

Cobertura da Copa do Mundo de 1950 pelas revistas semanais da época: levantamento quantitativo e critérios de noticiabilidade¹

Júlio César PENARIOL²

José Carlos MARQUES³

Universidade Estadual Paulista, São Paulo, SP

Resumo

A Copa do Mundo de futebol realizada no Brasil em 1950 era a oportunidade de o país se mostrar ao mundo como uma nação desenvolvida, moderna e civilizada. Nesse sentido, a imprensa nacional tinha papel fundamental ao registrar o sucesso – ou o fracasso – do evento esportivo, que despertava o interesse de milhares de brasileiros e, principalmente, modificava a vida cotidiana das cidades que sediaram as partidas entre as seleções. A partir de conceitos das teorias do jornalismo, especificamente a hipótese da agenda-setting e os critérios de noticiabilidade, o artigo procurará analisar como foi realizada a cobertura da Copa do Mundo de 1950 no Brasil por quatro revistas semanais nacionais da época: *Careta*, *Fon-Fon!*, *Revista da Semana* e *O Cruzeiro*.

Palavras-chave: futebol; imprensa brasileira; jornalismo de revista; Copa do Mundo; critérios de noticiabilidade.

Apresentação do tema e do problema de pesquisa

Nas últimas três décadas, pesquisas acadêmicas, grupos de estudos e correntes de pensadores têm-se debruçado sobre o futebol, dentro e fora do campo, e derrubado paradigmas que o consideravam um produto alienante e a expressão de uma multidão alienada. Tais paradigmas partiam do raciocínio de que o esporte, enquanto produto de uma sociedade contemporânea feito para ser consumido pela massa, gerava alienação e impedia a formação de uma consciência mais crítica. Assim, a massa tornava-se vulnerável à manipulação política, enquanto os estudiosos que se debruçavam sobre o tema eram vistos com desconfiança. Mas os tempos são outros.

DaMatta (1982), um dos primeiros estudiosos a estabelecer relações entre o esporte, a sociedade e a cultura popular, foi enfático ao dizer que cada sociedade tem o futebol que merece, no sentido de que toda modalidade esportiva carrega consigo características fundamentais do seu povo. No Brasil, a sociedade encontrou neste esporte uma maneira de se

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC-Unesp e graduado em Jornalismo pela mesma instituição; email: jcpenariol@bol.com.br.

³ Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA – USP) e Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC-Unesp; email: zeca.marques@faac.unesp.br.

expressar e de extravasar emoções profundas. Hoje, sabe-se que o futebol ultrapassa a esfera do simples entretenimento, do produto da indústria cultural. Um dossiê elaborado pelo instituto Ipsos Marplan (2006) definiu bem o futebol como uma “fonte de identidades que se cruzam com a segmentação econômica, social e política dos seus espectadores e praticantes, criando mais um sistema de emblemas coletivos”.

De fato, a Copa do Mundo realizada no Brasil em 2014 provocou alterações significativas na sociedade, como mostraram diariamente os veículos de comunicação, sejam eles impressos, televisivos, radiofônicos ou eletrônicos. Não só mudanças estruturais nas cidades que receberam as partidas deste que é considerado o campeonato de futebol mais importante de todos, ou paralisação nas atividades econômicas de diversos setores, mas também mudanças no comportamento dos torcedores, independentemente da classe social e da faixa etária. Porém, as relações entre futebol e mobilização popular no Brasil não são recentes. E isso pode ser atestado com a ajuda dos jornais e revistas de décadas anteriores. Em 1919, portanto 11 anos antes de a primeira Copa do Mundo ser realizada em qualquer país (o torneio iniciou em 1930), uma reportagem publicada no dia 19 de maio daquele ano pelo jornal carioca *Correio da Manhã* mostrava as interferências na vida cotidiana do Rio de Janeiro provocadas pela realização do Campeonato Sul-Americano de futebol na cidade:

O movimento das ruas, desde a cidade até o campo, era formidável, havendo mesmo ocasião em que a rua das Laranjeiras, congestionada pelo trânsito de automóveis, bondes e auto-ônibus, ficava entupida, proporcionando à polícia um trabalho insano, para restabelecer a normalidade.

Após dez dias, quando da decisão desta competição entre as seleções brasileira e uruguaia, o governo decretou ponto facultativo nas repartições públicas, enquanto instituições financeiras e estabelecimentos comerciais fecharam suas portas e liberaram os funcionários para que, de alguma maneira, pudessem acompanhar o desenrolar daquela partida final. Uma verdadeira interrupção das atividades cotidianas. Estudar e entender o futebol e suas nuances dentro e fora dos gramados é, portanto, buscar compreender um pouco mais sobre a sociedade em que ele está inserido. O próprio DaMatta escreveu, na coletânea *Esporte na Sociedade: um Ensaio Sobre o Futebol Brasileiro*, que, naquela obra, se utilizaria do futebol praticado no Brasil para interpretar a sociedade do país.

De fato, este esporte, desde que chegou “oficialmente” ao país no final do Século XIX, aos poucos foi se incorporando à nossa cultura a ponto de se tornar, como muitos gostam de dizer, uma “paixão nacional”. Não é possível afirmar se o brasileiro gosta mais ou entende mais de futebol do que outros povos, mas o fato de a nossa seleção ser a única pen-

tacampeã mundial – títulos conquistados em 1958, 1962, 1970, 1994 e 2002 – ajuda a ratificar a ideia de que o Brasil é o “país do futebol”. Não à toa, de quatro em quatro anos, quando se realiza a Copa do Mundo, essa expressão ganha ainda mais intensidade, e as narrativas jornalísticas sobre o evento se enchem de ufanismo.

A derrota esportiva da seleção brasileira para o Uruguai, no jogo final da Copa do Mundo de 1950, a primeira – e até 2014, a única – competição mundial da FIFA (Federação Internacional de Futebol) entre seleções disputada em nossos gramados, extrapolou o campo de jogo e foi encarada pelos veículos de comunicação como a derrota do povo brasileiro. Helal (2011) explica que o termo “país do futebol” começou a ser construído socialmente a partir dos anos 1930, “por jornalistas e intelectuais em um momento de consolidação do ‘estado-nação’, acompanhada por formulações acadêmicas sobre a sociedade.” Naquela época, diz ele, autores como Gilberto Freyre e Mário Filho foram fundamentais para entender a miscigenação racial não mais como um atraso para o país, mas como valor positivo e demonstração da força do brasileiro. Em um artigo, escreve Helal, Freyre afirma que essa miscigenação racial seria fundadora de um “certo estilo de jogo que seria típico do Brasil – uma ‘dança dionisíaca’, o que tempos depois se convencionou chamar de ‘futebol-arte’.”

E a denominação “país do futebol” foi ganhando força na medida em que a seleção conquistava seus títulos mundiais, a partir do fim década de 1950. Como já citado, a primeira taça veio em 1958; 12 anos depois, o Brasil já era tricampeão. Hoje, esta modalidade esportiva é um dos principais emblemas da identidade brasileira, ao lado do samba e das chamadas religiões afro-brasileiras. No texto “A Bola no Bar”, apresentado durante o 7º Congresso Latinoamericano de Investigadores de La Comunicación, em 2004, o professor Édison Gastaldo, em parceria com os pesquisadores Rodrigo Leistner, Ronei Teodoro da Silva e Samuel McGinity, cita que ao futebol jogado no Brasil são atribuídas características constituintes do que seria uma “identidade brasileira”, como a modalidade de conduta conhecida como “malandragem”.

Assim, dada a importância que o futebol assumiu na sociedade brasileira e, ainda, a relevância que ele ganhou no universo acadêmico, tornando-se um material rico para entendermos melhor a sociedade, este artigo busca verificar como as revistas semanais brasileiras retrataram em suas páginas a realização da Copa do Mundo de Futebol de 1950, e como aí compareceu a noção de brasilidade (entendida como característica distintiva do brasileiro e do Brasil). Em 1950, vários países recuperavam-se da 2ª Guerra Mundial e reorganizavam-se em torno de uma nova ordem mundial. O Brasil, por outro lado, pouco sofreu com a

guerra e, após o fim do Estado Novo e do governo do presidente Getúlio Vargas em 1945, via as instituições democráticas se reestruturarem. Era um período de renovação não só política, mas também econômica. Por isso, a Copa do Mundo de 1950 no Brasil era encarada pela imprensa como uma oportunidade de o Brasil se mostrar ao mundo como uma nação civilizada, moderna, capaz de grandes realizações, não apenas na esfera esportiva. Nesse novo ambiente social, de que maneira a realização da Copa foi retratada pelas revistas semanais daquela época? E os eventuais problemas estruturais na organização daquele evento esportivo grandioso, eles foram relatados nas páginas das revistas?

Objetivos, metodologia e corpus da pesquisa

Primeiramente, este artigo pretende quantificar a cobertura da imprensa brasileira de revista sobre a Copa do Mundo de 1950 e verificar como ela realiza o recorte dos fatos (quais os valores-notícia) relacionados ao Mundial, ou seja, como a dinâmica de produção jornalística de uma revista semanal foi adaptada para o evento, cujos jogos eram realizados quase que na sequência. Por fim, este artigo pretende servir como um ponto de partida para a formação de um banco de dados para pesquisa referente aos textos publicados durante a cobertura do Mundial de Futebol no Brasil em 1950.

A partir de conceitos das teorias do jornalismo, especificamente a hipótese da agenda-setting e os critérios de noticiabilidade, o artigo procurará analisar como foi realizada a cobertura da Copa do Mundo de 1950 no Brasil por quatro revistas semanais nacionais da época: *Careta*, *Fon-Fon!*, *Revista da Semana* e *O Cruzeiro*. O objetivo é utilizar esses quatro veículos jornalísticos para reconstituir uma parte da história brasileira, cruzando com as chamadas fontes oficiais, que servirão de suporte, apesar de consideramos que o desenvolvimento da imprensa nacional pode indicar o desenvolvimento do próprio país, até mesmo porque, como cita Sodré (1986), “a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista”.

A escolha dos veículos teve como critério o grau de representatividade e a importância que tinham dentro da sociedade daquela época. Juntas, compõem um leque das revistas mais importantes, longevas e de maior tiragem na primeira metade do século XX no Brasil. Cada uma a seu modo, e produzidas para um determinado leitor, abordava os principais fatos da época. Em 1950, por exemplo, além da Copa, as quatro publicações escolhidas realizaram uma ampla cobertura das eleições presidenciais daquele ano.

A análise pretende acompanhar todas as edições desses periódicos publicadas entre 1º de janeiro e 31 de agosto de 1950, ou seja, quase seis meses antes do início do Mundial de futebol daquele ano (a primeira partida foi realizada em 24 de junho) e mais de um mês após o término da competição (o último jogo foi disputado em 16 de julho). A metodologia utilizada no presente trabalho é prioritariamente quantitativa (levantamento do número de reportagens esportivas de cada periódico e do conteúdo relacionado à Copa de 1950), e contará com o apoio de leitura bibliográfica de obras literárias e textos acadêmicos.

Fundamentação teórica

Dentro das teorias do jornalismo, o Newsmaking é até hoje uma das mais utilizadas e, apesar de ter surgido nos anos 1970, ou seja, após o período das revistas analisado neste artigo, ajuda a entender o processo de produção jornalística. Esta teoria surgiu a partir de uma simples constatação: há superabundância de fatos no cotidiano, e, sem uma organização do trabalho jornalístico, é impossível produzir notícias com a rapidez que os meios de comunicação necessitam. Trata-se de um conceito que vincula a seleção de um assunto pelo repórter a três vertentes: a cultura profissional dos jornalistas, a organização da rotina da empresa jornalística e a institucionalização de processos produtivos.

Com base nessas regras, diz Wolf (2001), o profissional da comunicação consegue otimizar o seu trabalho, como se fosse um empregado de uma indústria. Quando ocorre algum tipo de distorção do fato trata-se de um problema provocado de modo inconsciente pelo jornalista, ligado às práticas profissionais, às rotinas produtivas, aos valores partilhados e interiorizados acerca do modo de desempenhar a função de informar.

O objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. [...] Este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo. O mundo da vida quotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma superabundância de acontecimentos [...]. São esses acontecimentos que o órgão de informação deve selecionar. A seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registro. O objetivo de selecionar tornou-se mais difícil devido a uma característica posterior dos acontecimentos. Cada um deles pode exigir ser único, fruto de uma conjunção específica de forças sociais, econômicas, políticas e psicológicas [...]. (WOLF, 2001, p.188).

Por conta da superabundância de acontecimentos, os órgãos de informação, para produzirem notícias, devem cumprir três obrigações: tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável; elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idios-

sincrásico; organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planejada. Estas obrigações estão relacionadas entre si. Por isso, para facilitar o trabalho do profissional de comunicação, os fatos são medidos de acordo com critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, divididos em cinco categorias:

- *substantivas (relativas ao conteúdo da notícia)*: diz respeito à importância e à quantidade de pessoas envolvidas no fato, se é um acontecimento de interesse nacional ou de interesse humano, ou ainda, se é um feito excepcional;
- *relativas ao produto*: aborda a disponibilidade de material, a brevidade (se a notícia está dentro dos limites de tempo e espaço do veículo), a atualidade, a novidade, a organização interna da empresa, a qualidade (ritmo, ação dramática), o equilíbrio (diversificação de assuntos na edição da revista), o deadline, a escala de trabalho dos jornalistas;
- *relativas ao meio de informação*: refere-se à acessibilidade e à proximidade do veículo com a fonte ou com o local da notícia, à frequência que aquele fato ocorre, à formatação prévia de manuais de redação, à política editorial da revista;
- *relativas ao público*: se o fato permite plena identificação de personagens ou se ele retrata um serviço de grande interesse público;
- *relativas à concorrência*: engloba notícias que são exclusivas de um único meio de comunicação, o chamado furo jornalístico, capaz de gerar expectativas nos consumidores.

Assim, todos os fatos que se encaixam em algumas dessas categorias têm grandes chances de virarem notícia. Por outro lado, tudo o que não corresponde a esses requisitos é excluído por não ser adequado às rotinas produtivas e à cultura profissional que o jornalismo exige. Pena (2006) ressalta ainda que o veículo de comunicação tem um formato definido, uma rotina produtiva, o que torna possível um planejamento prévio de alguns tipos de notícia que o comporão, antes mesmo que elas sejam produzidas. Isto é, toda competição esportiva, como uma Copa do Mundo, ao divulgar o calendário dos jogos que serão disputados, influencia os meios de comunicação, que já se programam para acompanhar o evento nas datas determinadas. O faro jornalístico, conclui Wolf, não é uma capacidade misteriosa de captar notícias, mas uma capacidade adquirida a partir de parâmetros como os valores/notícia. Por outro lado, ao se limitar a essa rotina, o jornalista corre o sério risco de tornar sua cobertura burocrática e sem criatividade, relatando apenas notícias cotidianas, que não despertam a curiosidade do seu público consumidor, ou que já foram noticiadas por outros veículos de comunicação, como a internet.

Dentro do universo dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa na sociedade, outra teoria que surgiu nos anos 1970 foi a hipótese do agenda-setting. Formulada pelos pesquisadores norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw, ela retrata o poder que os veículos noticiosos exercem sobre a opinião pública. Em linhas gerais, este conceito diz que a mídia é responsável por apresentar ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário saber, ter opinião, discutir. O pressuposto fundamental dessa hipótese é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida pelos mass media. A imprensa teria, então, a capacidade de dizer aos leitores sobre quais temas eles devem pensar.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo (SHAW, 1979, apud WOLF, 2001, p. 96).

Shaw vai além. Para ele, os mass media fornecem algo mais do que certo número de notícias: eles revelam as categorias em que os destinatários podem, sem dificuldade e de uma forma segura, colocar essas notícias dentro da sua agenda, da hierarquia do seu dia a dia, classificá-las como menos ou mais importantes.

Estudo realizado por Karen Siune e Ole Borre em 1975, ou seja, três anos depois do surgimento do conceito agenda-setting, mostra que o mass media tem papel decisivo na modificação das prioridades dos temas de conhecimento público. Por meio de uma pesquisa, eles concluíram que os assuntos que foram mais retratados pelos veículos de comunicação na época, como o mercado comum, a política fiscal dos países e a economia mundial, também foram os mais discutidos na sociedade, ganharam maior importância do que temas que a mídia deixou de lado, como os problemas sociais, a educação, a cultura, a degradação do meio ambiente.

Porém, de acordo com os autores, outros temas que o mass media deixou de dar importância continuaram a existir para o eleitorado da época, como política de habitação. Na visão de Siune e Borre, as atitudes pessoais dos destinatários agem de forma a integrar sua agenda subjetiva com o que é proposto pelo mass media. Ou seja, os consumidores dos veículos de comunicação não são entidades estáticas que apenas absorvem o conteúdo que lhes é proposto. Eles formam a sua própria agenda baseados, sim, nas notícias que encontram no dia a dia, mas também calcados em suas necessidades, crenças e expectativas, que influenciam aquilo que eles retiram de uma situação comunicativa para a sua vida.

Assim, o agenda-setting leva em consideração também as relações interpessoais na determinação do conteúdo dos mass media sobre o público. A mídia é importante na construção da imagem da realidade, mas de uma realidade que o sujeito já vem estruturando por tudo aquilo que ele vivencia.

Análise das revistas

A “*Revista da Semana*” foi a primeira do gênero a surgir no Brasil, em 1900, e existiu até 1962. Tinha um enfoque mais político, abriu espaço para as charges, e contou com a colaboração de alguns dos principais intelectuais e artistas da época. Estes, inclusive, desenhavam as publicidades do periódico. Pelo conteúdo das reportagens veiculadas, podemos dizer que era uma revista que tinha como público prioritário os leitores pertencentes às classes mais altas da sociedade. Isso porque, muitas vezes, trazia matérias sobre o estilo de vida europeu, a modernidade e o desenvolvimento daqueles países, seus personagens famosos e seus pontos turísticos. Apostava ainda no humor, como charges e tirinhas sobre os tipos humanos e as situações cotidianas, além de contos e novelas. O Brasil também era representado em suas páginas, e no período pesquisado neste artigo (1º de janeiro a 31 de agosto de 1950) foi possível encontrar reportagens sobre Belo Horizonte, os povos indígenas, o Carnaval e a classe artística do país, como Carmem Miranda. Mas em relação ao nosso país, o diferencial da “*Revista da Semana*” em relação às concorrentes eram as matérias críticas e politizadas. Fez, por exemplo, uma série de reportagens para mostrar como eram os partidos políticos em 1950 (uma delas trazia como título “UDN por dentro e por fora”), enquanto outra destacava os problemas da agricultura nacional e o pouco incentivo do governo à categoria.

Em relação ao esporte, a publicação trouxe um total de 25 referências ao longo das 34 edições pesquisadas. Foram 10 reportagens, 10 notas ou fotos-legendas e cinco outros tipos de textos (charges, tirinhas, artigos ou personagem de seção). Destas 25 referências, 19 foram relacionadas à Copa do Mundo de 1950 (sete reportagens, oito notas ou fotos-legendas e quatro outros textos, entre charges, tirinhas e personagem de seção). Isso significa dizer que 76% de todo o conteúdo esportivo publicado pela “*Revista da Semana*” no período analisado esteve vinculado à Copa do Mundo de 1950. Como já foi citado anteriormente, essa publicação tinha outras editorias como foco e, não fosse a realização da competição futebolística no Brasil – um evento que carregava consigo inúmeros critérios de noticiabilidade, como a proximidade do local do fato, o envolvimento de muitos personagens

conhecidos e uma modalidade em pleno desenvolvimento no país –, dificilmente qualquer esporte apareceria nas páginas do periódico. Dos textos não relacionados ao Mundial, mas ainda ligados ao esporte, os destaques foram uma matéria sobre o hóquei no gelo do Canadá, outra sobre a presença do pugilista norte-americano Joe Louis no Brasil, e uma terceira que mostrava as conquistas do basquete do Flamengo.

Sobre a Copa do Mundo, cabe observar que muitas matérias e notas não eram factuais, ou seja, traziam um conteúdo mais comportamental em relação ao evento, e não puramente esportivo, pra dizer quem ganhou e qual seleção perdeu. Por exemplo, na edição de 22 de julho a reportagem que iniciava na página 4 e encerrava na 9 tinha como título “O Rio corre para o Maracanã”. Em linhas gerais, a matéria falava sobre a empolgação e o entusiasmo dos moradores do Rio de Janeiro com a Copa do Mundo. Dizia que a Copa provava “que o carioca sabe vibrar”, exaltava a democracia nas arquibancadas do estádio, com gente de todas as classes sociais, e a forte estrutura do Maracanã, capaz de suportar mais de uma centena de milhares de torcedores. Por ser uma reportagem extensa, trazia ainda a questão da ação de cambista, que revendiam ingressos.

Periódico ilustrado que seguia o modelo dos que existiam na Europa, a revista “*Fon-Fon!*” circulou entre 1907 e 1958 no Brasil. Era um “semanário alegre, político, crítico e esfuziante”, conforme a autodescrição contida na primeira página do seu primeiro número. Como escreve Maria Cecília Zanon (2005), a revista encarregava-se de oferecer ao seu público, em primeira mão, as últimas novidades de Paris, cidade que desde aquela época já era considerada o centro da moda e da elegância do mundo. Até por isso as reportagens, seções e artigos da publicação eram, em sua maioria, voltados para o mundo da moda, com ênfase nas ilustrações. Trazia, além disso, textos da boa literatura da época (inclusive, muitos de autores estrangeiros), charges com críticas políticas e sociais, e textos leves e irônicos sobre a vida mundana carioca, especialmente sobre o comportamento das classes sociais mais altas e sobre a vida moderna.

Mas era o estilo de vida europeu que predominava nas poucas reportagens da revista. No período analisado neste artigo, por exemplo, trouxe a matéria “Aspectos de Portugal” (edição 2.235, de 11 de fevereiro de 1950, páginas 40 e 41), em que mostrava “as maravilhas do país e suas modernas construções”, incluindo o Estádio Nacional, todo feito em granito. Ainda em relação à Europa, publicou matérias sobre como se vestiam as babás, a criação de abelhas, a indústria de tapetes, a vida dos cachorros e novidades da cultura e da arte daqueles países, entre tantos outros assuntos.

Como se nota, o esporte não era, nem de longe, o foco de “Fon-Fon!”. Entre a primeira edição de janeiro de 1950 (número 2.230, de sete de janeiro) e a última de agosto daquele ano (2.262, de 27 de agosto), foram encontrados apenas 13 textos relacionados ao mundo esportivo, sendo seis reportagens, cinco matérias com fotos-legendas e dois outros tipos de textos (charges, tirinhas, artigos ou seções). Destas 13 referências, 11 eram sobre a Copa do Mundo de 1950, sendo quatro reportagens, cinco matérias com fotos-legendas e dois artigos. Ou seja, 84,6% de todo o conteúdo esportivo publicado por este periódico ilustrado durante o período analisado era relacionado ao Mundial no Brasil.

Apenas duas reportagens encontradas abordavam outras modalidades, e ambas não diziam respeito a atletas brasileiros. A primeira delas, comportamental, foi publicada em 22 de abril (edição 2.245, páginas de 27 a 30), tinha como título “Farra aquática com três sereias” e mostrava “campeões do pólo-aquático e sereias” se divertindo numa piscina, sem ao menos citar de qual país eram esses atletas – pelos nomes nas legendas das fotos, percebe-se que eram estrangeiros. A outra matéria, veiculada na semana seguinte (edição 2.246, de 29 de abril, páginas de 14 a 17), era intitulada “Rocky Graziano – agora é um bom rapaz”, e abordava a vida do boxeador norte-americano fora dos ringues (inclusive, tem uma foto dele segurando um bebê no colo), além de mostrar cenas de sua rotina de treinos e sua luta para retomar o cinturão de campeão do peso-médio.

Sobre a Copa do Mundo, vale ressaltar que apenas uma matéria não era factual. Trata-se da reportagem “A Copa do Mundo e o problema do tráfego”, publicada em 24 de junho (edição 2.254, páginas 34 a 37), portanto, dia de abertura da competição. Nela, texto e infográfico explicavam como a prefeitura do Rio de Janeiro se preparava para evitar muitos congestionamentos nas proximidades do estádio do Maracanã, além de dar dicas de lotações e ônibus para os torcedores utilizarem quando forem assistir aos jogos. Todas as demais reportagens a respeito do evento esportivo limitavam-se a trazer grandes fotos e pequenos textos sobre as partidas realizadas ao longo do campeonato, dizendo o placar e os destaques (positivos ou negativos) de cada seleção.

“*Careta*” foi uma revista brasileira que circulou de 6 de junho de 1908 a 5 de novembro de 1960. Com grande carga de humor, mas também com boa dose de acidez política e crítica aos costumes elitistas da época, a publicação trazia novas formas de abordagem da notícia e, para se diferenciar dos veículos já existentes naquela época, apostava mais em seções, charges, artigos e pequenas notas jornalísticas do que em grandes reportagens. Enquanto os demais periódicos daquele começo de século apresentavam um cunho muito mais

elitista, voltado para as tendências urbanizantes da sociedade, “Careta” era uma revista de variedades, de conteúdo multiforme, voltado para um leitor mais popular, menos literário e erudito, sem deixar o humor de lado.

É preciso confessar, e contrariamente o fazemos, que a Careta é feita para o Público, o grande e respeitável Público com P. grande! Se tomamos essa liberdade foi porque sabíamos perfeitamente que ele não morre de caretas. Longe vai o tempo em que isso acontecia. Todavia, a nossa esperança é justamente que o público morra pela Careta, afim de que ella viva. [...] A Careta é honesta e não é feia; é uma careta de lei.

Nas edições analisadas neste artigo, foram encontradas matérias sobre a vida nas cidades européias, como Milão, Londres e Paris, textos a respeito das celebridades de Hollywood e tendências da moda, mas também muitas notas, cartas de leitores e charges criticando ações da prefeitura carioca e dos governantes brasileiros. O editorial “Melancolia da pobreza brasileira” (edição 2.177, de 18 de março de 1950), resumia a visão do corpo editorial da revista a respeito do país, e dizia que “vivemos uma ilusão, um romântico ufanismo, e que somos um dos países mais pobres e miseráveis do mundo”. Ao longo de várias páginas das edições pesquisadas, mensagens políticas eram colocadas nos rodapés, como essa publicada em 4 de fevereiro de 1950:

Eleitor, quando fores votar não te esqueças dos escândalos desta legislatura! Os politiquinhos são como os morcegos: temem a luz do dia. Os politiquinhos ainda não se convenceram de que não são donos da presidência da república. Precisam aprender, mas duramente, a lição, que o voto lhes dará. Precisamos acabar com a raça dos politiquinhos profissionais, que têm feito a desgraça do Brasil!

Em relação ao conteúdo esportivo divulgado pela revista, foram encontrados um total de 33 referências em “Careta”, sendo 15 matérias, 2 notas e 17 outros tipos de textos (charges, principalmente, além de artigos, editorial e carta de leitor), entre a primeira edição de janeiro de 1950 (2.167, de 7 de janeiro) e a última de agosto (2.200, de 26 de agosto). Destas 34 referências, 25 tinham conteúdo ligado à Copa do Mundo daquele ano, sendo 6 matérias, 2 notas e 17 outros textos. Assim, 73,5% de todo conteúdo esportivo publicado pela revista neste período pesquisado era sobre o Mundial de futebol disputado no Brasil.

O que chama a atenção numa primeira análise é que a maioria das matérias de esporte trazidas pela publicação era de outras modalidades, e não sobre futebol. Teve reportagem sobre uma regata realizada no Rio de Janeiro e que contou com competidores brasileiros e argentinos (edição 2.173, de 18 de fevereiro de 1950), a evolução do iatismo nacional (2.181, de 15 de abril), a exibição em Guanabara (RJ) de nadadores japoneses campeões mundiais (2.182, de 22 de abril), além de matérias sobre basquete, o boxeador Joe Louis,

vôlei feminino e atletismo feminino. Eram sempre matérias curtas, com textos mínimos e fotos grandes, mas que mostravam a variedade de temas proposta pelos editores.

Sobre a Copa do Mundo, vale destacar que as 6 matérias, também pequenas, abordaram a inauguração do Estádio Municipal, o Maracanã (edição 2.193, de 8 de julho de 1950, ou seja, quase um mês após a abertura oficial do estádio e já com quase metade dos jogos da Copa disputados), quatro das partidas da seleção brasileira naquele Mundial (com fotos e pequenos textos descritivos sobre como tinha sido o jogo), sendo uma da primeira fase diante da Iugoslávia e os três da fase final, e uma matéria com relato da partida entre Espanha e Uruguai (também na fase final do torneio).

Outros aspectos sobre a Copa que não os esportivos foram abordados de maneira mais crítica nas duas notas e nas 17 charges, artigos, editoriais ou cartas. Foram encontradas, entre outras referências, notas sobre pessoas que desejavam arrendar restaurantes no Brasil por alto preço para explorá-los durante a realização da Copa do Mundo (edição 2.181, de 15 de abril de 1950) e questionando onde o Brasil iria hospedar tantos turistas (2.182, de 22 de abril); charges brincando com a desistência da França em disputar o Mundial (2.190, de 17 de junho) e com a cachaça e as mulheres brasileiras, que iriam encantar os turistas (2.193, de 8 de julho); carta de leitor questionando a postura do prefeito do Rio de Janeiro sobre a necessidade de se construir um estádio grande como o Maracanã (2.177, de 18 de março); e um artigo intitulado “O nosso fracassado turismo” (2.195, de 22 de julho), criticando a publicidade feita pelo governo carioca de que a cidade receberia milhares de turistas, o que não aconteceu de fato, segundo a publicação.

Lançada em 10 de novembro de 1928, a revista “*O Cruzeiro*” circulou até julho de 1975. O editorial do seu primeiro número já dava indícios de que seria o periódico mais importante do país durante vários anos – ao menos, em termos de variedade de assuntos, modernidade gráfica e, principalmente, tiragem. Em 1950, por exemplo, a revista por várias vezes ultrapassou a tiragem de 270 mil exemplares e trouxe mais de 120 páginas, muito acima das suas concorrentes semanais. No editorial de estreia, a publicação se descrevia como “a mais moderna revista brasileira”, pois nascia em uma época de maior desenvolvimento do país – ao contrário das concorrentes, que surgiram bem no início do século XX, quase que na época do “Rio colonial” –, e dizia que seu nome representava o novo, a luz, a nova moeda, o novo Brasil que se desenhava:

Cruzeiro é um título que inclui nas suas três sílabas um programma de patriotismo”, escreveram os editores, e “circula desde o Amazonas ao Rio Grande do Sul, infiltra-se por todos os municípios; entra e permanece nos lares; é a leitura

da família e da vizinhança. [...] Porque é a mais nova, Cruzeiro é a mais moderna das revistas.

De fato, o periódico tinha como objetivo apresentar um Brasil moderno, avançado, e suas páginas coloridas, linguagem e diagramação diferenciadas e grandes reportagens tentavam atingir esse objetivo. As matérias analisavam a evolução da comunicação, dos meios de transporte, da construção civil, da educação, da indústria, da arte e da cultura brasileiras. Uma das primeiras matérias, por exemplo, já alertava para a necessidade de investimentos em recursos naturais para dar conta do aumento da demanda e do crescimento populacional. Assim como as outras revistas, também explorava aspectos da vida européia, seus hábitos e belezas, as estrelas do cinema norte-americano e a moda ditada por esses países, assim como as celebridades da música e do teatro brasileiros, mas sempre com uma nova roupagem e um casamento perfeito entre repórter e fotógrafo.

Até mesmo o esporte ganhava um novo tratamento com o lançamento de “O Cruzeiro”, e diversas modalidades e atletas foram retratados em suas páginas durante o período analisado neste artigo. Entre janeiro e agosto de 1950, a revista publicou um total de 48 textos relacionados ao mundo esportivo, sendo 46 matérias (muitas delas grandes, com três ou mais páginas) e apenas 2 artigos de opinião. Destas 48 referências ao esporte, 36 eram sobre a Copa do Mundo de 1950, sendo 35 reportagens e um artigo de opinião. Assim, podemos dizer que 75% de todo o conteúdo esportivo publicado por “O Cruzeiro” no período pesquisado esteve vinculado ao Mundial de futebol disputado no Brasil.

Em relação às matérias de outras modalidades, entre janeiro e agosto de 1950 o periódico abordou os 10 anos do recorde mundial da nadadora brasileira Maria Lenk (edição de 14 de janeiro, páginas 80 e 81), o desafio proposto pelo campeão de jiu-jítsu Helio Gracie ao então campeão mundial de boxe Ezzard Charles (edição de 14 de janeiro, páginas 42 a 48), o Campeonato Brasileiro de Vela (edição de 8 de abril, páginas 48 a 52), além de matérias sobre turfe (havia até uma coluna semanal sobre a vida social no Jockey Club do Rio) e o primeiro campeonato de levantamento de peso disputado no Brasil. Até mesmo a égua de nome Tirolesa, vencedora do GP Brasil de Turfe daquele ano, foi personagem de uma ampla matéria, que mostrava a rotina de cuidados e treinos do animal.

Mas é sobre a Copa do Mundo que a revista mostra a variedade da sua cobertura em comparação com as publicações concorrentes. Em primeiro lugar, porque ela foi a única entre os periódicos aqui estudados a trazer fotos e textos de praticamente todos os jogos disputados durante o Mundial em todas as seis sedes. A edição de 15 de julho trazia a chamada de capa “26 páginas esportivas com jogos no Distrito Federal, São Paulo, Curitiba,

Belo Horizonte e em Porto Alegre”. Ou seja, mesmo com edições semanais, “O Cruzeiro” se preocupava em mostrar aos seus leitores relatos das partidas realizadas na semana anterior. Segundo, porque a revista se preocupou em acompanhar a preparação da seleção brasileira antes da Copa, desde os jogos disputados contra o Uruguai pela Copa Rio Branco, até a rotina de treinos e descanso no hotel em que ficou hospedada. A grande reportagem “Ases do futebol” (edição de 15 de abril de 1950, páginas 104 a 112) traz os atletas em situações de descontração durante um fim de semana em Araxá, onde o Brasil se hospedava. A matéria “28 cabeças... 56 pés” (27 de maio de 1950, páginas 66 a 69) trazia um perfil dos jogadores, da comissão técnica, e falava que “foram anos de trabalho e sacrifício para a conquista de um título ambicionado, uma oportunidade que os craques brasileiros esperam há muitos anos”. Em terceiro lugar, porque “O Cruzeiro” também se ateu aos adversários que a seleção brasileira enfrentaria, como na matéria “Os europeus na Copa do Mundo” (edição de 10 de junho de 1950, páginas 86 a 89 e 94), que traçava um panorama das seleções europeias que disputariam a competição. Quarto, porque a publicação também mostrou como uma das principais rádios daquela época fazia a cobertura do evento (matéria “A Tupi no Campeonato Mundial, edição de 24 de junho de 1950, páginas 110 a 112). E em quinto lugar, porque a revista abordou fatos curiosos relacionados à Copa, como os relatados na reportagem “Torre de Babel” (edição de 8 de julho de 1950, páginas 12 a 15 e 82), em que mostrava como um inglês conseguiu entrar no estádio do Maracanã, a história do homem que só sabia japonês e procurava sua cadeira numerada e do brasileiro que só obteve informação falando em francês.

Considerações finais

Evento de dimensões grandiosas, que interrompe o curso das atividades cotidianas por um período, a Copa do Mundo de futebol traz consigo uma série de critérios de noticiabilidade que não podem ser ignorados pelos veículos de comunicação. Em 1950, o futebol era uma modalidade que crescia e se profissionalizava no Brasil, e já tinha conquistado a paixão de milhares de torcedores. Por isso, as revistas semanais daquela época analisadas neste artigo, mesmo não sendo especializadas em esportes, realizaram a cobertura do Mundial, cada uma a seu modo. “O Cruzeiro”, por exemplo, que desde o lançamento se caracterizou pelas grandes reportagens, variedade de temas e qualidade das fotografias, mostrou isso durante a Copa de 1950, trazendo aos leitores várias faces daquele evento e matérias de várias sedes, não apenas do Rio de Janeiro. Já a “Revista da Semana” apostou em matérias

comportamentais, sobre a presença da torcida no Maracanã, ao contrário da “Fon-Fon!”, que se apegou ao factual, ao resultado dos jogos, para mostrar a Copa do Mundo aos seus leitores. Mas cabe ressaltar a importante matéria de serviço que “Fon-Fon!” publicou dias antes da Copa sobre as mudanças no trânsito do Rio de Janeiro em dias de jogos no Maracanã. Por sua vez, “Caretá” manteve o foco no bom humor para abordar o Mundial, com charges sobre vários aspectos relacionados ao evento, além de notas e artigos críticos, questionando ações da prefeitura e o turismo que não aconteceu como se esperava.

O que se pode afirmar, após a análise realizada neste artigo, é que todas as quatro publicações pesquisadas agendaram seu público, trouxeram a Copa do Mundo para ser discutida pelos seus leitores, sem, contudo, deixar de noticiar assuntos que já faziam parte da sua rotina produtiva, como moda, beleza, política e vida européia, mesmo durante a realização do evento esportivo no Brasil.

Referências

DAMATTA, R. (org). **Universo do Futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982.

FARRUGIA, B, et al. **1950**: O preço de uma Copa. 1. ed. São Paulo: Letras do Brasil, 2013.

GASTALDO, E. et al. **A bola no bar**. In: 7º Congreso Latinoamericano de Investigadores de La Comunicación, 2004, Buenos Aires (Argentina). Disponível em: http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_5/GT5-P6.html

HELAL, R. **Futebol e comunicação**: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. *Comunicação, Mídia e Consumo*, ESPM (SP), v.8, n.21, 11-37, março/2011.

HELAL, R.; SANTORO, M. A.; SOARES, A. J. **Futebol, imprensa e memória**. *Revista Fronteiras*, Unisinos (RS), v.6, n.1, 61-78, janeiro/2004.

Instituto Ipsos Marplan. **Dossiê Esporte**: Um estudo sobre o esporte na vida do brasileiro. 2006. Disponível em: www.globosat.globo.com/sportv/hotsite/dossie/dossie_esporte.htm.

NOGUEIRA, C. A. **Revista Careta (1908-1922)**: Símbolo da modernização da imprensa no século XX. *Miscelânea*, Unesp-Assis (SP), v.8, 60-80, julho/2010.

PENA, F. **Teorias do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

SODRÉ, M., FERRARI, M. H. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

TRAQUINA, N. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.