

A figura dos “brasileiros” no jornalismo de revista nacional: o “vexame” na Copa do Mundo 2014 e a inversão nos discursos da revista Época

Gabriel de Lima Alves Cortez¹
José Carlos Marques²

Resumo:

O presente artigo tem o objetivo de mostrar como o Brasil e os “brasileiros” aparecem nos discursos do jornalismo de revista nacional – especificamente, nos textos da revista *Época*, em reportagens sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2014 veiculadas durante a realização do megaevento no país. Partiremos de uma concepção intercultural de sociedade (segundo a qual as relações sociais se desenvolvem como processos de negociação de conflitos culturais entre os grupos sociais) e nos apoiaremos em conceitos da Análise do Discurso (AD) Francesa – como a ideia de “Implicitos”, elaborada por Oswald Ducrot. Deste modo, pretende-se verificar como os discursos de *Época* apresentam a ideia de “brasileiros” nas reportagens sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2014 no Brasil e como, neste discurso, compareceu uma noção (dualista e controversa) de “ser” nacional – bem como uma ideia positivista de (suposta) inferioridade cultural brasileira em relação a países e “culturas” tidos como de “Primeiro Mundo”.

Palavras-chave: Identidade nacional brasileira, Jornalismo de revista, Mídia, Cultura e Copa do Mundo de Futebol.

Abstract:

The present article show how the national magazine journalism contributes to the construction (and reaffirmation) of certain speeches about culture and Brazilian identity. We'll analyze articles released in the weekly magazine of largest circulation in Brazil, the magazine *Veja*, during and after the Football World Cup of 2014. Working from an intercultural conception of society (for which the social relations develop as cultural negotiations between social groups) and it'll be based in concepts of the French Discourse Analysis – such as the idea of “Implicit”, by Oswald Ducrot. Thus, it is intended to verify how *Veja*'s speeches portrayed the concept of “brasileiros” in reports about the World Cup in Brazil and how, in this speech, the notion of Brazilianness appeared - as well as a positivist idea of cultural inferiority of Brazilian people in relation to countries and “cultures” taken as “First World” (even by some Brazilians).

Keywords: Brazilian National Identity. Magazine Journalism. Media, Culture and Football World Cup.

Artigo recebido em: 30/03/2016

Aceito em: 02/06/2016

1 Mestrando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp/Bauru). Graduou-se em Comunicação Social: Jornalismo, também pela mesma universidade. Integra o Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol (GECEF) e é membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Esporte da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM). E-mail: gabriel.lacortez@hotmail.com.

2 Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru) e Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol). E-mail: zeca.marques@uol.com.br.

Introdução

Desde o final do século XIX e o início do século XX, uma série de autores da historiografia brasileira (como Euclides da Cunha, Alberto Torres, Nina Rodrigues, Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda, Darcy Ribeiro, entre outros) vêm tentando explicar e interpretar o Brasil (ou, os “*Brasis*”³) e suas identidades culturais e sociais (ORTIZ, 2013, p. 609; ORTIZ, 1985; DEBRUN, 1990; FIORIN, 2009). Nas obras de alguns destes autores, fez-se presente uma ideia de inferioridade cultural dos povos sul-americanos mestiços em relação às nações europeias – ideia sustentada no pensamento de Hegel⁴ e em teorias raciológicas europeias⁵ do século XIX; um pensamento apropriado por alguns dos intérpretes do Brasil (especialmente, nos textos produzidos até a década de 1920⁶) e que, até hoje, parece influenciar – mesmo que de maneira indireta ou inconsciente – na maneira com que determinados grupos sociais se diferenciam de uma ideia de brasilidade.

Nesta seara, o presente artigo buscará indicar a maneira com que a revista *Época*⁷ retratou a figura dos “*brasileiros*” nas reportagens sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e como, neste discurso, compareceu uma noção de brasilidade essencialista e, ao mesmo tempo, dualista – bem como uma ideia de (suposta) inferioridade cultural brasileira em relação a países e “culturas” tidos – por alguns grupos – como de “Primeiro Mundo”. Procurar-se-á, então, compreender – por meio da Análise do Discurso dos textos de *Época* – se essa ideia de brasilidade (isto é, de “*ser*” nacional) está ou não permeada por uma perspectiva de inferioridade cultural brasileira ante a alteridades estrangeiras e, além disso, se os discursos da revista apresentam os “brasileiros” de maneira dualista (quando se referem a nossas capacidades futebolísticas em contraposição a nossas habilidades “extracampo”). Como hipótese, assumiremos – a *priori* – que essas perspectivas se reproduzam e se (re)criem nos textos jornalísticos contemporâneos (notadamente, neste caso, nas reportagens da revista

3 Ver *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil* (1995), do antropólogo brasileiro Darcy Ribeiro; notadamente, o capítulo 4 da obra, *Os Brasis na história*.

4 Hegel olhava para a América Latina como um simples espaço de Natureza e de emoção, enquanto via na Europa (e, mais precisamente, na Alemanha) um espaço de razão e de civilização (no sentido positivista do termo).

5 Em *A ideia do Brasil moderno* (1992), Otávio Ianni apresenta algumas das teorias raciológicas europeias que se desenvolveram no século XIX e foram incorporadas por autores da historiografia brasileira (no final do mesmo século e no início do século XX). Nestes textos da historiografia brasileira, tentou-se explicar uma ideia de “atraso” brasileiro em relação a outros povos (no sentido positivista do termo “atraso”) (IANNI, 1992). Um pensamento que se apoiou, de acordo com Otávio Ianni, em teorias científicas europeias como a do anatomista e craniologista francês Paul Broca (que propôs uma análise das raças a partir da circunferência do crânio); a teoria determinista racial do conde Arthur Gobineau (o qual, em *Ensaio sobre a desigualdade das raças humanas*, publicado em 1855, indicou que a mistura racial seria um dano e uma “impossibilidade de progresso” para as sociedades miscigenadas); e as ideias do geógrafo britânico Francis Galton (que, na obra *Herança Racial*, de 1869, consolida esse pensamento eugenista, quando afirma que a evolução das sociedades era determinada por fatores hereditários e não por fatores educacionais).

6 Na década de 1920, há um movimento (literário, acadêmico, artístico e político-estatal) de valorização estética das culturas populares brasileiras – do negro, do mestiço e do índio (IANNI, 1992). Configurava-se, então, uma quebra gradual de uma visão arianista de cultura e de povo brasileiro, baseada nas teorias raciológicas e deterministas europeias do século XIX (IANNI, 1992). Essa ruptura se solidifica com o debate sobre a miscigenação proposto por Gilberto Freyre em *Casa-Grande & Senzala* (1933) – momento no qual o autor estabelece a distinção entre raça e cultura e critica as noções de determinação genética e de determinação cultural (herança cultural) que permeavam os debates sobre a brasilidade até então. Escreve Freyre: “Com Frans Boas (1858-1942), aprendi a considerar fundamental a diferença entre raça e cultura; a discriminar entre os efeitos de relação puramente genética e de influências sociais” (FREYRE, 2006).

7 A revista *Época* é o periódico semanal que possui a segunda maior circulação no Brasil e, por este motivo, abrigará o corpus deste artigo. A título de registro, a tiragem do periódico da Editora Globo alcançou os 395.951 exemplares impressos, na média entre os meses de julho de 2013 e julho de 2014, de acordo com o Instituto de Verificador de Circulação (IVC).

Época sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2014).

Neste sentido, para conferir embasamento teórico às hipóteses elaboradas, considerar-se-á que as identidades nacionais são construídas e reafirmadas – entre outros fatores⁸ – a partir dos discursos midiáticos (HALL, 1999) e das representações simbólicas que resgatam e refazem a história e a memória de uma cultura nacional; além disso, partir-se-á do pressuposto de que o trabalho do jornalista constrói e re-constrói a realidade (TRAQUINA, 2004, p. 26; BOURDIEU, 1997) e, por consequência, contribui para a cognição, a identificação e a diferenciação dos indivíduos enquanto membros de uma “*comunidade imaginada*” – no sentido que Benedict Anderson (1983) emprega ao termo. Ademais, considerar-se-á que, no Brasil, os discursos a respeito de uma noção de identidade “brasileira” estão permeados por uma dualidade (WISNIK, 2008) – sobretudo, quando se relaciona o futebol, a sociedade e a cultura nacional (ver mais a seguir). Essa relação passa, também, por determinadas visões e discursos do cotidiano (numa relação de retroalimentação discursiva entre jornalistas e público-leitor) e pelas representações do brasileiro sobre si e sobre os outros (quando nos comparamos a uma alteridade estrangeira) – fatos os quais se poderão notar na análise das edições de *Época*, adiante.

Mas, afinal, quem seriam, de fato, os “*brasileiros*”? Será mesmo possível determinar uma noção de identidade nacional; isto é, um “*ser*”, essencialmente, da “*pátria*”?⁹ Neste sentido, como os discursos midiáticos – no caso do presente trabalho, como os discursos da revista *Época*, nas reportagens sobre o Mundial de Futebol de 2014 – trabalham com as características identitárias brasileiras? Somos vistos por esta publicação a partir de uma visão essencialista e homogeneizadora (de “*ser*” brasileiro único) ou somos vistos a partir das múltiplas vozes sociais que atuam na produção da cultura, da realidade, e da(s) identidade(s) nacionais? E mais: em que medida a derrota do selecionado brasileiro, em campo, modificou os discursos dos jornalistas da revista a respeito destes “*brasileiros*”? Em suma, num contexto de “*pluralidade de identidades*” e de “*relações de poder*” (ORTIZ, 1985), a quem a revista considera “*brasileiros*”? É o que buscaremos compreender nas páginas abaixo.

Metodologia

O presente trabalho se propõe a analisar o discurso da revista *Época* durante o Mundial de Futebol de 2014 (com o foco voltado para as questões anteriormente expostas). Partir-se-á de uma concepção intercultural das relações sócio-culturais,

8 Para um aprofundamento nos demais fatores – ou “dispositivos discursivos” – que corroboram para a constituição das identidades nacionais, ver o capítulo 3 da obra *Identidade cultural na pós-modernidade* (1999), de Stuart Hall.

9 Michel Debrun, no artigo *A Identidade Nacional Brasileira* (1990), já se questionava sobre este aspecto da problemática da brasilidade: “O que é ser brasileiro? Será mesmo que faz sentido falar desse “ser”? É fácil afirmar a existência da nação brasileira, se atentarmos apenas para os aspectos geográficos, jurídicos ou diplomáticos. E definir a identidade brasileira como o atributo, a etiqueta do conjunto populacional, ou dos indivíduos, que vivem dentro desse quadro formal. Mas parece que Nação e identidade nacional exigem algo mais. Como, por exemplo, um consenso em torno de certos valores, e uma diferença entre ele e outros tipos de consenso, ou entre diferentes consensos nacionais. Ora, desde os fins do século XIX, muitos têm duvidado seja da coesão brasileira seja da diferença específica do Brasil”. (DEBRUN, 1990, p. 39)

segundo a qual as sociedades podem ser descritas como misturas mal ajambradas de culturas conflitantes que ensejam em diferentes relações sociais e identitárias – relações nas quais se consideram os diversos tensionamentos e os espaços de negociação com os quais as nações (e suas culturas e subculturas) se defrontam (GARCÍA CANCLINI, 2006, p. 17). Além disso, para detectar essas identidades, o trabalho se baseará em conceitos de brasilidade já estabelecidos, especialmente durante o século XX, por alguns dos sociólogos, antropólogos e historiadores citados e, sobretudo, nas proposições teóricas da Análise do Discurso (AD) Francesa, que, por si só, estabelece uma forma própria de reflexão sobre o objeto – notadamente, na ideia de “*Implícitos*”, de Oswald Ducrot (sobre a qual nos debruçaremos a seguir).

Neste contexto, a metodologia utilizada na presente pesquisa é prioritariamente qualitativa e se apoia na leitura bibliográfica de obras literárias da historiografia brasileira, na leitura de textos conceituais, e na leitura dos textos do corpus selecionado (especificamente, em reportagens da revista *Época* publicadas durante o Mundial). Por último, é importante justificar que analisaremos os textos jornalísticos da publicação da *Editora Globo* veiculados entre junho e julho de 2014¹⁰ a fim de que se possa estabelecer uma continuidade nas análises que vêm sendo feitas desde junho de 2013 acerca da preparação do país para o megaevento.

Os “Implícitos” de Ducrot na análise de discursos jornalísticos interculturais

Buscar-se-á, a partir de agora, compreender a relação do discurso jornalístico com as experiências e os conflitos em que os grupos sociais estão inseridos. Não há como negar: “Os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da realidade.” (TRAQUINA, 2004, p. 26). É a partir desta ideia do português Nelson Traquina que se origina uma das reflexões-chave propostas neste trabalho: o jornalismo (através da linguagem) contribui para a construção de determinados discursos sobre a sociedade e a realidade social e, através desses discursos, retoma e reafirma (mesmo que não propositadamente) determinadas interpretações a respeito da identidade e da cultura de um povo – e, desta maneira, produz (e reproduz) identidades culturais e sociais.

A este respeito, é importante que nos questionemos: como as relações linguísticas e não linguísticas inerentes aos discursos podem ser detectadas nos textos analisados? Isto é, como olhar para uma frase e captar o que está ali, dito (posto), e o que fica implícito ao discurso do enunciador? Sobre isso, Oswald Ducrot (1987) indica que o elemento fundador do discurso é, justamente, aquilo que não é dito no texto. São os elementos “*implícitos*” ao discurso enunciado; aquilo que não está “*posto*”, mas se apresenta de maneira “comum” aos dois personagens do diálogo; um objeto

¹⁰ A primeira partida da Copa do Mundo de Futebol de 2014, disputada no Brasil, ocorreu em 12 de junho de 2014. O jogo final do torneio se desenrolou no dia 13 de julho do mesmo ano, portanto, um mês e um dia após o confronto inaugural.

de cumplicidade fundamental que liga entre si os participantes do ato comunicativo (DUCROT, 1987).

Neste sentido, Ducrot aponta para dois níveis de “*implícitos*” possíveis em um texto: os “*pressupostos*” e os “*subentendidos*” (DUCROT, 1987, p. 32). O ato de “*pressupor*”, segundo o autor, é uma tática argumentativa em que o locutor leva o destinatário a admitir o conteúdo “*pressuposto*”, impondo-lhe a adesão. O “*pressuposto*”, nas palavras de Ducrot, “[...] pertence antes de tudo à frase: ele é transmitido da frase ao enunciado na medida em que deixa entender que estão satisfeitas as condições de emprego da frase da qual ela é realização” (1987, p.33). Deste modo, segundo Ducrot, “[...] a pressuposição é parte integrante do sentido dos enunciados. O “*subentendido*”, por sua vez, diz respeito à maneira pela qual esse sentido deve ser decifrado pelo destinatário” (1987, p. 41). Em outras palavras, o “*subentendido*”, como explica o autor, aparece ligado à enunciação, ao componente retórico do discurso, constituindo uma opção de organização deste discurso e produzindo efeitos de sentido que surgem na interpretação e que resultam do reconhecimento daquilo que o locutor diz. Portanto:

Dizer que pressuponho X, é dizer que pretendo obrigar o destinatário, por minha fala, a admitir X, sem por isso dar-lhe o direito de prosseguir o diálogo a propósito de X. O subentendido, ao contrário, diz respeito à maneira pela qual esse sentido é manifestado, o processo, ao término do qual deve-se descobrir a imagem que pretendo lhe dar de minha fala (DUCROT, 1987, p. 42).

Neste contexto, pensando, então, no discurso como um elemento de disputa de vozes e de relações de cumplicidade entre os falantes (no caso, entre produtores de conteúdo jornalístico e público-leitor), propõe-se que os conflitos e as dualidades ideológicas existentes em uma sociedade intercultural como a brasileira se desenrolam por meio da linguagem – incluídos, aqui, os conflitos e as dualidades produzidas e/ou reforçadas pelo discurso dos veículos de comunicação de massa e dos jornalistas que trabalham nestes veículos; bem como os discursos produzidos por historiadores, antropólogos e sociólogos sobre a identidade de determinada nação (discursos, estes, que reverberam na produção discursiva da sociedade e da imprensa e que estabelecem uma relação retroalimentativa de resgate da memória; uma relação interdiscursiva que pode, até mesmo, ser inconsciente – ou o contrário, intencional).

Assim, entender a maneira com que a cultura e a identidade brasileira aparecem na construção discursiva da imprensa nacional pode ser fundamental para que se percebam as contradições e as disputas de poder, ou as “*relações de poder*”, nas palavras de Renato Ortiz (1985, p. 8), que atuam na realidade social brasileira e, em especial, nas construções identitárias a respeito do país e de seus habitantes. Como indicam Stuart Hall (1999, p. 42) e o próprio Renato Ortiz (1985, p.7), é preciso, então, que se pense nas identidades como espaços simbólicos em que múltiplas vozes podem atuar de forma simultânea – num contexto de fragmentação das relações sociais de tradição local e em um cenário de globalização das culturas e do consumo

(como aponta Néstor Garcia Canclini, inspirado em Renato Ortiz¹¹). Neste cenário, é imprescindível que se pense na maneira com que o futebol, como fenômeno midiático-simbólico global, pode transparecer e exaltar uma noção (ou múltiplas noções) de identidade nacional – especialmente em períodos de Copa do Mundo de futebol.

Em *Veneno e remédio: o futebol e o Brasil* (2008), José Miguel Wisnik – inspirado no pensamento de Roberto DaMatta (1982; 1997) – indica que os discursos a respeito de uma identidade nacional brasileira foram e são marcados por uma dualidade – sobretudo, quando se relaciona o futebol, a sociedade e a cultura nacional. Tal oposição se revela logo no título da obra de Wisnik – em um antagonismo de sentido que o autor estabelece entre as palavras “veneno” e “remédio” – bem como em outros momentos do texto, como no trecho abaixo, no qual ele destaca a relevância – “para o bem e para o mal” – do futebol como produtor de sociabilidade e de identidade brasileira:

Passam pelo futebol brasileiro linhas incontornáveis das interpretações do Brasil, que se irradiam pela música, pela literatura, e pelas formas de sociabilidade. É possível discutir, como faz Gumbrecht, se o futebol expressa ou não o modo de ser de um país europeu. Mas no Brasil a questão se coloca de maneira oposta: para o bem e para o mal, uma das mais reconhecíveis maneiras pelas quais o país se fez ver foi o futebol. (WISNIK, 2008, p. 28)

Por isso, pensando na Copa do Mundo de Futebol como um momento em que o país se faz “ver”, procurar-se-á, nas análises abaixo, entender a maneira com que os discursos da revista *Época* representam os “brasileiros” durante o Mundial de Futebol de 2014. Mais uma vez, é importante destacar que analisaremos os textos publicados pela revista no decorrer do evento, uma vez que, em outros momentos, nos detivemos às produções textuais divulgadas por *Época* antes do início da Copa-2014.

Análise: a dualidade nas páginas de Época

Do ponto de vista do discurso de *Época* em relação à Copa do Mundo de 2014 – especificamente, para iniciar a análise, em relação ao futebol brasileiro em si (o futebol jogado, em campo) –, é possível dizer que, antes do início do torneio, os jornalistas da revista colocavam a Seleção Brasileira como uma das favoritas à conquista da taça. Notou-se, portanto, um viés positivo atribuído pelos jornalistas do periódico aos aspectos futebolísticos do Mundial; viés que marca a argumentação principal deste artigo: a dualidade e a instabilidade no discurso de uma das principais representantes do jornalismo de revista nacional em relação ao desenvolvimento da Copa do Mundo de Futebol 2014 no Brasil. Uma dualidade que pode se inverter de repente. Uma identidade nacional – isto é, uma forma de enxergar o Brasil como “nação” e de se diferenciar de outros povos – que é instável e frágil; uma identidade que, especial-

¹¹ Ver Mundialização e cultura (1994), de Renato Ortiz - Canclini cita esta obra na p. 53 de *Consumidores e Cidadãos* (2006).

mente quando se fala em futebol, pode se modificar do dia para a noite, conforme as “relações de poder” (ORTIZ, 1985, p.8) – ou após uma derrota humilhante.

Logo na capa da edição 837 de *Época* (veiculada em 16 de junho de 2014, quatro dias após o jogo de abertura do Mundial – Brasil x Croácia, disputado na Arena Corinthians, em 12 de junho de 2014), é possível que se perceba a conotação dualista com a qual a publicação da *Editora Globo* encaminhou a cobertura da Copa do Mundo de futebol de 2014. Os editores da revista apresentam uma fotografia da face de Neymar, dividida ao meio, e acompanhada do título “O craque que une o Brasil”¹², bem como da linha-fina “O brasileiro se curva aos pés de Neymar – e mostra que aprendeu a separar futebol e política” (Figura 1).

Figura 1 – A dualidade nas páginas de *Época*; cópia scanner feita em 13/08/2014.



Essa relação dualista também pode ser percebida na reportagem de capa da edição em questão. Os jornalistas de *Época* opõem a atuação de Neymar, em campo, aos “gols contra” do governo Dilma (nas palavras da revista), na organização do torneio. Tal oposição fica “*implícita*” (nos termos de Ducrot) ao conjunto “título + linha fina” do texto. Como título, os jornalistas de *Época* apresentam a frase “A redenção nos pés do craque” e, como linha fina, publicam o texto: “Depois de um gol contra, o Brasil contou com o talento de Neymar para virar o jogo. Mas quem salvará o governo Dilma dos gols contra na organização da Copa?”.

Em seguida, no lide da reportagem, *Época* compara a estreia de Neymar em Copas do Mundo às estreias de Pelé e Maradona em Mundiais¹³. O tom adotado pelos

¹² Será mesmo que Neymar – ou, qualquer outro brasileiro – teria a capacidade de “*unir*” o Brasil?

¹³ “Fazer dois gols numa estreia em Copa do Mundo é feito raro. O último brasileiro a conseguir isso foi o palmeirense Mazzola, em 1958, na estreia do Brasil contra a Áustria. Aos 19 anos, Mazzola perdeu a vaga dois

jornalistas continua a ser o da celebração ao futebol nacional. No parágrafo seguinte, o jornalista da revista descreve a atuação do “*craque*” e ressalta a liderança de Neymar na vitória da equipe brasileira:

Na abertura da Copa do Mundo, algo inédito ocorreu para o jovem Neymar: a Seleção começou atrás no placar, com um gol contra de Marcelo. Logo depois, Neymar já incentivava os companheiros. De cabeça erguida, levou a bola ao meio de campo para reiniciar a partida e domar o jogo. Ele fez de tudo. Conduziu a bola, tentou armar o time no momento em que a equipe estava perdida, driblou, deu assistências, cruzou, bateu faltas. [...] Neymar pôs a bola embaixo do braço, assumiu a responsabilidade e virou o jogo para o Brasil.

Contudo, quando o assunto se desloca do campo para o “*extracampo*” (notadamente, para a política), a dualidade ascende. O discurso de *Época* transparece os contornos ideológicos de sua raiz, como se pode perceber no trecho a seguir:

A abertura da Copa começou marcada pela expectativa. Os jogadores estavam distantes, depois de 20 dias de confinamento ao cenário montanhoso de Teresópolis. Os brasileiros, ansiosos e divididos diante de um Mundial capaz de misturar nossas maiores qualidades (o futebol) a nossos maiores problemas (a política). O mundo, temeroso e inseguro com as notícias sobre estádios inacabados, caos nos aeroportos, greves nos transportes e violência nas ruas. Até que, repetindo a tradição da Copa das Confederações no ano passado [2013], os 62 mil torcedores que lotaram a Arena Corinthians, em Itaquera, fizeram coro com os jogadores da Seleção para cantar, a capela, o Hino Nacional. O brasileiro sentiu que era para valer – e toda a expectativa negativa morreu nos pés de Neymar.

Neste trecho, os jornalistas de *Época* “*pressupõem*” – e, de certa maneira, determinam ao leitor, em uma prova da cumplicidade e da imposição discursiva que se estabelece entre locutor e destinatário, como já propunha Oswald Ducrot – que, antes do início do mundial, a expectativa do “*mundo*” – e do próprio “*brasileiro*” – em relação e ao país era a de quem estava “*temeroso e inseguro com as notícias sobre estádios inacabados, caos nos aeroportos, greves nos transportes e violência nas ruas*”; porém, após uma vitória em campo, no jogo de abertura do Mundial, com ótima atuação do camisa 10 da Seleção, “*o brasileiro sentiu que era para valer – e toda a expectativa negativa morreu nos pés de Neymar*”.

Todavia, é preciso que nos questionemos: a que “*brasileiros*” *Época* se refere em seu discurso? Qual “*brasileiro*” “*sentiu que era para valer*”? Quem “*aprendeu a separar futebol e política*” – como sugere a revista desde o título da capa da edição em questão? Ao que parece, apenas o público-leitor do periódico e os jornalistas e editores da revista. Assim, o que se pode notar, a partir da análise do discurso da reportagem de *Época*, é uma relação de retroalimentação que se estabelece nos textos dos profissionais da *Editora Globo* com o seu público-leitor. Uma relação que deslegi-

jogos depois para um jovem atleta chamado Pelé, na ocasião com 17 anos. Pelé, em sua estreia em Copas, não fez gol. Mardona não fez nenhum. Pois, em suas estreia em Copas, Neymar marcou dois durante os 88 minutos em que esteve no gramado e desafia a artilharia de seus principais rivais: o Argentino Messi e o português Cristiano Ronaldo.” (Revista *Época*, edição 837, publicada em 16 de junho de 2014).

tima e ignora a pluralidade socio-cultural e identitária brasileira e, ao mesmo tempo, prova a dualidade e a fragilidade dos discursos em relação a um – suposto – “ser” nacional essencialista, homogêneo (“único”). Um “ser” que se alinha – apenas – aos “brasileiros” leitores da revista (ou, a possíveis leitores, do ponto de vista ideológico).

Em outra edição da revista, publicada no dia 14 de julho de 2014, essa instabilidade nos discursos acerca da brasilidade fica ainda mais evidente. Seis dias após a derrota da Seleção Brasileira para a Seleção Alemã, pelo placar de 7 a 1, em jogo válido pela fase semifinal do Mundial, disputado no Estádio Governador Magalhães Pinto, o “Mineirão”, em Belo Horizonte, os jornalistas de *Época* apresentam uma “Edição Especial” com o título “O vexame do Mineirão” (Figura 2).

Figura 2 - Edição especial da revista *Época*, publicada seis dias após a derrota da Seleção Brasileira para a Seleção Alemã na Copa do Mundo de futebol 2014; cópia scanner feita em 25/03/2015.



No editorial da publicação (“Vexame, ilusão, planejamento – e paixão”), que abre o especial de *Época*, o diretor de redação da revista, Hélio Gurovitz, dá sinais da quebra de narrativa que acompanhou a derrota do selecionado brasileiro para os alemães e mostra a inversão na dualidade que marcou o discurso da revista durante o período pré-Copa – e, até mesmo, em certos momentos, durante o torneio: o que antes do Mundial era celebrado (o futebol nacional), após a eliminação brasileira, eufemiza-se; por outro lado, o que, antes do pontapé inaugural, era visto de maneira negativa (a capacidade organizacional de determinados brasileiros fora dos gramados e, sobretudo, a maneira com que receberíamos os estrangeiros), torna-se sinal de esperança. É o que se consegue notar no trecho a seguir do texto de Hélio Gurovitz:

Antes da Copa, temíamos pelo caos fora de campo, mas jamais duvidamos daquilo que para nós – apaixonados, iludidos, cegos – sempre pareceu óbvio: somos o país do futebol; com o brasileiro, não há quem possa; perante o Brasil, a Europa sempre se curvou. Tudo ilusão. Após o vexame, a realidade se revelou límpida e translúcida: não tínhamos um bom time, não tínhamos um bom técnico – e não somos mais os melhores do mundo na única coisa em que sempre acreditamos ser os melhores do mundo, o futebol. ÉPOCA (sic) dedica esta edição a esmiuçar o vexame do Mineirão. Devemos aproveitá-lo para refletir, enterrar nossas ilusões e seguir adiante. E o recado está longe de ser deprimente. Para a nossa surpresa, conseguimos, fora do gramado, organizar talvez a melhor Copa do Mundo de todos os tempos. Nosso povo contagiou os turistas, soube aplaudir as equipes excepcionais que fizeram esta Copa brilhar e trocou o clima de apreensão pré-Copa por nosso costumeiro bom humor.

Agora, não devemos nos deprimir. É verdade que somos piores naquilo em que julgávamos ser os melhores. Justamente por isso, pouco fizemos além de acreditar no nosso infalível poder de improvisar em campo e resolver tudo na última hora. Mas também é verdade que talvez sejamos bem melhores naquilo em que julgávamos ser os piores – justamente por isso (sic), soubemos trabalhar duro para que tudo desse certo. Falhamos no planejamento, é certo. Mas aprender a planejar melhor não significa abandonar nossa paixão, nem deixar de ter nossa capacidade para improvisar. É quando conseguimos aliar tudo isso que nos tornamos melhores. Eis a lição da Copa.

Em outra reportagem da edição, *Época* insiste na ideia dualista (inversa) de que, “Apesar de tudo...” (título da reportagem) que ocorreu em campo, o Brasil se saiu bem fora dos gramados, como se pode perceber na linha-fina e no primeiro parágrafo do texto:

O vexame da Seleção em campo não tirou o título que o Brasil ganhou fora das quatro linhas. O que poderia dar errado não deu. Ganhamos os gringos na simpatia, na paixão pelo futebol e fizemos a melhor das Copas. [linha-fina] Dois consensos antagônicos nasceram com o fim da Copa do Mundo de 2014. Se, dentro de campo, vivemos a maior derrota da história recente do futebol mundial, fora das quatro linhas, o Brasil realizou o maior evento de seus 514 anos. Não deixa de ser um consolo para aqueles que viram a Seleção ser atropelada pela irritantemente simpática seleção da Alemanha. Mesmo com alguns incidentes, como a queda de um viaduto em Belo Horizonte, os cenários catastróficos do período Pré-Copa não se confirmaram. Os estádios, elogiados, ficaram lotados em praticamente todas as partidas. Os aeroportos não entraram em colapso. Não faltou hospedagem. Restaurantes e bares faturaram como nunca. A segurança reinou, na medida do possível, dada a quantidade de aglomerações que se distribuíam por todo o país. As manifestações foram pontuais. As seleções, com destaque para os times da Alemanha e da Holanda, se esbaldaram com nossa receptividade.

Considerações Finais

Pode-se perceber, então, uma inversão nos discursos dos jornalistas de *Época* acerca de uma ideia de brasilidade em reportagens e textos veiculados pela revista durante o Mundial de Futebol de 2014 – e estabelecendo paralelos com as conclusões de pesquisas anteriores: o que antes do início do evento era celebrado, como uma das características culturais diferenciadoras dos brasileiros em relação a outras nações (o futebol nacional), ao final da Copa, tornou-se motivo de vergonha e de humilhação ante ao olhar estrangeiro – um “vexame” (como sugere o título da edição especial da

revista, publicada seis dias após a derrota da Seleção Brasileira para a Seleção Alemã). Em contraposição, o que, nos momentos de preparação para o Mundial, foi descrito em tom apocalíptico e dramático pelos jornalistas do periódico (a dúvida sobre a capacidade de organização de determinados brasileiros, a certeza de problemas infraestruturais, e o caos nas ruas e na recepção aos turistas), transformou-se (e até passou a ser celebrado) à medida que a Copa transcorreu com naturalidade (a não ser, como demonstramos, nos momentos em que o Estado ou o governo estiveram na pauta).

Neste sentido, vê-se como a noção de identidade brasileira é instável, intercultural, e múltipla (em determinados momentos, dualista – notadamente, quando se pensa no futebol como elemento de distinção nacional), uma vez que, antes do início do evento, *Época* trabalhou com uma identidade lúdica profundamente estabelecida, que reforçou a visão de Brasil como a “*pátria de chuteiras*”; mas, ao mesmo tempo, em um nível “extracampo”, estabeleceu uma relação de cumplicidade discursiva com seus leitores nas críticas ao Estado. Apesar disso, aos poucos, a dualidade que se colocava antes do início do evento se inverteu, conforme o Mundial de Futebol se desenrolou de maneira positiva e as previsões catastróficas e apocalípticas (em relação à capacidade do Brasil e dos brasileiros de organizar um megaevento) diminuíram – bem como a ideia de que “somos” o “*país do futebol*”.

Deste modo, têm-se, com o presente trabalho, uma comprovação (ainda que parcial) de que os conflitos e os tensionamentos aos quais as sociedades interculturais e seus grupos culturais e sociais estão submetidos podem se desenvolver, se disseminar e se legitimar, também (e, por que não, com relevo), por meio das plataformas de comunicação de massa e/ou das páginas de uma revista, como é o caso de *Época*. Por isso, cabe aos pesquisadores em Comunicação perceber e analisar como esses espaços de negociação de conflitos e de tensões sociais se articulam com a produção e a atribuição de identidades nacionais, culturais e sociais nos veículos de imprensa e na esfera pública.

Neste sentido, já adiantando uma hipótese para novos trabalhos, é importante que nos questionemos a respeito das tais ideias de brasilidade, num contexto de globalização e de fragmentação das relações sociais (e, por consequência, da produção das identidades culturais e nacionais). Pensando nisso, encerraremos este artigo retomando uma ideia de Michel Debrun (e reconhecendo que este é um dos pontos que iremos explorar nas pesquisas daqui em diante): existiria, de fato, um “*ser brasileiro*” único? Ou seja, é possível que se pense em uma identidade “essencialmente” brasileira; uma identidade unicamente nacional; ou uma identidade que englobe todos os brasileiros, em um só “pacote” identitário? No contexto de fragmentação das relações sociais e de globalização da produção simbólico-cultural, seria apropriado que encerrássemos com uma única palavra, objetiva e forte: não! Mas, em se tratando da questão da brasilidade e das culturas nacionais, é melhor que não nos precipitemos.

Ficar-se-á com um provavelmente não (!). Deixa para uma próxima reflexão.

Referências

- ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia Das Letras, 2008. 1ª Ed. 1983.
- BOURDIEU, P. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.
- BRANDÃO, H. N. **Introdução à análise do discurso**. 7ª Ed. Campinas: Editora Unicamp, s/d.
- CUCHE, D. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: Edusc, 1999.
- DAMATTA, R. et. al. **Universo do futebol – esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982.
- DEBRUN, M. **A identidade Nacional Brasileira**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 8, n. 4, p. 39-49, abr. 1990. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v4n8/v4n8a04.pdf>. Acessado em: 11 abr. 2015.
- DE FRANÇA, J. M. **Os implícitos no ensino da leitura: pressupostos e subentendidos**. Interdisciplinar, v.16, p. 61-75, jul./dez. 2012.
- DUCROT, O. Pressupostos e subentendidos: a hipótese de uma semântica linguística. In: DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987. p. 13-30.
- _____. Pressupostos e subentendidos (reexame). In: DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987. p. 31-43.
- FIORIN, J. L. **A construção da identidade nacional brasileira**. Bakhtiniana, São Paulo, v. 1, n. 1, p.115-126, 2009.
- FREYRE, G. **Sobrados e Mucambos: decadência do patriarcado e desenvolvimento do urbano**. – 1ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1936. In: WISNIK, J.M. **Veneno remédio: o futebol e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- FREYRE, G. **Casa-Grande & Senzala: Formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. 51ª Ed. São Paulo: Global, 2006.
- GARCÍA CANCLINI, N. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- _____. **Consumidores e cidadão: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Dp&a, 1999. Cap. 3, p. 47-65.
- HOLANDA, S. B. de. **Raízes do Brasil**. 26ª Ed. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.

IANNI, O. A ideia de Brasil moderno. São Paulo: Brasiliense, 2004. (1ª. Ed. 1992).

MACHADO, T. H. S.; ROSA, C. M.; PRADO, T. B. **Abordagem de pressupostos e subentendidos em exercícios de leitura e interpretação de texto**. Akrópolis, Umuarama, v. 18, n. 2, p. 131-140, abr./jun. 2010. Acessado em: 15 jun. 2015.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

____. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 5ª Ed., 9ª reimpressão, 2006. Resenhado por: BONFIM, Paulo Ricardo. E-locução. Ed. 3, ano 2. 2013. Disponível em: http://www.faex.edu.br/_arquivos/_revistas/537748001371674290_11.pdf. Acesso em 11 abr. 2015.

____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007. 9ª reimpressão. 1ª. Ed. 1994.

____. **Imagens do Brasil**. Revista Sociedade e Estado, v. 28, n. 3, set./dez. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v28n3/a08v28n3.pdf>. Acessado em: 14 jun. 2015.

RIBEIRO, D. O povo brasileiro. São Paulo: Companhia Das Letras, 2006. 1ª. Ed. 1995.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

WISNIK, J. M. **Veneno remédio: o futebol e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.