

## **FALAR DO JOGO OU SOBRE O JOGO?**

### **A representação espetacular do futebol na cobertura da Copa do Mundo 2010**

**Rafael de Oliveira Lourenço<sup>1</sup>**

**Resumo** - O objetivo deste artigo é realizar uma análise das narrativas textuais produzidas pelo *Jornal Nacional* e *Jornal da Record* durante a participação da seleção brasileira na Copa do Mundo 2010 no intuito de verificar sobre o que falaram as coberturas do futebol no contexto da sociedade do espetáculo. Para isso o conteúdo dos programas foi dividido em três grupos: “sobre o jogo” (narrativas sobre as partidas), “extra campo” (matérias feitas com as torcidas e vinculações do futebol a outros temas) e “editorial” (demais matérias dos telejornais). Com isso foi possível verificar algumas dimensões “além do esporte” presentes na cobertura do futebol.

**Palavras-chave:** Comunicação. Espetáculo. Telejornalismo. Futebol. Narrativas.

## **1. INTRODUÇÃO**

A cada quatro anos um evento esportivo onde 32 seleções nacionais disputam dentro de campo o título de campeão mundial de futebol toma conta dos noticiários com uma insistência que faz parecer que nada mais acontece no país durante a sua realização. No país do futebol, a Copa do Mundo tem prioridade nos meios de comunicação e cria uma agenda que inclui transmissão, repercussão e comercialização das partidas.

Em pesquisa realizada por Gastaldo (2009), no Mundial de 1998, no dia em que jogaram Brasil e Holanda, o tema ocupou 94% do tempo útil de uma edição do *Jornal Nacional*. Já na Copa do Mundo de 2010, objeto desse artigo, o ápice aconteceu no dia da estreia da seleção brasileira no Mundial: 82% do *Jornal Nacional* falou sobre o evento.

Baseado nessas informações, o objetivo desse artigo é analisar sobre o que falam essas narrativas do futebol que permeiam quase “toda” a realidade do país durante a realização de uma Copa do Mundo, se sobre o jogo ou se temas além do esporte.

---

<sup>1</sup> Jornalista formado pela Universidade São Judas Tadeu e Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. [rafaolourenco@gmail.com](mailto:rafaolourenco@gmail.com)

Para isso, foram escolhidos quatro episódios do Jornal Nacional e quatro do Jornal da Record veiculados nos dias em que o Brasil entrou em campo na África do Sul. Os programas analisados foram ao ar nos dias 15, 25 e 28 de junho e 02 de julho, dias dos jogos do Brasil contra Coreia do Norte, Portugal, Chile e Holanda.

O critério escolhido para essa análise foi o de separar as notícias veiculadas em três grupos. São eles: (1) sobre o jogo, (2) “extra campo” e (3) editorial. No primeiro grupo, todas as notícias que falaram sobre as partidas em si, como as narrativas pós-jogo, que adjetivaram jogadores, técnicas e nações. As notícias que preenchem o grupo “extra campo”, são compostas de matérias feitas com a torcida brasileira em diversas partes do mundo e narrativas vinculadas aos efeitos do evento, como as reportagens sobre os ganhos do comércio e a vinculação do tema com a agenda dos candidatos à presidência da república por exemplo. No terceiro grupo entram as demais notícias, que não fazem referência ao Mundial.

Com isso foi possível verificar quais temas foram mais utilizados, se sobre as partidas ou assuntos “extra campo”, e, por fim, quais assuntos foram associados ao futebol. Antes de apresentar os números e exemplos dessas narrativas, segue breve explicação sobre a lógica de mercado na qual os meios de comunicação produtores dessas coberturas estão embutidos no contexto da sociedade do espetáculo.

## **2 - OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO**

Vivemos em uma sociedade do espetáculo onde as imagens e representações esvaziam as camadas mais profundas de pensamento e transformam tudo, na cultura e na vida cotidiana, em imagens para consumo. E é de dentro dessa realidade que falam os jornalistas responsáveis pela produção das narrativas veiculadas pelos telejornais, que precisam de audiência para vender melhor seus espaços publicitários e se manterem no ar.

Nesse caso, apesar de equivocado, é possível àqueles que julgam que o futebol é o “ópio do povo”, considerar os jornalistas os responsáveis por processos de manipulação e distorção da realidade. O grande erro de pensar dessa forma é ignorar que os meios de comunicação estão embutidos na sociedade e estão sujeitos às mesmas regras que regem o funcionamento de qualquer outra empresa dentro da sociedade capitalista.

A premissa básica de qualquer empresa privada que deseja manter sua atividade, é produzir algo que traga lucro para os donos do negócio, que possibilite o pagamento da mão de obra e de todas as matérias primas e estruturas necessárias para que a empresa possa continuar produzindo seus produtos e provendo lucro.

Em defesa das pessoas envolvidas nesse processo, para Sousa (2002:40), se as notícias são dissonantes da realidade, isso acontece menos ou tanto devido aos jornalistas e mais ou tanto a fatores que os escapam ao controle, como as organizações, o meio social e comunitário e as culturas e ideologias em que os jornalistas trabalham.

Na contemporaneidade, a notícia, como defende Medina (1988), é um produto à venda. Se por um lado podemos afirmar que as notícias tendem a carregar em si os interesses do dono do jornal em levantar determinadas questões ou agradar a determinadas pessoas e empresas, antes disso, é preciso dizer que notícia boa é aquela que dá audiência e que ao mesmo tempo não desagrade aos anunciantes.

Para Martino (2009:221), ao pensar o alto capitalismo, Debord traça uma linha de continuidade entre a mercadoria e a imagem e coloca a imagem como a forma mais desenvolvida da mercadoria no capitalismo. Na contemporaneidade, o aspecto material da mercadoria não é o mais importante, mas sim a imagem da mercadoria, que é fator determinante na sociedade.

Em outras palavras, na contemporaneidade, o consumo de mercadorias acontece antes por meio do consumo de imagens que procuram vincular o consumo de determinados produtos e serviços à imagem de pessoas bem sucedidas, alegres e sem problemas. Nesse sentido, a noção de pertencimento ao futebol brasileiro que toda a torcida parece ter nas narrativas da Copa, sugere aos consumidores brasileiros imagens vinculadas a um estilo de vida a se perseguir.

Para Sousa (2002:17), os meios jornalísticos são veículos determinantes nas significações que fazemos do mundo, embora a definição final de sentido dependa do consumidor das mensagens midiáticas e das várias mediações sociais, como escola, família e grupos sociais em que o indivíduo se integra.

Baseado na reflexão de Debord acerca do aumento da força produtiva e da quantidade cada vez maior de bens materiais e simbólicos produzidos e a necessidade para

manter esse sistema girando de que as mercadorias sejam consumidas, é possível ilustrar a importância para a manutenção do sistema, do acúmulo de imagens atraentes na televisão.

Para Debord (1997:16-17), “o espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de ‘o que é bom aparece e o que aparece é bom’”. Ou seja, os meios de comunicação que têm o poder de alcançar um grande número de espectadores, ao mostrar determinados produtos e representações, transmitem imagens que situam aquilo como “bom”. Na lógica do consumo a partir de imagens, essa é a primeira pista sobre o que consumir: geralmente o que aparece.

Baseado nessas breves reflexões, iremos apresentar agora elementos das narrativas produzidas pelos telejornais durante o Mundial no intuito de levantar informações sobre “o que aparece” na cobertura do futebol.

### 3 – AS NARRATIVAS DOS TELEJORNAIS

Na somatória geral dos quatro programas, no *Jornal Nacional* as notícias “sobre o jogo” lideraram a cobertura com 29 notícias em um universo de 77 matérias. Em seguida, com 28 notícias, ficaram os temas classificados como “editoriais”. Por último, mas ainda assim representando quase 30% das notícias, as reportagens enquadradas no grupo “extra campo” responderam por 20 matérias. Placar final: 49 a 28 a favor dos temas vinculados ao futebol.

**Tabela 1 - Contagem notícias *Jornal Nacional***

<b>Narrativas do <i>Jornal Nacional</i></b>					
<b>DATAS</b>	<b>15/jun</b>	<b>25/jun</b>	<b>28/jun</b>	<b>02/jul</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Editorial</b>	6	9	7	6	<b>28</b>
<b>Sobre o jogo</b>	9	8	7	5	<b>29</b>
<b>Extra campo</b>	3	5	4	8	<b>20</b>
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>77</b>
<i>Número de notícias dentro de cada grupo</i>					

Tabela 2 - Contagem notícias *Jornal da Record*

Narrativas do <i>Jornal da Record</i>					
DATAS	15/jun	25/jun	28/jun	02/jul	TOTAL
<b>Editorial</b>	13	12	12	14	<b>51</b>
<b>Sobre o jogo</b>	3	5	3	3	<b>14</b>
<b>Extra campo</b>	10	11	11	8	<b>40</b>
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>105</b>
<i>Número de notícias dentro de cada grupo</i>					

No *Jornal da Record*, que não transmitiu as partidas, as notícias relacionadas ao futebol também superaram as notícias editoriais. Placar do jogo: Copa 54 x 51 Editorial. A grande diferença aqui foram as escolhas narrativas voltadas para o “extra campo”, que responderam pela maior parte das narrativas vinculadas ao evento. Em um universo de 105 notícias, o grupo “sobre o jogo” respondeu por apenas 14.

Em números proporcionais, isso corresponde a 13% da cobertura do *Jornal da Record* dedicado a falar sobre o jogo, contra 38% do *Jornal Nacional*. No quesito “extra campo”, porém, o telejornal apresentado por Ana Paula Padrão, preencheu os mesmos 38% que o programa global utilizou para as narrativas sobre o jogo.

Nas narrativas do futebol analisadas, ao contrário do que é possível pensar em um primeiro momento, a personagem principal não foi a bola ou as narrativas sobre resultados. Pelo contrário, o tema lidou largamente com outros fatores importantes para a sociedade e teve espaço dentro e fora de campo. Alterou a agenda dos políticos, movimentou o comércio, e unificou, durante três semanas, diversos brasileiros, pouco lembrados, em uma mesma torcida.

Para aprofundar essa análise e saber ‘como’ falaram essas narrativas, a seguir veremos alguns exemplos de como os telejornais contaram os fatos e construíram narrativas sobre as partidas. A ideia com isso é levantar alguns elementos que permitem a essas narrativas construir identidades e vincular o tema a outros assuntos.

#### 4 – UM JOGO, VÁRIAS NARRATIVAS

Na primeira partida da seleção brasileira, o repórter da Rede Globo Tino Marcos narrou a emoção da estreia, que atingiu os atletas dos dois times. O adversário tinha nomes diferentes, difíceis de se pronunciar. Nem por isso, deixou de ser emocionante ver o choro de Tae-Se durante o hino norte-coreano ou de Ji Yun-Nam, autor de um gol que, nas palavras de Tino Marcos, foi histórico para eles e permitiu aos norte-coreanos uma derrota para ser festejada.

No primeiro tempo, “expressão enfezada” de Kaká, pedido de clemência de Luís Fabiano, pedaladas “destoantes” de Robinho e chutes distantes. Seleção lenta, carente de movimentação. No intervalo, “congelaram o futebol brasileiro?”. “Tem micro-ondas no vestiário?”, perguntou o repórter.

Mas veio o segundo tempo, os gols do Brasil e com eles os adjetivos. O passe que Elano deu para o gol de Maicon foi “carinhoso”. Maicon, por sua vez, chutou “com os três dedinhos do lado externo do pé” para fazer o primeiro gol do Brasil. Beijou a aliança, foi abraçado por todos e perdeu o fôlego. Fechou os olhos e agradeceu. No segundo gol, uma jogada gerada nos tempos de Santos. Lindo passe de Robinho para Elano, que com precisão, deu uma “tacada de sinuca” para o gol, foi substituído e saiu de campo feliz. Por fim, Maicon e Elano “salvaram o Brasil na estreia e mereceram todos os abraços”, narrou o repórter.

O tom espetacular dessa narrativa tomou conta de toda a cobertura e contou coisas que podem ter existido ou não factualmente. “Pedaladas destoantes”, futebol brasileiro “congelado” e gol “tacada de sinuca” foram alguns dos elementos presentes no jogo assistido por Tino Marcos, e que logo em seguida deu lugar à outras narrativas.

Para o repórter Tadeu Schmidt, ficou, durante toda a cobertura, a tarefa de produzir as narrativas mais espetaculares. Em seus textos, o fantasioso ganha espaço sobre os acontecimentos. As narrações, trilha sonora e imagens são épicas e mostram um jogo que se aproxima mais da imaginação do que do factual. O ponto de vista do repórter para as suas narrativas é o do destaque do jogo. Para a narrativa do jogo contra a Coreia do Norte, o jogador Maicon, autor do primeiro gol da seleção no Mundial, foi o escolhido como protagonista.

Nas palavras de Schmidt, antes da estreia, vários jogadores poderiam assumir o papel de destaque do time. Entre eles, o “astro” Kaká, o “artilheiro” Luís Fabiano ou o

“endiabrado” Robinho. Mas o que importava mesmo era fazer o primeiro gol e aliviar o nervosismo. E isso quem fez foi o Maicon, que, por isso, mereceu os agradecimentos de um país inteiro.

O jogador, que começou a partida patriota, cantando o hino com orgulho, está acostumado a fazer “jogadas que as pessoas duvidam”. “Maicon Douglas Sizenando, 28 anos. Quando garoto, foi atropelado e teve que reaprender a andar. Parece que aprendeu direitinho. Quando falarem do Brasil nesta Copa, todos devem se lembrar que essa campanha começou com o pé direito. Pé direito e surpreendente de Maicon”, finalizou o repórter.

Na narrativa de Schmidt, o herói da vitória é patriota, cantou o hino com orgulho. Se não bastasse, tem também uma história de superação. Chegou a ser atropelado, teve que reaprender a andar e agora está “acostumado a fazer jogadas que as pessoas duvidam”. O “roteiro” do jogador Maicon, pode, facilmente, representar uma metáfora de Brasil, um país que, apesar das dificuldades enfrentadas no passado, com persistência atinge os seus objetivos. É a história do brasileiro que não desiste nunca ilustrada pelas chuteiras do jogador brasileiro, que não é apenas um número: tem nome, sobrenome, idade e “mereceu os agradecimentos de um país inteiro” pelo feito alcançado.

No *Jornal da Record*, as narrativas enquadradas no grupo “sobre o jogo”, ocupam espaço pequeno na programação. Dos quatro episódios analisados, três programas contaram com três narrativas sobre o jogo e o programa do dia 25 de junho apresentou cinco narrativas. Porém, sobre a partida da seleção brasileira em si, na Record há apenas uma narrativa sobre o jogo, realizada por Roberto Thomé.

Para o repórter, faltou ao futebol da seleção brasileira a alegria e criatividade da torcida canarinho, ausente nas jogadas da equipe nacional, e farta nas ruas de Johannesburgo, tomadas pela torcida brasileira.

Sobre o jogo, apenas o básico. Estreia nervosa, futebol abaixo do esperado, gols de Maicon e Elano e vitória brasileira. Para os torcedores entrevistados, o Brasil poderia ter jogado melhor, não fosse a escalação do técnico Dunga com três volantes. Apesar disso, os torcedores entrevistados saíram felizes com a vitória e confiantes para os próximos jogos.

Nas outras três partidas da seleção brasileira repercutidas pelos dois telejornais, foram respeitadas as mesmas estruturas, com pequenas alterações no repórter responsável pelas narrativas no caso da Rede Globo.

## **5 – AS NARRATIVAS “EXTRA-CAMPO”**

As matérias que preenchem o grupo “extra campo”, ocuparam grande espaço na programação dos telejornais. Em especial no *Jornal da Record*, é possível afirmar que a torcida brasileira foi personagem principal das narrativas do programa.

Na narrativa de Mônica Sanches, do *Jornal Nacional* do dia 15 de junho, “uma torcida que gosta de ir para a rua, reúne a turma e faz a festa nas praças e nas praias”. Ocupa espaços com gente “vestida para a felicidade”. Se os jogadores estavam ansiosos, na torcida não foi diferente. Segundo a repórter, o começo do jogo foi só ansiedade e o “coração de São Paulo pulsou acelerado” no Vale do Anhangabaú.

Em Minas Gerais, mais de 10 mil torcedores foram à Praça da Estação e ficaram de mãos juntas, em sinal de prece. Em Copacabana, o primeiro gol foi comemorado com muita emoção, enquanto em Salvador os tambores pediam mais gols no Pelourinho. E o gol veio, segundo a repórter, com “a benção do anjo da guarda”.

No final, gol da Coreia do Norte. A torcida brasileira protestou e até chorou. Mas depois, a chuva da vitória caiu sobre o Recife e com ela também a vontade de continuar festejando. “A seleção vai seguir abençoada por esta torcida que ainda promete muitos espetáculos”, finalizou Mônica Sanches.

Para a repórter Sandra Moreyra, no *Jornal Nacional* do dia 2 de julho, antes do início da partida, parecia um dia perfeito. “Hino nacional no ritmo da bateria da Mangueira e a praia de Copacabana pronta para mais um espetáculo”. Se na África a seleção não conseguiu avançar na competição, no Rio de Janeiro a torcida fez a parte dela. Compareceu colorida, alegre e vibrante como sempre. No meio da multidão, um grupo de holandeses decretou: “o Brasil vai chorar depois do jogo”. Mas do nosso lado também tinha profeta, disse a repórter: “Se passar hoje é campeão, o mais difícil é hoje”, profetizou um torcedor brasileiro.

Assim como os profetas da narrativa acima, essa tendência em prever resultados ou depositar a crença no sucesso da seleção em coisas não convencionais teve espaço também



na narrativa de Ana Paula Gomes, no *Jornal da Record* do dia 15 de junho. Em reportagem feita com a torcida brasileira, a repórter se deparou com o galo “Paquito”, um veterano na torcida brasileira. “Pé quente”, o galo costuma dar sorte a seleção. Após a apresentação do “galo da sorte” pela repórter, a ave começa a cantar e a multidão ao redor vibra com a promessa de vitória da seleção.

Segundo DaMatta (2003:25), no Brasil é rotineiro atribuir a um fator moral a vitória ou a derrota de um time ou pessoa. “Ganhamos – graças a Deus, ou a Nossa Senhora da Penha, ou aos orixás, ou a nossa fé – ou perdemos (por falta de garra, por ausência de altruísmo, desmedido individualismo e puro ou simples e terrível azar)”, completa o autor.

Nas narrativas das torcidas e também nos textos dos repórteres sobre os jogos citados anteriormente, essa característica atribuída aos brasileiros por DaMatta, aparece em vários trechos. Na derrota, por exemplo, a bola do gol holandês estava “amaldiçoada”. Já o torcedor que acreditava na seleção, fechou os olhos, realizou suas preces, acreditou e vibrou com os gols da seleção, que para a repórter, vieram com a ajuda do nosso “anjo da guarda”.

Nesse trato da cobertura do futebol com temas “extra-campo”, não foi apenas a torcida que ganhou espaço. Nas palavras de Beatriz Castro, no *Jornal Nacional* do dia 25 de junho, na rodoviária de Murici, cidade do interior de Alagoas afetada por fortes chuvas, “a pequena TV atraiu todos os olhares. Durante alguns instantes, a maior paixão dos brasileiros aliviou as preocupações daquelas pessoas”.

No *Jornal da Record*, após a apresentadora Ana Paula Padrão anunciar 51 mortes causadas pelas enchentes, o âncora Celso Freitas também falou sobre a torcida pela seleção brasileira nas cidades devastadas pelas chuvas. Na narrativa, destruição e esperança. Com casas e eletrodomésticos destruídos, quem quis ver o jogo teve que se deslocar até o centro da cidade, como fez Gilvan, que pedalou por 20 minutos, da zona rural onde mora até o centro e conseguiu chegar a tempo de ver a seleção jogar. “Não podia perder, não. É importante (ver o jogo do Brasil), nê (sic)?”

No trato “extra-campo” da cobertura do futebol, marcaram presença também a agenda dos políticos e os lucros do comércio. Na estreia do Brasil na Copa, nas palavras do apresentador do *Jornal da Record* Celso Freitas, em dia de jogo “até a atenção dos candidatos à presidência se voltou para a seleção”. Na narrativa, os locais onde cada

candidato assistiu ao jogo mostrou a preocupação dos políticos com a seleção e os marcou como verdadeiros brasileiros.

E em Brasília não foi diferente. Acostumados a falar sobre as votações e decisões importantes na câmara, no dia 15 de junho o repórter Alessandro Saturno, do *Jornal da Record*, narrou a debandada dos deputados e senadores para os seus estados de origem. “Ainda no aeroporto eles prometeram que mesmo com a seleção em campo voltariam para trabalhar”, disse o jornalista.

No comércio e na indústria, segundo o *Jornal da Record*, todos torceram pela seleção. Isso porque, vitórias, significavam mais encomendas, trabalho e gols para comemorar. Para Jânio, dono de uma confecção no interior de Pernambuco, as vitórias do Brasil geraram mais emprego, aumentaram a produção e o lucro.

Já para o grupo de samba, a Copa foi a garantia de agenda lotada. “Se o Brasil ganhar dá pra ganhar um dinheirinho a mais, duplica o cachê, nê (sic)? Final supervaloriza, o chope aumenta, o músico tem que ganhar mais”, disse o vocalista do grupo. Na mesma reportagem, segundo o sindicato de bares e restaurantes do Rio de Janeiro, o movimento em dias de jogos da Copa aumentou em até 50%.

E assim também aconteceu nos supermercados. Em narrativa de Ogg Ibrahim, no *Jornal da Record* de 2 de julho, em 2010 o consumo de produtos como carne, carvão e cerveja subiu cerca de 15% e foi motivo de comemoração para os comerciantes, que mesmo em um mês de inverno venderam quase a mesma quantidade de cerveja vendida em um mês de verão.

## **6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na intenção de verificar sobre o que falaram as narrativas propostas, se apenas de futebol ou se de outros assuntos, foi possível verificar que, apesar da aderência ao tema “Copa do Mundo” ser superior a 50% em todos os programas analisados, até nas narrativas enquadradas nos grupos vinculados ao evento, vários temas além do esporte foram incluídos e narrados dentro do espetáculo do futebol. A adaptação de assuntos sobre o comércio, produção industrial e agenda dos políticos são exemplos desses elementos, que permearam a maior parte das narrativas do Mundial de 2010 e mostraram o futebol como

índice de identificação nacional, consumo de determinados produtos e representação de um jeito de ser ou agir do “verdadeiro brasileiro”.

Na contagem das narrativas baseada nos três grupos temáticos propostos por este trabalho, foi possível verificar que, das 77 narrativas produzidas pelo *Jornal Nacional*, 49 foram relacionadas ao Mundial, sendo 29 “sobre o jogo” e 20 “extra campo”.

No *Jornal da Record*, que não transmitiu as partidas, foram 54 narrativas enquadradas nos grupos relacionados à cobertura do evento em um universo de 105 narrativas. Por não possuir os direitos de transmissão do evento e não contar com as entrevistas com os jogadores utilizadas pela sua concorrente, o telejornal produziu apenas 14 narrativas “sobre o jogo” e 40 narrativas “extra campo”, número quase igual às 49 narrativas relacionadas à Copa produzidas pela Rede Globo.

Independente das diferenças entre as duas coberturas, as metáforas sobre o Brasil e os brasileiros estiveram presentes em ambas, seja nas narrativas sobre os jogos ou com as torcidas, e possibilitaram ilustrar algumas afirmações “imaginadas” e utilizadas em peças publicitárias sobre a alegria e tendência festiva creditada ao povo brasileiro.

Os hábitos de consumo, as crenças e a irreverência marcaram toda a cobertura e permitiram à análise mostrar o quanto o futebol pode explicar sobre a nação, os brasileiros e a sociedade.

Por fim, o que está representado nas narrativas do futebol, é mais do que o jogo; é a nação, os brasileiros e o trato deste esporte com a economia. Para fazer essa análise de elementos da sociedade brasileira por meio de sua representação nos meios de comunicação, outro item poderia ter sido utilizado, porém nenhum passaria perto do grau de influência e aderência do que representa o futebol para a sociedade brasileira.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A de. **Comunicação e Televisão**: Desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

DAMATTA, Roberto. **Em torno da dialética entre igualdade e hierarquia**: Notas sobre as imagens e representações dos jogos olímpicos e do futebol no Brasil. In *Antropolítica*, Niterói, UFF, n.14, jan-jul 2003, p. 17-39.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FRANCO Jr. Hilário. **A dança dos Deuses: Futebol, Sociedade, Cultura**. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

GASTALDO, É. Luis. “**O país do futebol**” **mediatizado**: mídia e Copa do Mundo no Brasil. *In*: Sociologias. Porto Alegre: ano 11, nº 22, jul./dez. 2009, p. 352-369.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**. Dissertação de Mestrado apresentada à PUC de São Paulo, 2009.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: Norte e Sul. São Paulo: Edusp, 1997.

LOURENÇO, R. O. **A representação do futebol enquanto fenômeno cultural e político na cobertura da copa do mundo 2010**. *In*: Revista Comtempo, v.3, p.1 – 12. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2011.

LOURENÇO, R. O. **A Sociedade do Espetáculo ilustrada pelas dimensões da representação do futebol no Brasil**: os anos de chumbo e a globalização. *In*: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 2011.

MARTINO, L. M. S. **Teoria da Comunicação**. Ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, Um produto à venda**. São Paulo: Summus, 1988.

SOUSA, J.P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

**Telejornais** (11/06 a 05/07/2010)

Jornal Nacional  
Jornal da Record