



Revista Brasileira de
CIÊNCIAS DO ESPORTE

www.rbceonline.org.br



ARTIGO ORIGINAL

O Brasil na Copa, a Copa no Brasil: notas sobre o agendamento midiático da Copa de 2014 no Blog do Juca



Gilson Cruz Junior^{a,*}, Antonio Luis Fermino^b e Giovani De Lorenzi Pires^c

^a Programa de Pós-graduação em Educação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil

^b Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí, Rio do Sul, SC, Brasil

^c Departamento de Educação Física, Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil

Recebido em 7 de novembro de 2011; aceito em 22 de julho de 2015

Disponível na Internet em 1 de agosto de 2015

PALAVRAS-CHAVE

Copa 2010;
Agendamento
esportivo;
Copa 2014;
Blog do Juca

Resumo Este artigo discute sobre o agendamento midiático-esportivo da Copa 2014. Tem como base a cobertura jornalística da Copa 2010 feita pelo Blog do Juca. Em termos metodológicos, usa a análise de conteúdo e a análise crítica do discurso e define como base empírica as postagens e os comentários do blog. Por fim, sintetiza as principais recorrências observadas e destaca alguns dos desafios apresentados no horizonte da problemática.

© 2015 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Todos os direitos reservados.

KEYWORDS

2010 World Cup;
Sports-media agenda;
2014 World Cup;
Blog do Juca

Brazil in the World Cup, the World Cup in Brazil: notes about 2014 World Cup media-sports agenda in Blog do Juca

Abstract This article discusses about Cup 2014 media agenda, based on the media coverage of the World Cup 2010 made by Blog do Juca. In terms of methodology, uses content analysis and critical discourse analysis, setting posts and comments pertaining to the blog as empirical base. Finally, summarizes the main recurrences, highlighting some of the challenges presented in the problem's horizon.

© 2015 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Published by Elsevier Editora Ltda. All rights reserved.

* Autor para correspondência.

E-mail: gijao05@hotmail.com (G. Cruz Junior).

PALABRAS CLAVE

Mundial de Fútbol de 2010;
Agendamento mediático-deportivo;
Mundial de Fútbol de 2014;
Blog do Juca

Brasil en el Mundial de Fútbol y el Mundial de Fútbol en Brasil: notas sobre el agendamento mediático-deportivo de la Copa Mundial de Fútbol de 2014 en el blog do Juca

Resumen: Este artículo trata acerca del agendamento mediático-deportivo del Mundial de Fútbol de 2014, basándose en la cobertura informativa del Mundial de Fútbol de 2010 llevada a cabo por el blog do Juca. En términos metodológicos, utiliza el análisis del contenido y el análisis crítico del discurso, y establece como base empírica los artículos y los comentarios del blog. Por último, resume las principales recurrencias y destaca algunos de los desafíos que se presentan en el horizonte del problema.

© 2015 Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte. Publicado por Elsevier Editora Ltda. Todos los derechos reservados.

Introdução

Expectativas, investimento e cobranças: palavras de ordem que normalmente povoam o imaginário social em períodos que precedem e acompanham megaeventos esportivos. Na esteira da crescente importância política e econômica adquirida por esses, vem também a comoção e a mobilização sociais que esse tipo de acontecimento é capaz de desencadear. Aos termos aludidos, podem-se somar ainda a euforia ou a frustração: tudo depende do tipo de representação preponderante nos discursos institucionais de maior apelo entre as massas.

Nesse sentido, sabe-se que é cada vez mais incisiva a influência exercida pelos meios de comunicação sobre os processos de formação dos sentidos e significados vinculados aos megaeventos esportivos. Nos períodos que antecedem/antecederam duas das maiores “celebrações” pertencentes ao campo esportivo, a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, é esperado o aumento gradual da visibilidade endereçada aos seus países-anfitriões, ou melhor, ao seu país-anfitrião: o Brasil.

Ao assumir tal posto, o país-sede tende a tornar-se o centro das atenções na cena mundial e constituir-se como o ponto sobre o qual incidem incontáveis demandas e expectativas. As pressões decorrentes dessa evidência podem ser tanto de origem externa e partindo de nações diretamente implicadas no evento e/ou de agências e entidades responsáveis por assegurar o bom andamento de sua organização quanto de origem interna e emanar dos grupos e das comunidades que habitam o território dos “donos da casa”. Habitualmente, as tensões geradas por todos esses interesses usualmente interferem na configuração de agendas sociais, cujo papel de propagar é distribuído por entre diferentes veículos de informação e comunicação, dentre os quais destaca-se o ciberespaço¹.

Em meio a esse cenário e com inspiração em estudos correlatos (Mendes et al., 2009; Mezzaroba, 2008), este trabalho tem como objetivo socializar algumas observações pertinentes ao agendamento midiático-esportivo da Copa de 2014 tecidas com base na cobertura jornalística feita pelo Blog do Juca acerca da Copa do Mundo de 2010. Trata-se de um subproduto da pesquisa intitulada “O Brasil na

Copa, a Copa no Brasil: registros de agendamento para 2014 na cobertura da midiática da Copa da África do Sul”,² conduzida pelo Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva (Labomídia/CDS/UFSC) entre 2010 e 2011 (Pires, org., 2011).

Neste ponto, é oportuno mencionar Fausto Neto (2002), quando afirma a função prescritivo-imperativa inerente às agendas midiáticas – concebidas como conjuntos de assuntos e acontecimentos aos quais cabe maior (ou menor) visibilidade, no interior do quadro temático que norteia a programação de cada veículo. Por conseguinte, ao interagir com as agendas individuais, essa instituição (a mídia) interfere no surgimento e na valorização de determinados “compromissos” em detrimento de outros e age como instância reguladora dos interesses coletivos. Nessa conjuntura, enfatiza-se que o presente estudo buscou identificar alguns dos principais vislumbres para Copa de 2014, em meio à atmosfera criada pela Copa da África, no bojo das notícias e das demais manifestações ventiladas na e pela imprensa on-line – neste caso, representada pelo Blog do Juca.

Sobre o agendamento (esportivo)

Os primeiros estudos americanos de *mass media-research*, ocorridos entre as duas guerras mundiais, tinham como pressuposto a possibilidade de a mídia exercer efeitos diretos e imediatos sobre os espectadores. Eram as chamadas teorias da “agulha hipodérmica” ou da “bala mágica”, que acreditavam no poder inoculatório das mensagens midiáticas, sobretudo a propaganda, institucional ou publicitária (Wolf, 2001). Essas concepções tiveram diferentes aportes, como as teorias sociológicas funcionalistas e behavioristas.

Atualmente, acredita-se que os efeitos da mídia se dão de forma acumulativa, com consequências de longo prazo (efeitos indiretos). Nesse novo paradigma se insere o conceito de *agenda-setting* (agendamento), que surgiu entre o início e o fim dos anos 1970. As primeiras pesquisas sobre a produção da opinião pública orientadas por esse entendimento são atribuídas aos americanos Maxwell McCombs e Don Shaw. Numa tentativa de síntese do que seria esse novo campo referencial, Shaw considera que:

¹ Para maiores detalhes a respeito dessa noção, ver Levy (1999).

² Disponível sob a forma de livro no site: <<http://www.labomidia.ufsc.br/>>.

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/4085882>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/4085882>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)