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014.