

O OLHAR DA IMPRENSA PAULISTANA E CAMPINEIRA SOBRE O JOGO SÃO PAULO X PONTE PRETA (COPA SULAMERICANA 2013)

César Augusto Gomes¹

Introdução

Vivemos a era da informação, marcada pela velocidade e pela difusão de informações pelos mais variados veículos / mídias. O professor Fabiano Ormanzeze enfatiza que o problema não é ler o Jornal A ou B, mas sim, ler apenas o Jornal A ou apenas o Jornal B. O educador tem o papel de fazer uma leitura crítica desse conteúdo, para que o educando, ciente de seus diversos pontos de vista, possa fazer uma leitura plural do mundo e optar por aquela versão que mais lhe convier.

Contextualização

O jogo entre São Paulo Futebol Clube e Associação Atlética Ponte Preta se tornou histórico pelo fato de o time de Campinas estar participando pela primeira vez em seus 113 anos de história de um torneio internacional e ter conseguido chegar a uma fase semifinal, eliminando times tradicionais da América do Sul, como o argentino Club Atlético Vélez Sarsfield, que inclusive foi campeão da Taça Libertadores, em 1994. Colabora para o clima de surpresa o fato de, na data do jogo, a Macaca (mascote da Ponte Preta, nome pelo qual também é conhecida) estar praticamente rebaixada para a 2ª Divisão do Campeonato Brasileiro de 2014, estando em penúltimo lugar, nesse ano de 2013.

Inquietações

A cobertura da imprensa paulistana, de circulação nacional, foi equilibrada? Qual seria o agendamento da imprensa paulistana e o da imprensa campineira? Qual seria a ênfase de ambas? No que foram iguais? No que foram diferentes?

Referencial teórico

Teoria do Gatekeeper

Segundo Traquina (2005) o gatekeeper foi a primeira teoria que surgiu na literatura acadêmica sobre jornalismo, nos anos 1950, nos Estados Unidos, como forma de deferência ao jornalismo e ao seu poder. Para ele, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo das notícias tem de passar por diversos gates, isto é “portões”, que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o gatekeeper, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. Para o autor, as notícias são como são porque os jornalistas assim as determinam. Diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícias aqueles que passarem por uma cancela ou portão e quem decide isso é um selecionador, que é o próprio jornalista. Para Pena (2010), ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua morte caso não a deixe ser publicada.

¹ Graduado em Letras. Pós-graduando em Educomunicação e Midialogia no Centro Universitário Salesiano (Unisal).

O termo surgiu em 1947, no campo da psicologia, criado pelo psicólogo Kurt Lewin. Foi aplicada ao jornalismo em 1950 por David Manning White. Ele estudou o fluxo de notícias dentro de uma redação e percebeu que poucas eram escolhidas e publicadas, então ele resolveu estudar quais pontos funcionavam como cancelas. Ele concluiu que a forma de escolher as notícias foram subjetivas e arbitrárias. Muitas foram rejeitadas por falta de espaço, outras consideradas repetidas e algumas pelo tempo, pois chegaram tarde. A teoria foi perdendo seu prestígio, pois constataram-se que as escolhas das notícias se davam por tempo ou espaço e não por avaliação individual de noticiabilidade. (...) à luz da gatekeeper, as notícias são como são porque o jornalista as determina, mas vemos diariamente vários fatores que nos mostra que as notícias são como são por determinação do espaço ou mesmo pelo tempo que ela chega as redações, ou ainda pela organização que as determina (linha editorial).²

Newsmaking

Para Pena (2010) o jornalismo está longe de ser o espelho do real (teoria do espelho). É, antes, a construção social de uma suposta realidade.

A teoria do newsmaking pressupõe que as notícias são como são porque a rotina industrial de produção assim as determina. Há superabundância de fatos no cotidiano. Sem organização do trabalho jornalístico é impossível produzir notícias. O processo de produção de uma notícia é planejado como uma rotina industrial. Os veículos de informação devem cumprir algumas tarefas neste processo: reconhecer, entre os fatos, aqueles que podem ser notícia (seleção); elaborar formas de relatar os assuntos (abordagem/angulação); organizar, temporal e espacialmente, o trabalho para que os acontecimentos noticiáveis possam ser trabalhados de maneira organizada.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção das notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking.³

Pena cita ainda uma sistematização proposta por Mauro Wolf e Nelson Traquina que propõe critérios para que uma notícia seja publicada: noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção.

Teoria do Agendamento

Essa teoria, conhecida nos EUA como Agenda Setting, onde surgiu na década de 1970, segundo Pena (2010), defende a ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos.

² Disponível em <<http://teoriadojornalismouniube.blogspot.com.br/2010/11/teoria-do-gatekeeper.html>>. Acesso em 03/12/2013.

³ Disponível em: <<http://teoriadojornalismouniube.blogspot.com.br/2010/11/teoria-do-newsmaking.html>>. Acesso em: 03/12/2013.

A mídia ao selecionar determinados temas a serem veiculados, por outro lado apaga os demais temas que não entraram na pauta de informação daquele dia. Um assunto que é noticiado com determinada força no ambiente macrosocial acaba colocando no esquecimento outros assuntos não veiculados, mesmo sendo de grande importância para a sociedade. O termo “agenda setting” significa pauta de fixação, uma forma de direcionar a atenção que os leitores e telespectador de uma reportagem seguirão, ou seja, a mídia aponta quais os temas serão considerados de interesse coletivo.⁴

Os veículos

Os veículos analisados foram da capital do Estado de São Paulo (*Folha de São Paulo*⁵, *Diário de São Paulo*⁶ e *Diário Lance!*⁷) e da cidade de Campinas (*Correio Popular*⁸ e *Notícias Já*⁹).

⁴ Disponível em: <<http://www.infoescola.com/jornalismo/agenda-setting/>>. Acesso em: 03/12/2013

⁵ Folha de S. Paulo é um jornal brasileiro editado na cidade de São Paulo. A história da Folha começa em 1921, criado por Olival Costa e seu sócio Pedro Cunha, com a criação do jornal "Folha da Noite". Em julho de 1925, é criado o jornal "Folha da Manhã", edição matutina da "Folha da Noite". A "Folha da Tarde" é fundada após 24 anos. Em 1º de janeiro de 1960, os três títulos da empresa se fundem e surge o jornal Folha de S. Paulo. É o primeiro maior jornal de circulação do Brasil, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC). A circulação média diária em 2012 foi de 297.650 exemplares. A Folha de S. Paulo, que pertence ao Grupo Folha, é um dos jornais mais influentes do país.

⁶ Diário de S. Paulo é um jornal brasileiro publicado na cidade de São Paulo. Foi fundado em 1884, com o nome de Diário Popular, por José Maria Lisboa e Américo de Campos. Em 1988, Rodrigo Lisboa Soares, bisneto de José Maria Lisboa, o fundador, vendeu o jornal ao grupo empresarial do político Orestes Quércia. Em 2001, foi adquirido pela Infoglobo, empresa das Organizações Globo, proprietária também dos jornais O Globo e Extra. O grupo queria um jornal na região de São Paulo e mudou o título do veículo para Diário de S. Paulo, mesmo nome de jornais lançados, em 1865 e em 1929, este por Assis Chateaubriand e que pertencia aos Diários Associados. A Infoglobo apresentou uma nova linha editorial para o jornal, menos popular e policial. Em 15 de outubro de 2009, o empresário J. Hawilla, proprietário da rede de jornais Bom Dia, da empresa de marketing esportivo Traffic e da TV TEM, adquiriu o jornal, assim como o parque gráfico, localizado em Osasco. Em 2 de setembro de 2013, a Traffic vendeu o controle acionário o jornal para o grupo Cereja Comunicação Digital. Sua tiragem é de 39.198 exemplares, 28º do país.

⁷ Lance! é um jornal esportivo brasileiro publicado pela Areté Editorial. Sediado na cidade do Rio de Janeiro, tem versões regionais para outros estados, e com isso, alcance nacional. Atualmente o Lance! está presente não só nas bancas de jornais, mas também na internet com conteúdo multimídia. O jornal circulou pela primeira vez em 25 de outubro de 1997, mas o site Lancenet já estava disponível na internet uma semana antes. O jornal começou com uma equipe de cem funcionários, mas enfrentou dificuldades já no ano seguinte e quase fechou. Sua tiragem é de 80.238 exemplares, segundo IVC de 2012, 15º do país.

⁸ O Correio Popular é um jornal brasileiro que circula em Campinas e região. Foi fundado no dia 4 de setembro de 1927, por Álvaro Ribeiro. É o jornal de maior circulação na cidade: a tiragem do jornal é de 31.489 exemplares, segundo IVC de 2012. Esses números põem o jornal como a maior publicação do Brasil fora das capitais, e uma das maiores publicações do país sendo o 36º. É administrado pela companhia de comunicação RAC (Rede Anhanguera de Comunicação), que também comanda outras publicações do interior paulista, tais como os jornais Diário do Povo (apenas a versão online) e Notícia Já. O Correio Popular é comandado pela família Godoy desde 1938, quando foi adquirido dos herdeiros de Álvaro Ribeiro. Em 1996, o Correio Popular adquiriu o "Diário do Povo", jornal até então de propriedade do ex-governador Orestes Quércia. Com isso, foi formada a RAC, que se tornou a única empresa de jornalismo impresso de Campinas. O jornal já conquistou três prêmios Esso.

⁹ O Notícia Já é um jornal popular moderno que circula em Campinas e mais 12 cidades da região a um preço muito atraente. Lançado em abril de 2007, o tabloide reforça o dinamismo do Grupo RAC em investir na segmentação de seus jornais, tendência adotada por importantes grupos de comunicação de todo o mundo. É um dos maiores jornais em venda avulsa do Brasil e o maior do interior paulista. A publicação mantém os princípios editoriais dos outros jornais do Grupo RAC, comprometido com a informação e com a defesa dos interesses da comunidade. Circulação de 21.887 exemplares, segundo IVC de 2012, 49º jornal do país.

Análise da cobertura no dia 20/11/2013, antes do jogo

Os jornais de São Paulo

Os três jornais da capital analisados pautaram seus textos no recorde mundial que o goleiro Rogério Ceni, do São Paulo Futebol Clube, igualaria a Pelé: 1.116 jogos por uma mesma equipe. O *Diário de S. Paulo* e o *Lance!* chamam o arqueiro de “mito” estampando fotos que retratam o jogador comemorando, talvez um gol. A *Folha*, num texto mais sóbrio exalta os números e coloca um comparativo com o jogador do Santos, trazendo fotos dos dois jogadores. Fica claro que o jogo com a Ponte Preta é tema secundário em todas os veículos da Capital. Ele é apenas mencionado como palco para que o são-paulino atinja seu recorde, além de enfatizar que o time da capital pretende ganhar o campeonato para “salvar o ano sem títulos”. Fazendo justiça, o *Lance!* (Único dedicado exclusivamente ao esporte entre os três) deu capa para a Ponte Preta, cuja manchete foi “Direto para o céu”, tratando da situação do time que lutava contra o rebaixamento, tentando se superar no torneio sul-americano. Além disso, dedicou uma página interna para a torcedora-símbolo da equipe campineira, Conceição.



Figura 1 – Jornal Folha de São Paulo

Os jornais de Campinas

Os periódicos de Campinas amanheceram cabisbaixos, oscilando entre a resignação e o otimismo contido. O *Correio Popular* trouxe na capa uma pequena chamada no canto inferior da primeira página, sem foto. No Caderno de Esportes a manchete cravou: “Empate já satisfaz a Ponte Preta” e na linha fina reafirmou que “(...) uma igualdade no Morumbi é considerada bom resultado”. O *Notícia Já* na Editoria de Esporte trouxe a manchete: “Agora é só no campo” e a linha fina “Depois de batalha pra escolher local da 2ª partida, rivais começam a decidir vaga no Morumbi”, uma referência à questão do regulamento que estabelecia a quantidade de lugares no estádio que comportaria a semifinal.¹⁰

O texto do *Correio* também faz referência à batalha judicial, mas a ênfase é no resultado do jogo vindouro. Ambos trazem uma retransa sobre o recorde de Rogério Ceni, mas, sem foto e com pouco destaque.

¹⁰ O Estádio Moisés Lucarelli, segundo laudo do Corpo de Bombeiros, possui 16 mil lugares, 4 mil a menos do que prevê o regulamento da competição. Por isso, o São Paulo F.C entrou com pedido na Conmebol para que o 2º jogo não fosse ali realizado, sendo o mesmo transferido para a cidade de Mogi Mirim.



Figura 2 – Jornal Correio Popular de Campinas

Semelhanças

Uma semelhança de ambas as coberturas é a voz do ídolo. Tanto os jornais paulistanos quanto campineiros buscam alguns símbolos de São Paulo e Ponte Preta para falar aos seus leitores. Rogério Ceni e Oscar são os personagens em questão. Este foi ídolo da Macaca na década de 70 e início de 80, jogando inclusive na Seleção Brasileira. Aquele foi protagonista de diversas conquistas do Tricolor Paulista e se destaca por ter mais de 100 gols, mesmo sendo goleiro. Em ambos os casos se pode tratá-los como “ídolos do passado”, embora o goleiro são-paulino ainda esteja em atividade, está longe de sua melhor forma e das glórias do passado. O *Correio Popular* destaca que apesar de Oscar ter jogado nas duas equipes, vai torcer pela Ponte Preta, enquanto o *Notícias Já* dá destaque para a afirmação de que “A Macaca não vai bambejar”. Enquanto o tom da cobertura da Capital é de comparar Rogério a um ídolo mundial, Pelé.



Figura 3 – Ex-jogador Oscar, destaque em Campinas

Charges: quem ri por último

As charges apareceram em dias diferentes, mas é interessante destacar que elas demonstram um otimismo antes do jogo (*Lance!*) e uma espécie de vingança após o resultado para a equipe de Campinas (*Correio Popular*). A charge do Lance publicada na manhã do dia 20 de novembro, dia do jogo, mostra o mascote do São Paulo fantasiado de Tarzan e uma gorila, representando a Ponte

Preta, cujo mascote é a macaca, com laço rosa no cabelo e batom vermelho. A julgar pela fisionomia que o cartunista deu ao “Tarzan” ele teria a intenção de aprontar alguma “travessura” com a gorila, que tem a fisionomia nervosa. Dois dias depois, o cartunista Dálcio respondeu de maneira bem humorada à provocação. Uma vez que a Ponte Preta havia ganho o jogo, ele traçou os dois mascotes uniformizados lado a lado, porém, a camiseta da macaca tinha a faixa tradicional que excedia o limite do uniforme, chegando à boca do mascote são-paulino, funcionando como uma mordada. Como se diz no meio futebolístico: “calando a boca” dos são-paulinos.



Figura 4 – Charge do Jornal Lance! de 20/11



Figura 5 – Charge do Correio Popular após a vitória

Análise da cobertura no dia 21/11/2013, após o jogo

No dia seguinte, com a surpreendente goleada da Ponte Preta por 3x1 dentro do Morumbi, o tom da cobertura dos jornais de São Paulo continuou tratando a Ponte como coadjuvante. Por exemplo, a *Folha* trouxe “Ponte estraga a festa de Rogério Ceni”, enquanto o *Lance!* trouxe “Micou”. Para ambos estava tudo certo para uma grande festa e algo deu errado, inesperadamente. Já em Campinas, a cobertura foi de exaltar o feito da equipe pontepretana. O *Correio* trouxe em seu Caderno de Esporte “Brilhante, Ponte vira e se aproxima da decisão”.



Figura 8 – Folha de São Paulo lamenta derrota



Figura 10 – Jornais de Campinas festejam vitória surpreendente

Teorias que nortearam cobertura

Podemos observar o *Newsmaking* na medida em que os jornais paulistanos trazem a informação que interessa a seu público, os torcedores do São Paulo. A Ponte Preta para eles, praticamente, inexistente, não passa de uma figurante que servirá para que o goleiro do Tricolor

atinja sua meta e se iguale a Pelé. Os de Campinas têm entre a maioria seus leitores mais torcedores pontepretanos do que são-paulinos e isso faz com que o destaque seja dado à Macaca.

A teoria do *Gatekeeper* demonstra as escolhas da cobertura. O que foi notícia para os paulistanos, foi apenas retranca para os campineiros, embora todos tivessem conhecimento do fato em seu todo, os editores optaram por dar ênfase a determinados aspectos que lhe pareceram mais interessantes do que outros.

A teoria do *Agendamento* (ou Agenda-setting) aparece quando os jornais de São Paulo criaram uma agenda de cobertura. Para eles o jogo não tinha a mínima importância, mas sim, o recorde do goleiro. Para os de Campinas o agendamento foi no sentido de dar esperança à torcida da Ponte, mesmo que essa esperança aparecesse timidamente, no subtexto do *Correio* e mais explicitamente no *Notícia Já*.

Conclusões

A cobertura da imprensa paulistana, de circulação nacional, não foi equilibrada, pois privilegiou a equipe do São Paulo, uma vez que seu público-leitor é na maioria torcedor do Tricolor, então, a produção da notícia obedeceu a essa lógica (newsmaking). O agendamento da imprensa paulistana foi o recorde de Rogério Ceni, goleiro são-paulino e o jogo ficou em segundo plano. O da imprensa campineira foi a esperança de um resultado positivo, embora o tom tenha sido pessimista. As coberturas assemelharam-se apenas na escolha de ídolos como personagens para suas matérias: Rogério Ceni, nos jornais de São Paulo e Oscar, nos de Campinas.

Por fim, adversamente ao futebol, que é uma caixinha de surpresas, a cobertura jornalística foi irritantemente óbvia, pois prevaleceu o que se esperava dos citados veículos “puxando a brasa para sua sardinha”, isto é, os jornais da capital ignoraram o time do interior. Um desrespeito, visto que, dentro de campo, em qualquer esporte, partindo do pressuposto de que é uma disputa, pode-se ganhar ou perder. Contudo, a imprensa brasileira cobre esporte, especialmente o futebol, como se os times mais ricos e tradicionais já fossem os virtuais campeões, antes do início da disputa. O jogo? Bem, esse é um mero detalhe pelo qual se tem que passar, mas que já se sabe o resultado. A Ponte Preta aprontou uma “macaquice” com o Tricolor Paulista, deixando a imprensa paulistana constrangida ao ter que dar a notícia de sua vitória ao invés de comemorar o recorde do goleiro Rogério Ceni, cantado em verso e prosa no dia anterior.

Referências

ANHANGUERA, Agência. Agora é só no campo. *Notícia Já*, Campinas, 20 nov. 2013. Esportes Já, p. 16.

ANHANGUERA, Agência. Segundo Oscar a Macaca não vai bambear. *Notícia Já*, Campinas, 20 nov. 2013. Esportes Já, p. 17.

Circulação de jornais cresce no país; Folha assume liderança. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1219600-circulacao-de-jornais-cresce-no-pais-folha-assume-a-lideranca.shtml>>. Acesso em: 16/12/2013.

História da Folha de São Paulo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_folha.htm>. Acesso em: 16/12/2013.

Jornal Diário de São Paulo. Disponível em: <<http://www.diariosp.com.br/n/56943>>. Acesso em: 16/12/2013.

Jornal Notícias Já. Disponível em: <<http://www.gruporac.com.br/noticia-ja/>>. Acesso em: 16/12/2013.

LUCENA, Felipe. A ‘mãe’ do Fabuloso. *Lance!*, Rio de Janeiro/São Paulo, 20 nov. 2013, p. 8.

LUCENA, Felipe; BULLARA, Rafael. Mito=Pelé. *Lance!*, Rio de Janeiro/São Paulo, 20 nov. 2013, p. 6 e 7.

Maiores jornais do país. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em 16/12/2013.

MARTINS, José Eduardo. Vida longa ao mito. *Diário de São Paulo (Bom Dia Campinas e Região)*, Osasco, 20 nov. 2013. Esportes, p. 2 e 3.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. 2. ed., 4. reimp. São Paulo: Contexto, 2010.

QUARESMA, Bruno. Micou. *Lance!*, Rio de Janeiro/São Paulo, 21 nov. 2013, p. 16 e 17.

REIS, Rafael; VALENTE, Rafael. Rogério Ceni iguala hoje a marca de Pelé. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 20 nov. 2013. Esportes, Caderno D, p. 4.

RODRIGUES, Carlos. Oscar aposta nos pontepretanos. *Correio Popular*, Campinas, 20 nov. 2013. Esportes, Caderno D, p. 3.

RODRIGUES, Carlos; SANTANA, Paulo. Brilhante, Ponte vira e se aproxima da decisão. *Correio Popular*, Campinas, 21 nov. 2013. Esportes, Caderno B, p. 4 e 5.

SANTANA, Paulo. Empate já satisfaz a Ponte Preta. *Correio Popular*, Campinas, 20 nov. 2013. Esportes, Caderno D, p. 2.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são. In: TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.