

O choro dos jogadores na Copa do Mundo mediatizado pelo jornalismo online brasileiro e seu público

Sandra Moura¹

Resumo

Este trabalho investiga o choro dos jogadores da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 2014, a partir do exame de notícias online e dos comentários feitos pelo público, quando da realização da partida de futebol entre as seleções do Brasil e do Chile, que foi decidida na disputa de pênaltis. A vitória do time brasileiro foi precedida pela emoção e pelo choro dos jogadores, o que causou grande repercussão na mídia brasileira e gerou comentários dos internautas. Considerando os processos de mediatização, o artigo problematiza os atributos que compõem o mito da masculinidade no domínio da produção, circulação e consumo dos conteúdos e sentidos jornalísticos.

Palavras-chave:

Jornalismo e mediatização; Jornalismo e emoção; Jornalismo e participação.

Abstract:

This paper investigates the cries of the players of the Brazilian team in the 2014 World Cup, from the examination of online news and the comments made by the public, when performing soccer match between the national teams of Brazil and Chile, which was decided in the penalty shootout. The victory of the Brazilian team was preceded by emotion and tears of the players, which caused great repercussions in the Brazilian media and generated comments from netizens. Considering the processes of mediatization, the article discusses the attributes that make up the myth of masculinity in the production, circulation and consumption of content and journalistic senses.

Keywords: Journalism e mediatization; Journalism and emotion; Journalism and participation.

Diante das transformações tecnológicas que afetam o fazer jornalístico neste panorama de convergência midiática (JENKINS, 2008) está a cultura de participação do público. As questões postas neste trabalho se articulam, de certa forma, a problemáticas mais amplas e panorâmicas já em curso. O debate sobre a cultura de participação, a relação entre essa cultura e os agenciamentos do jornalismo, a reprodução de estereótipos, preconceitos, muitas vezes estimulados pelo jornalismo (no caso aqui o jornalismo na web) e reforçados ou propagados pelo seu público.

¹ Professora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Assim, temos a chamada audiência ativa, na qual se destaca a relação dos veículos com seu público, ou seja, a audiência tem uma participação ativa, exige informação atualizada de forma permanente e produz seu próprio conteúdo. Esse modelo proposto por Domingo et al (2007) tem relação com o conceito de “cultura participativa”, proposto por Jenkins (2008).

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo (JENKINS, 2008, p. 30).

Este trabalho se propõe a examinar os comentários feitos pelos leitores de notícias na web, mais especificamente aqueles relacionados com as matérias jornalísticas que trataram do choro dos jogadores da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 2014 no jogo entre as seleções do Brasil e do Chile decidido na disputa de pênaltis.

Cabe lembrar que os comentários nos jornais existem muito antes do surgimento da internet. No jornalismo impresso, por exemplo, os comentários de leitores se manifestam por meio de cartas dirigidas à redação. Tratam-se de críticas, observações, elogios que os leitores fazem e que são selecionados e divulgados na edição seguinte. Com o jornalismo na web esse recurso foi potencializado na medida em que o comentário pode ser imediato após a divulgação da matéria.

Os comentários do leitor no jornalismo foram elevados à categoria de gênero jornalístico. Beltrão (1980) e Melo (1985), já muito antes do surgimento dos jornais na web, incluíram a carta, a opinião do leitor, na categoria do jornalismo opinativo, ao lado de editorial, artigo e crônica.

Cabe ressaltar que neste trabalho interessa compreender os comentários dos leitores de notícias online a partir da perspectiva de Palácios (2012). O autor emprega o termo *marginália* para esse tipo de manifestação:

Entendo *marginália* no sentido dicionarizado da palavra, como anotações de margem. Não tem a ver com *marginal* no sentido pejorativo da palavra, mas tem a ver com *margem* no sentido de uma margem de um texto. A *marginália* enquanto processo de produção textual existe desde sempre. Pensando em termos mais recentes os manuscritos eram todos anotados (...) Quando a imprensa é inventada e o livro se estabelece isso continua sendo uma prática, porque até antes da segunda fase da revolução industrial os livros ainda eram caros, apesar de que eram impressos, e tinham uma circulação ampla, circulava por grupos de pessoas, muitas vezes esses grupos se serviam das

anotações de quem havia lido antes, como forma de trocar comentários, trocar impressões sobre aquele texto (PALÁCIOS, 2012).

Palácios (2012) estabelece paralelo entre a marginália clássica, a marginália literária, a que sempre existiu, e essa nova forma de marginália no texto jornalístico que seriam os comentários dos leitores.

Segundo Palácios (2012), esses comentários podem ser vistos de duas formas: 1) como alargamento da informação jornalística. Os comentários de alguma forma complementam essa informação, contradizem essa informação, trazem elementos contraditórios, trazem outras vozes. Então o comentário como elemento de uma multivocalidade aí dentro desse jornalismo produzido para web, para o suporte da mobilidade; 2) como um indicador de um certo espírito do tempo, o que se comenta ali reproduz um pouco qual era o contexto em que aquilo acontecia.

Nesse contexto, os teóricos observam que o intenso processo de midiatização da sociedade reformula a lógica de organização e a interação entre produtores e receptores de discursos.

Queremos dizer, com isso, a partir de autores como Fausto Neto (2008), que essas mudanças – da sociedade dos meios para sociedade midiatizada - transformam o status das mídias que se convertem em novos tipos de mediação, em novas relações com os campos sociais. E aqui os contratos de leitura podem buscar novas pistas sobre as transformações discursivas, sobre os vínculos entre emissor e receptor.

Para Fausto Neto (2008), a midiatização institui um novo feixe de relações engendradas em operações sobre as quais se desenvolvem novos processos de afetações entre as instituições e os atores sociais.

Fausto Neto (2008) aponta quatro aspectos do universo do jornalismo que se apresentam dentro das configurações da midiatização e do seu funcionamento. São eles:

- 1) **Transformações da topografia jornalística, como espaço organizador de contato.** O autor quer dizer com isso que jornais e revistas – e também a TV – estão cada vez mais mostrando para o seu público como funcionam a redação desses veículos, explicando o modo de ser da redação e outros espaços da rotina jornalística. Nesse item Fausto Neto (2008) lembra que os jornalistas também são “atorizados”, apresentadores e repórteres transformados em celebridades.

- 2) **Auto-referencialidade do processo produtivo.** Fausto Neto (2008) observa que não se trata mais de falar para o leitor ou apontá-lo à realidade construída, mas relatar como faz para dizer que “sabe antes” ou soube antes dele. Nesse sentido, edifica-se um novo contrato de leitura, segundo o autor, através do qual as mídias acabam sendo seu próprio objeto. É o chamado discurso auto-referencial, em que a mídia fala sobre ela mesma, explica ela mesma como se dá o seu processo de produção, suas rotinas, de como trabalham os jornalistas, numa espécie de prestação de contas.

- 3) **Auto-reflexividade** posta em ato. Sobre esse aspecto Fausto Neto (2008) menciona o modo “crítico-analítico” com que os veículos falam das suas produções, em que explicitam os fundamentos de construção da noticiabilidade que orientam o projeto editorial dessas mídias. Para isso, exemplifica com o lançamento da Revista da Semana em que o periódico explica para o leitor o seu slogan: “É mais informação em menos tempo. Para um novo leitor de uma nova época”. Ou seja, os jornais e revistas compartilham os seus percursos de escolhas e critérios com seus leitores.

- 4) **Estratégias de protagonização do leitor.** É colocar o leitor no centro, incluí-lo no jogo. Fausto Neto (2008) dirá que a mudança do contrato, com a inclusão do leitor no âmbito do próprio dispositivo, significa que ele passa a se constituir num co-gestor de operações de sentidos.

Levando-se em considerações as reflexões aqui postas por teóricos da sociedade midiaticizada e seus contratos de leitura, reconhecemos que as mudanças impostas pelas tecnologias modificam o trabalho, a rotina jornalística e trazem novas relações entre os campos de emissão e recepção. A protagonização do leitor, por exemplo, é uma dessas transformações, como aponta Fausto Neto (2008).

As manifestações dos leitores de notícias na web sobre o choro dos jogadores da Seleção Brasileira mostram a presença do leitor nesse processo, indicando uma reformulação no contrato de leitura, onde a audiência agora é “parceira” no contrato.

A matéria que o UOL veiculou em 03/07/2014, com o título “Thiago Silva diz que chora porque ‘a pressão é muito grande para ganhar’” é reveladora desses feixes de relação

entre produção e recepção, ao mesmo tempo em que revela o espírito do seu tempo, na perspectiva de Palácios (2012) aqui já mencionada.

No texto publicado pelo portal, Thiago Silva, zagueiro e capitão da seleção brasileira, falou que seu choro durante o jogo contra o Chile foi “a coisa mais natural do ser humano” e usou até a luta que teve contra a tuberculose durante a sua vida para justificar a emoção. Mais adiante no texto, o portal traz uma citação direta do capitão:

Eu tenho caráter dessa maneira, sou emotivo, é a coisa mais natural do ser humano. Mas eu vejo por um outro lado, que isso não me atrapalha em nenhum momento, as pessoas estão falando bobagem, que pode atrapalhar. Na minha visão, não atrapalha. Eu passei por um momento muito difícil, superei tuberculose... E eu posso falar que sou campeão, não só fora como dentro do campo. Tenho minha maturidade e o respeito de todos (UOL, 2014).

Essa notícia obteve 192 comentários de leitores. Entre os comentários, um deles, assinado por Oero, diz o seguinte:

Vamu bater umas Lajes Thiago, ai sim vai voltar chorando para casa todos os dias, com dores nas costas e R\$30,00 por dia...Que tal? Chorou porque tremeu, comece a ser homem e veja suas fraquezas, senão sempre será menino chorão. Quando fez o gol todas as pessoas do restaurante onde estava gritavam emocionadas e contentes..Chorão, Chorão, Chorão...era de alegria mas isso mostra que seus atos mostram quem você realmente é (UOL, 2014).

Por esse comentário temos a reprodução de termos que já cobram do capitão da seleção os atributos de homem, da masculinidade. Veja nas expressões: “Chorou porque tremeu, comece a ser homem e veja suas fraquezas, senão sempre será menino chorão”. E isso se repete na frase seguinte: “Chorão, Chorão, Chorão”.

Essa crítica ao choro dos jogadores pode se verificar também na fala desse outro internauta, que assina como Kardec Moreira: “Creio que vcs irão chorar mais hoje após a derrota vergonhosa para a COLOMBIA. Grupo de maricas!” (UOL, 2014).

Para Nolasco (1995, p. 40), o estereótipo do macho exclui as diferentes dinâmicas subjetivas, fazendo crer ao indivíduo que um homem se faz sob sucessivos absolutos: “Nunca chora; tem que ser o melhor; competir sempre; ser forte”.

humano. Tenho a honra de declarar que já me emocionei muito derramando lágrimas diante de alegrias e tristezas que a vida se encarregou de me apresentar para testar a minha resistência. Assim foi diante de caixões de entes queridos que me deixaram muita saudade, mas sempre resisti para tocar a vida porque posso vergar, mas tombar jamais. E atenção a esses "machões" demagogos: homem que é homem de verdade chora porque é nascido de mulher. Quem se revela contrário é um mero covarde que nasceu de chocadeira (UOL, 2014).

Em outros momentos, o discurso criticando o choro dos jogadores se repete, como esse do internauta Almeida Jas: “Que peninha dele !!!!... chorou porque é frouxo .. com medo de perder o penalti...como capitão da equipe , ele deveria dar exemplo de coragem e confiança !! ... menino chorão .!! vamos ver se ele amanhã vai levar um lençol para enxugar as lagrimas” (UOL, 2014). Esse mesmo discurso pode ser identificado no comentário do internauta Da Colômbia: “Pode até ser campeão mas é o capitão mais frouxo que a seleção já teve” (UOL, 2014).

Considerações

Pelas falas, discursos, aqui apresentados pelos leitores, já podemos ver o quanto os estereótipos, os preconceitos, recorrentes na educação tradicional dos homens se reproduzem na cultura de participação em que internautas utilizam os espaços, disponibilizados pelos portais, para comentar as notícias a partir da sua visão de mundo.

Essas visões se fazem presentes, sobretudo, a partir das lógicas midiáticas pelos portais de notícia, que trouxeram também críticas ao choro dos jogadores. Visões essas que precisam ser repensadas, sobretudo a partir da investigação mais detida entre jornalismo e cultura de participação.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre, Sulina, 1980.

DOMINGO, David et al. **Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain**. 2007.

Disponível em <<https://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>> Acesso em: 6 de set. 2014.

FAUSTO NETO, Antonio. **Fragmentos de uma “analítica” da midiatização**. Revista Matrizes. São Paulo: ECA/USP, ano 1, nº 1, 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88>> Acesso em: 10 de fev. de 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MELO, José Marques de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

NOLASCO, Sócrates. **O mito da masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

PALÁCIOS, Marcos. IN: **Olhar. Internet: imagens no espaço e tempo**. Ideia original: Patrício Rocha e Sandra Moura. Entrevistadoras: Emília Barreto e Virgínia Sá Barreto. Produção: Anne Nunes, Flora Fernandes, Nathália Correia e Taiani Pontes. Fotografia: Niu Batista. Câmeras: Júnior Pinheiro e Niu Batista. Iluminação: Fabiano Diniz e Niu Batista. Áudio: José Newton Filho. Videografismo: Andrew Anderson. Edição e Finalização: Patrício Rocha. Assistente de Direção: Júnior Pinheiro. Direção: Patrício Rocha. Realização: TV UFPB. Apoio: Centro de Comunicação, Turismo e Artes; Centro Internacional de Semiótica e Comunicação. João Pessoa, 2012.

SALAVERRÍA, Ramón. **¿Hacia dónde se dirige la convergencia de medios?** 2003. Disponível em: <<http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5107/1/medoc-0411-01.pdf>> Acesso em: 10 de jun. 2014.

“THIAGO SILVA DIZ QUE CHORA PORQUE ‘A PRESSÃO É MUITO GRANDE PARA GANHAR’”. **UOL**, 3 de jul. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/03/t-silva-usa-tuberculose-para-explicar-choro-e-diz-que-teve-apoio-de-marin.htm>> Acesso em: 10 de jul. 2014.