

Um país à flor da pele: a relação dos brasileiros com o futebol na cobertura da Copa do Mundo pelo jornal *The Guardian*¹

Maria Carolina Vieira²
Maximiliano Martin Vicente³

Resumo

O jornalismo internacional tem o papel de reportar sobre outros países e culturas, contribuindo, assim, para a construção de um olhar estrangeiro sobre diversos aspectos nacionais. A Copa do Mundo 2014, por sua vez, foi um momento abundante na formação de imagens sobre o país-sede e seus habitantes, já que os holofotes da mídia estavam voltados para o Brasil. Diante destas considerações, este trabalho foca no estudo das representações sobre a relação dos brasileiros com o futebol no *The Guardian*, tema que se destacou na cobertura do megaevento esportivo no jornal inglês. Utilizando a Análise de Conteúdo, verificou-se que a emotividade e o futebol como algo que significa mais do que um esporte são fatores-chave para o entendimento estrangeiro da relação Brasil x futebol. Esta visão passional, no entanto, não se estende a outros assuntos abordados no período, sugerindo que a postura editorial dos veículos pode influenciar as representações midiáticas tanto quanto seus históricos ou os próprios acontecimentos.

Palavras-chave: jornalismo internacional, *The Guardian*, Brasil.

Abstract

International journalism has the role of reporting about other countries and cultures, contributing to the construction of a foreign view of many national aspects. The 2014 World Cup, in its turn, was a rich moment on the formation of images about its host-nation and inhabitants, once the media spotlights were all turned to Brazil. Facing these considerations, this paper focuses on the study of the relation between Brazilians and soccer representations on *The Guardian*, a theme that had an important place on the media coverage of the mega event by the English newspaper. Using Content Analysis, it was verified that the emotionality and soccer as more than a sport are key-factors for the foreign understating about the relation Brazil x soccer. This passionate view, though, does not extend to other subjects reported on the period, suggesting that the editorial attitude may influence the media representations as much as their histories or even own facts.

Key words: international journalism, *The Guardian*, Brazil.

Artigo recebido em: 15/05/2016

Aceito em: 17/06/2016

1 Uma versão deste artigo foi publicada na X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã UNESP | FAAC | Bauru-SP | 22-24 de abril de 2015

2 Mestre em Comunicação Social pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). E-mail: mcarol.srvieira@gmail.com.

3 Professor Doutor do departamento de Ciências Humanas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UNESP - Campus de Bauru. E-mail: maxvicente@faac.unesp.br.

Jornalismo internacional: particularidades e capacidade de representação

Ao buscar analisar as imagens construídas sobre determinado tema, país ou grupo de pessoas pela mídia, seja por um veículo impresso, audiovisual, local ou internacional, é difícil não tomar como ponto de partida a questão do poder cultural que ela toma para si. Thompson (p. 42, 2005) usa o termo “poder simbólico” para se referir à capacidade de intervir no curso de acontecimentos, influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas. Entre os detentores deste poder, estariam as instituições midiáticas, que “se orientam para a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas no espaço e no tempo” (THOMPSON, p. 43, 2005). Restringindo-nos à editoria internacional, esta capacidade não seria diferente, o que levou à sua escolha para objeto de estudo deste trabalho – no caso, a do jornal inglês *The Guardian*.

Além de se manter como uma editoria importante no quadro geral dos veículos de comunicação, muito pelo fato de que “publicar notícias sobre outros países sempre foi associado a prestígio para o veículo jornalístico que as divulgasse” (LINS DA SILVA, 2011, p. 25), o jornalismo internacional carrega a função de reportar diferentes culturas de diferentes países a um leitorado local. Dessa forma, constrói mais frequentemente representações sobre tais países e sua população, que acabam sendo levados para fora de suas fronteiras, muitas vezes sem o filtro do olhar local. O “filtro”, ou a solução para este dilema de choque entre realidades, se faz presente pela atuação do correspondente internacional. O correspondente, “jornalista sediado em um país que não o seu de origem com a missão remunerada de reportar fatos e características dessa sociedade em que vive para a audiência da sua nação materna por meio de um veículo de comunicação” (LINS DA SILVA, 2011, p. 15), é por muitos considerado um orientador cultural:

É muito comum que ele se ache não apenas a elite da elite, mas também um guia das massas, influência fundamental no processo de decisões políticas, orientador cultural de seu público, formador de opiniões a respeito do país de que reporta. Provavelmente ele é muito menos do que se imagina, embora naturalmente um pouco disso tudo a maioria realmente seja. (LINS DA SILVA, 2011, p. 118)

Além de carregar esta responsabilidade, o correspondente também não fica ileso às restrições financeiras das empresas midiáticas, que atualmente reduzem ao máximo os repórteres *in loco*, optando por conteúdos produzidos por colaboradores locais ou via internet, devido, claro, às vantagens econômicas. Esta é apenas uma das mudanças que vêm ocorrendo no jornalismo internacional pela influência dos cortes de orçamento – oriundas da adaptação à realidade mercadológica – e pelas novas funções atribuídas a seus repórteres – já que, muitas vezes, é um único correspon-

dente internacional que precisa dar conta de todo o trabalho. Ainda assim, ao menos uma característica permanece praticamente intacta: sua gigantesca guilhotina da notícia. É a maneira de Natali (2004, p. 10) de dizer que nenhuma outra editoria precisa utilizar critérios tão refinados e qualificados de seleção. Tal afirmação nos leva, então, à teoria do *gatekeeper*, para a qual o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, ‘portões’ (TRAQUINA, 2005, p. 150), sendo tais portões as áreas de decisão nas quais o jornalista escolhe se a informação é ou não notícia. Porém, ao contrário do que o autor acredita ser um processo subjetivo e arbitrário, baseado em um conjunto de experiências, atitudes e expectativas do próprio *gatekeeper*, o jornalismo internacional segue um mínimo de padrão quando se refere aos valores-notícia, que seriam “qualidades atribuídas, pelo jornalista, ao acontecimento, que permitem que o fato seja incluído na lista dos noticiáveis” (MURAD, 2002, p. 4).

O primeiro fator a se considerar é o leitorado desta editoria. Natali (2004) afirma que ele faz parte de um segmento minoritário, metropolitano e mais bem informado do público, o que conseqüentemente o faz mais exigente. Lins da Silva (2011) complementa ao dizer que, embora não seja massivo, este leitorado, em grande parte, determina os rumos da sociedade. Outro fator específico a ser ressaltado é a acessibilidade, tanto geográfica quanto editorial, à notícia. Já partindo para os valores-notícia clássicos do jornalismo, é presumível que eles também estejam presentes na editoria internacional. Critérios de noticiabilidade como importância, interesse, brevidade, qualidade da história, uma composição equilibrada do noticiário, material visual disponível, exclusividade, entre outros listados por Murad (2002, p. 5) são acompanhados por fatores que chegam com destaque nos dias de hoje, por exemplo, a atualidade, trazida pelo aumento da velocidade provinda das tecnologias digitais, e a frequência, que se caracteriza pela atualização constante das informações, a fim de “promover sua audiência por meio de uma continuidade da cobertura informativa” (MURAD, 2002 p. 6).

O brasileiro na mídia estrangeira

O Brasil, como terra “descoberta”, sempre teve os relatos estrangeiros como parte da sua narrativa histórica. Primeiro para reportar sobre esse longínquo, extenso e abundante território, como já falou Pero Vaz de Caminha no primeiro documento oficial sobre o país; depois, para construir seu autossenso de identidade. Rasia (2011) cita a importância do olhar estrangeiro na construção do que entendemos como “nós”. Para ele, o olhar estrangeiro colabora “para denegrir ou mesmo mitificar a imagem da identidade e o olhar do nativo sobre si, incidindo a construção de olhares internos” (RASIA, 2011). Assim, mais do que apenas propagar certos vieses sobre o Brasil (ou qualquer nação que seja) no exterior, esta visão “de fora” tem o poder de

influenciar também a imagem que o próprio país tem de si mesmo.

Utilizando estas visões externas como parâmetro de comparação, intelectuais “nativos”, por sua vez, também se debruçaram no estudo e na busca de uma identidade nacional, relacionando-a ora à miscigenação, ora ao jeitinho e outros aspectos da sociedade, dependendo do momento ideológico em que a pesquisa se encontrava. Estas conclusões nacionais, por último, também chegam às formas contemporâneas de relatos estrangeiros em massa: a mídia internacional. Formando um círculo contínuo de influências, fica clara a relação mútua entre as visões estrangeiras sobre o país e seus habitantes e as que partem do próprio território brasileiro.

Assim, desde que as fontes primordiais para a construção da visão sobre o Brasil foram passando pela sutil transição entre viajantes e colonizadores externos para estudiosos e grupos de interesse nacionais, podemos considerar que o resultado final – e ainda que vive em uma mudança constante – é uma mescla de ambas. Brasil (2012) aponta que, dos relatos estrangeiros, o que predomina ainda hoje é uma imagem associada à grandeza de território, à abundância da vida selvagem e à sensualidade do povo como dotes naturais, enquanto que, como dotes adquiridos, destacam-se “o desenvolvimento da vida urbana, malandragem, jeito brasileiro, indolência, musicalidade e cordialidade – isso não sendo apenas pensamento do estrangeiro, mas uma visão projetada pelos brasileiros” (BRASIL, 2012, p. 778). A mídia, não estando livre de representações consolidadas anteriormente, muitas vezes se baseia nestes conceitos para construir suas próprias interpretações sobre o Brasil e os brasileiros.

Brasil (2012) ao estudar as rotinas profissionais dos correspondentes, constata que grande parte do que é visto nos veículos de comunicação internacionais sobre o nosso país condiz com as imagens pré-concebidas oriundas desde o nascimento da nação. Para ele, temas como questões ambientais, redução da pobreza e das desigualdades, além da posição brasileira na política internacional serão sempre manchetes no exterior (BRASIL, 2012, p. 185). Suas considerações vão ao encontro dos resultados obtidos por Paganotti (2007), que, ao estudar imagens e estereótipos do Brasil em reportagens de correspondentes internacionais, observou que 86,5% das notícias e matérias analisadas simplesmente reproduziam imagens já construídas sobre o país, enquanto somente 13,5% a transformavam.

Já características negativas relacionadas ao Brasil não são novidade nos estudos sobre a imagem do país na mídia estrangeira. Dota (2010) verificou, em matérias publicadas no americano *The New York Times* no período de janeiro a junho de 2004, que uma imagem desfavorável do país – que envolveu, principalmente, conflitos de terra, rebeliões em prisões, favela e pobreza – é resultado não só da realidade em si, mas do enfoque do veículo nestes temas em especial:

A seleção de temas enfocados pelo *New York Times* remete a uma visão de mundo que não lhe permite enfatizar, ao lado de problemas, as iniciativas

tomadas por autoridades e pela população brasileiras, no momento enfocado, no sentido de minimizar as dificuldades no campo social, muitas delas decorrentes de problemas econômicos fora do âmbito de decisão do país. (DOTA, 2010, p. 403).

Dalpiaz (2013) é outra pesquisadora que estuda as representações do Brasil na mídia internacional, tomando o *The Guardian* como foco de análise. Ela usou 65 reportagens publicadas na versão on-line do jornal e produzidas pelo correspondente Tom Philips durante o ano de 2011, além dos comentários de leitores, para estudar de que modo o país tem sido representado fora de seu território. A autora verificou que, centrado em um olhar britânico, o posicionamento editorial é conflitante entre uma nação com potencial emergente contra a ideia tradicional de um país cheio de problemas, que, por fim, acaba sobressaindo. Para ela, a identidade construída pelos britânicos é “mais próxima à ideia de complexidade sociocultural da nação brasileira; é o território, a desigualdade social e a diversidade cultural do país que mais saltam à vista”. (DALPIAZ, 2013, p. 182).

Por fim, mais especificamente sobre a representação dos brasileiros no papel de torcedores e amantes de futebol, Gastaldo (2000), ao pesquisar as imagens destes nas publicidades – que, embora não possam ser consideradas jornalismo, contribui para a construção do imaginário internacional sobre determinados temas – da Copa do Mundo, verificou que frequentemente este é trazido como um povo constituído por “gente jovem, sorridente e bonita, com roupas variadas em tons de verde, azul e amarelo (a propósito, neste povo, quase todos são brancos)” (GASTALDO, 2000, p. 341). Outro ponto de destaque seria “uma lógica que apregoa uma espécie de unificação nacional pelo futebol. A união em torno do esporte superaria, segundo esta lógica, as diferenças de gênero, raça e estratificação social. Faria de todos os brasileiros “um só coração” (GASTALDO, 2000, p. 342).

O jornal *The Guardian*

No cenário do jornalismo inglês, é possível distinguir alguns tipos de publicações impressas, em especial as consideradas tabloides – mais sensacionalistas e populares – e de referência – com maior peso jornalístico e qualidade. De acordo com a classificação de Dalpiaz (2013), o *The Guardian* encaixa-se no segundo tipo, podendo ainda ser chamado de *quality newspaper* (jornal de qualidade), devido à “quantidade de reportagens sobre política e economia, com qualidade de análise e opinião editorial, que abordam ainda educação, artes e pautas em discussão” (DALPIAZ, 2013, p. 96). Molina (2007), vai além da Inglaterra e coloca o *The Guardian* entre os maiores jornais do mundo. Este posto é conquistado por uma soma de fatores, desde a relevância atual até a importância histórica, a influência – normalmente, maior do que o próprio lucro – na formação da esfera pública e pelo jornal se constituir de um

“repertório de informações que, muitas vezes, os historiadores recorrerão a seus arquivos (hoje, vários já são digitalizados) para fazer pesquisas” (MOLINA, 2007, p. 12).

O *The Guardian* foi fundado em 1821, em Manchester, na Inglaterra, e desde suas origens carrega uma tendência à defesa dos valores liberais. Sua história mostra que, muitas vezes, ele foi capaz de colocar seus ideais acima de qualquer questão mercadológica ou de descontentamento do público com suas escolhas jornalísticas, consolidando “seu prestígio como um jornal que arriscava a sobrevivência para manter os princípios” (MOLINA, 2007, p. 356). Uma frase célebre e que reflete os ideais do *The Guardian* é creditada ao editor do jornal por 57 anos, CP Scott, que diz: “o comentário é livre, mas os fatos são sagrados. A voz dos oponentes, não menos do que a dos amigos, tem o direito de ser ouvida”. Assim, o *The Guardian* é, inclusive, muitas vezes visto como um “jornal das minorias”, rótulo que, segundo Molina (2007), estaria se desfazendo gradualmente para focar no leitor comum.

Transformações recentes acabam surgindo para adaptar a publicação aos novos leitores e aos tempos da internet, mudança que tem se provado eficiente, já que “sua edição on-line é a mais visitada entre os jornais ingleses (...) e é considerado o melhor jornal eletrônico do mundo, melhor do que o do *The New York Times* e *The Washington Post*” (MOLINA, 2007, p. 370). Os investimentos na sua plataforma on-line são decorrentes da queda das vendas do impresso – nos meses de junho e julho de 2014, período que esta pesquisa abrange, a circulação da publicação ficou na média de 183 mil exemplares diários, segundo dados da ABC – e de um esforço em ser um jornal que ultrapasse as fronteiras da Inglaterra, atendendo a um público cada vez mais internacional.

Esta tendência atual pode ser considerada reflexo de uma forte tradição no jornalismo internacional no *The Guardian*, onde “os assuntos internacionais, inclusive a América Latina e sua luta pela independência, receberam, desde o início, uma boa cobertura” (MOLINA, 2007, p. 351). Focando no Brasil e em tempos mais próximos, o *The Guardian* mantém correspondentes na região desde a década de 90. Hoje, o correspondente internacional da América Latina do *The Guardian* é o jornalista Jonathan Watts. Ele encontra-se sediado no Rio de Janeiro, Brasil, e é o único correspondente fixo do jornal em todo o território latino-americano. Para a cobertura da Copa do Mundo 2014, no entanto, o *The Guardian*, obviamente, mobilizou mais profissionais além de Watts. Foram listados 20 autores diferentes a escreverem sobre o Brasil ou os brasileiros no período estudado, entre eles jornalistas que publicavam seus textos da Inglaterra, correspondentes e enviados especiais que escreviam direto do Brasil, convidados – tanto ingleses quanto estrangeiros – e *freelancers*, além de matérias assinadas pelo *Staff* (o que poderíamos chamar de “direto da redação”) ou por agências de notícias. Além disso, pelo menos uma jornalista, Hadley Freeman, foi declaradamente deslocada para produzir material que fugisse da cobertura do evento esportivo em si.

Metodologia e corpus de pesquisa

Williams (1992), ao falar sobre métodos para o estudo de cultura, cita a análise de conteúdo – a qual chama de técnica de observação sistemática – como uma das mais adequadas para este tipo de pesquisa. Seguindo os argumentos do autor, a escolha de tal método de análise para este trabalho deve-se à sua capacidade de gerar dados quantitativos acerca de um problema de pesquisa, em especial um que conta com uma vasta quantidade de material, ao mesmo tempo em que possibilita a posterior interpretação dos resultados, baseada no contexto em que eles estão inseridos. Bardin (1977) afirma que a análise de conteúdo “oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade” (BARDIN, 1977, p. 9), caracterizando-a como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42).

Desta forma, com o objetivo de estudar as representações sobre o Brasil no *The Guardian* durante a realização da Copa do Mundo 2014, um megaevento esportivo, a Análise de Conteúdo foi considerada a metodologia mais adequada. Como ela propõe, em um primeiro momento foi realizada uma leitura flutuante de todas as matérias publicadas na versão impressa do jornal (acessadas no endereço on-line www.theguardian.com, no qual o jornal impresso é disponibilizado na íntegra e gratuitamente) no período entre os dias 29 de maio de 2014 – duas semanas antes do início da Copa do Mundo – e 20 de julho de 2014 – uma semana após o encerramento da Copa do Mundo – que tivessem alguma menção sobre o Brasil, chegando a um número de 168 textos. Deste total inicial, porém, foram consideradas apenas as matérias que não apenas mencionam, mas têm como tema principal o Brasil e/ou os brasileiros, excluindo-se também aquelas que mantêm foco no relato e resultado de jogos, discussões sobre escolhas e preparação técnicas da seleção nacional ou resenha dos shows de abertura e encerramento. Levando estes fatos em conta, o *corpus* de pesquisa ficou constituído por 53 matérias.

Com o intuito de tornar a pesquisa mais dinâmica e seguindo as propostas da Análise de Conteúdo em trabalhar com categorias, as 53 matérias foram divididas em cinco, de acordo com seu tema principal. As categorias, em ordem numérica decrescente de matérias, constituíram-se das seguintes: 1- Relação do Brasil e brasileiros com o futebol, 2- Aspectos culturais, 3- Aspectos sociais, 4- Impressões sobre a Copa e 5- Aspectos políticos. A primeira e maior delas é formada por 17 reportagens, o que resulta em 32.07% do total: considerando sua importância, este artigo é dedicado a

trazer as análises sobre as representações da relação do Brasil e dos brasileiros com o futebol, que, por sua vez, fizeram parte de uma dissertação mais ampla que visava o estudo das representações gerais do Brasil no *The Guardian*. Assim, as 17 matérias que fazem parte do *corpus* de pesquisa deste trabalho seguem descritas no quadro abaixo:

Quadro 1 - Matérias constituintes do corpus de pesquisa

DATA	MANCHETE	DESCRIÇÃO
31/5	Brasil: o mundo aos seus pés	Relação Brasil e brasileiros com o futebol por meio de histórias de locais
31/5	Brasil 2014: o que a Copa do Mundo significa para nós	Depoimentos de locais sobre futebol
28/6	Copa do Mundo 2014: um carnaval colorido de futebol que poderia ser o melhor de todos	Atmosfera e revisão sobre a primeira fase da Copa
28/6	América Latina se deleita em seu momento na Copa do Mundo	Clima latino-americano na Copa do Mundo
28/6	Belo Horizonte segura sua respiração ao passo que Brasil acolhe Chile no confronto dos 16 últimos	Atmosfera na Copa diante do jogo Brasil x Chile das oitavas de final
30/6	Brasil luta para se recuperar da vitória por pênaltis emocionante sob o Chile	Estado emocional dos jogadores brasileiros após jogo contra o Chile
3/7	Paixão, pressão e preces carregando o Brasil nos sete degraus ao céu	Estado emocional dos brasileiros/torcida após jogo contra o Chile
4/7	Time do Brasil da Copa do Mundo chama uma psicóloga depois das lágrimas do jogo contra Chile	Estado emocional dos jogadores e medidas técnicas referentes a isso após jogo contra o Chile
5/7	Brasil coloca fãs através do moinho com a montanha-russa contra Colômbia	Torcida e sua reação ao jogo Brasil x Colômbia nas quartas de final
6/7	Copa do Mundo 2014: um Brasil aturdido chama falta sobre machucado de Neymar	Reação da torcida à lesão/saída da equipe de Neymar e relação passional dos brasileiros com o futebol
6/7	Entrevista de Neymar a TV brasileira deixa apresentador e audiência em lágrimas	Reação da torcida à lesão/saída da equipe de Neymar e relação passional dos brasileiros com o futebol
6/7	Reação da mídia: Brasil chora perda de Neymar enquanto Colômbia trilha em "injustiça"	Reação da mídia à lesão e saída da equipe de Neymar
8/7	A visão do Brasil – enquanto eles se preparam para encarar Alemanha na semi-final	Visão geral da torcida e da seleção pré-jogo da semi-final Brasil x Alemanha
9/7	Descrença ao Alemanha quebrar o coração do anfitrião Brasil em derrota por 7 a 1	Reação dos brasileiros à derrota por 7x1 contra a Alemanha
10/7	A noite em que um jogo de futebol no Brasil alcançou as alturas de um teatro trágico	Crônica sobre a derrota por 7x1 contra a Alemanha
10/7	Brasil é misto de motim e luto após "maior vergonha da história"	Atmosfera do país e da torcida após a derrota por 7x1 contra a Alemanha
13/7	Copa do Mundo 2014: Argentina tem Messi e o Papa. Pode o rival Brasil suportar ver levantar a Copa do Mundo também?	Rivalidade entre Brasil e Argentina

Com o corpus de trabalho definido e para saber as representações sobre a relação dos brasileiros com o futebol, foram levantadas unidades de registro referentes ao tema, ou seja, “unidades de significação a codificar e que correspondem ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base” (BARDIN, 1977, p. 104), que podem ser palavras, expressões, temas ou frases, por exemplo. Enumerando-as de

acordo com sua aparição e ocasional frequência, com o cuidado de relacioná-las a um subtema quando há a necessidade, é possível, portanto, visualizar as percepções do veículo inglês no momento da realização da Copa do Mundo sobre este assunto específico.

A relação do Brasil e dos brasileiros com o futebol no The Guardian

Além de ser a categoria que contém o maior número de matérias dentre as cinco propostas inicialmente, é também a segunda em quantidade de unidades de registro, sendo assim, numericamente, uma das mais expressivas. A relação do Brasil e dos brasileiros com o futebol sempre fez parte do imaginário internacional referente ao país, com típicas expressões como “nação do futebol”, e durante a realização da Copa do Mundo é natural que esta representação retornasse com destaque. Diferentemente de outras categorias (como Aspectos sociais ou Aspectos culturais), os subtemas encontrados dentro do próprio tema variaram pouco, sendo divididos em três classificações com porcentagens relativamente bem distribuídas:

Tabela 1 - Unidades de registro referentes à relação do brasil e dos brasileiros com o futebol

	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
Quanto ao estado emocional dos jogadores	31	39,75%
Quanto à torcida	26	33,33%
Quanto à relação Brasil/brasileiros com o futebol	21	26,92%
TOTAL	78	100%

A frequência de palavras e expressões veiculadas sobre o estado emocional dos jogadores brasileiros começa a ganhar força a partir do jogo das oitavas de final contra o Chile, decidido nos pênaltis no dia 28 de junho, em Belo Horizonte. Depois dele, os episódios do machucado nas quartas de final contra a Colômbia e consequente saída do jogador Neymar da seleção (no dia 4 de julho, em Fortaleza), além da derrota por 7x1 contra a Alemanha nas semifinais (no dia 8 de julho, em Belo Horizonte), também evocaram a ideia de um time instável e frágil emocionalmente, como é possível ver na relação da tabela 2. A imagem que o *The Guardian* faz da torcida condiz com a da seleção, já que ela é retratada como emocional, seja diante da tristeza de uma derrota, seja devido à paixão pelo esporte. Quanto à relação do Brasil e dos brasileiros com o futebol propriamente dita, existe a premissa de que, no país, o futebol significa mais do que um mero esporte, trazendo consequências nos ânimos da torcida e da população ou funcionando como fator de unificação e até salvação. A seguir, encontra-se a tabela com todas as unidades de registro consideradas:

Tabela 2 - Unidades de registro referentes à relação do Brasil e dos brasileiros com o futebol

	UNIDADE DE REGISTRO	QUANTIDADE
Quanto ao estado emocional dos jogadores	estavam em lágrimas/esfregou seus olhos como se pertencesse aos céus/lágrimas e traumas/chorando um sinal de fragilidade/time choroso/jogadores-chave aos soluços/reduziu-se a lágrimas/lágrimas e preces em todos os lugares/sofrendo em campo/drama implacável	13
	time emocional/jogadores emocionais/conflito emocional/energia emocional/colapso emocional/fragilidade emocional/crítica difundida quanto às demonstrações emocionais	9
	ligados em um coquetel de nervos, frustração e embriaguez/seguraram os nervos/escancarados ao admitir inseguranças/sob muita pressão/pareciam despedaçados/falta de preparo mental/muito nervoso pra bater um pênalti	7
	necessidade de deixar as cabeças deles limpas	1
	loucura coletiva	1
Quanto à torcida	primeiro havia desânimo, depois descrédito, depois horror/primeiro lágrimas, xingamentos e, finalmente, desânimo/muitos fãs abatidos vagaram pra casa no intervalo/pesar/silêncio caiu sob o estádio/faces angustiadas e corpos torturados/miséria e humilhação prevaleceram sob raiva e recriminação/sua face uma máscara de lamentação/liberando seu pesar numa noite escura e encoberta/senso de agouro ao invés de celebração/gesto de rendição/ficaram entre o motim e um pesar resignado/ansiedade, desalento e ocasional esperança/simpatia de coração partido	14
	devotados ao jogo/fãs apaixonados/fervor incomparável/loucos por futebol/fervor entre os torcedores locais/apoio exausto/movidos pelos mesmos objetivos – às vezes ganhar, mas, acima de tudo, torcer	7
	juízes já foram mortos por fãs irados/violência se espalha pelas arquibancadas e pelo gramado/multidões raivosas queimaram uma bandeira brasileira	3
	fãs hipercríticos	1
	assalto dos sentidos	1

Quanto à relação Brasil/brasileiros com o futebol	única forma que descobriram de tirar as crianças das drogas/violência seria pior sem o futebol/major instrumento de integração/serve para distrair, unificar e encobrir problemas maiores	4
	jogo que significa mais para o Brasil do que para qualquer outro país/apreciação mais elevada pelo futebol/todo mundo aqui fica um pouco histórico quando o Brasil está envolvido	3
	homens choraram sem vergonha/movendo além do esporte em um reino estranhamente psicológico de sofrimento e luto/a profundidade da dor que este jogo de futebol parece ter liberado	3
	superstição é uma parte massiva do futebol brasileiro/apoiam-se em crenças espirituais em ordem de lidar com isso	2
	histórias de sacrifícios imensos pelo futebol/fãs dirigiram milhares de milhas para acampar nas praias	2
	maior vergonha da história/pesadelo final	2
	parece ter martelado não só algum orgulho esportista, mas no próprio senso de quem são e sobre o que a vida é	1
	alguns bares fecharam mais cedo com medo que o mau humor levasse a brigas	1
	parece sempre haver uma tela exibindo um jogo ao vivo	1
	mesmo com a paixão que muitos expressam pelo jogo, é surpreendentemente difícil encontrar pessoas jogando	1
	imagem mundial do futebol-samba feliz	1
TOTAL		78

Embora o retrato do estado emocional dos jogadores da seleção não seja uma abordagem direta do Brasil, optou-se por incluí-lo na pesquisa ao observar que sua representação reflete a própria representação dos brasileiros quanto torcedores de futebol. A grande maioria das 31 unidades de registro, senão todas, que falam do assunto denotam jogadores que “caem em lágrimas”, vivem um “colapso emocional”, mostram-se frágeis, despreparados, nervosos e inseguros e que chegam a recorrer às preces para se acalmar. Mais do que profissionais do esporte, os jogadores da seleção são humanizados e, acima de tudo, brasileiros que sofrem.

A torcida brasileira, por sua vez, também é altamente descrita por meio de seus sentimentos e reações emotivas diante do futebol. O maior conjunto das palavras e expressões – 14 no total – são exclusivamente sobre a derrota por 7x1 da Alemanha, que gerou um caldeirão de emoções negativas na torcida, indo de angústia, desânimo e pesar a “miséria e humilhação que prevaleceram sob raiva e recriminação”. Tirando o ocorrido fora da rotina, a torcida, no geral, é retratada como um grupo de “fãs apaixonados” e “devotados ao jogo”, com o fator de união que é torcer pelo time nacional. Com três menções, a violência nos estádios e a ira que as emoções exacerbadas podem gerar também apareceram.

A representação de um Brasil em que a emoção prevalece sobre a razão con-

tinua nas unidades de registro sobre a relação do país e dos seus habitantes com o futebol: seria a única ocasião em que “homens choram sem vergonha” ou que a expressão de dor está liberada; a superstição é trazida como recurso de sorte; a reação a uma derrota é tão profunda que é comparada à “maior vergonha da história”, na qual o próprio orgulho do brasileiro é ferido. Além disso, a máxima de que o futebol é um “jogo que significa mais para o Brasil do que para qualquer outro país” é reforçada com afirmações como ele ser a única forma de tirar as crianças da droga, que a violência seria pior sem sua presença, que todos os brasileiros ficam um pouco fanáticos quando o futebol está envolvido ou que muitos estão dispostos a sacrifícios (por exemplo, “dirigir milhares de milhas para acampar na praia”) em nome do amor a este esporte. Por último, o jornal ainda menciona que, apesar de ser o país do futebol, onde sempre há uma tela de tevê ligada em um jogo, é difícil encontrar pessoas praticando o esporte, o que dá a entender que a verdadeira paixão do brasileiro é torcer.

Fazendo ligações com as outras categorias de análise (Aspectos culturais, Aspectos políticos, Aspectos sociais e Impressões sobre a Copa, as quais não têm suas análises esmiuçadas neste artigo) – nota-se que as duas categorias que têm como eixo temático o futebol na realidade brasileira – Relação do Brasil e dos brasileiros com o futebol e Impressões sobre a Copa – foram as que mais se deixaram levar pelo “emocional”, ou seja, trazem certas interpretações subjetivas em detrimento de fatos ou dados. O jornal muitas vezes se encontra como torcedor e destaca o que conseguiu captar dos ânimos da torcida, dos jogadores e dos brasileiros em geral em referência ao futebol e a atuação da seleção na Copa do Mundo 2014, apoiando-se mais em relatos e entrevistas com brasileiros do que em fontes oficiais ou números e dados concretos. Enquanto os aspectos culturais, políticos e sociais, ainda que possam ser sujeitos de análises interpretativas e críticas com ângulos determinados, permanecem com certo distanciamento da realidade do país, as últimas duas categorias mergulham em uma proximidade com os acontecimentos que gera, justamente, a sensação de que a neutralidade jornalística passa a ser sensitiva ao ânimo e à atmosfera sobre quem reporta.

Considerações

Levando em conta as particularidades do jornalismo internacional e do período de realização de um megaevento esportivo, assim como do próprio histórico das imagens estrangeiras sobre o Brasil e seus habitantes, este trabalho propôs a análise das representações da relação dos brasileiros com o futebol na cobertura da Copa do Mundo 2014, feita pelo jornal inglês *The Guardian*. Este aspecto veio à tona como um dos mais reportados no período a partir da divisão do *corpus* de pesquisa em categorias, na qual o tema estudado foi o mais expressivo numericamente. Desta forma, quantitativamente, a relação dos brasileiros com o futebol permanece como um

destaque considerável na mídia internacional, ainda mais em um momento em que o esporte em questão está em voga.

Qualitativamente, pode-se inferir que a representação dominante dos jogadores da seleção, envoltos de uma fragilidade emocional que chegou a prejudicar o desempenho em campo, é um substrato da própria representação da população brasileira diante do futebol. Para o *The Guardian*, o brasileiro, como torcedor ou cidadão, é aquele que sofre por seu time e tem uma relação passional com ele. A relação dos brasileiros com este esporte é sempre dominada pela emoção em detrimento da razão: ele faz chorar, rir, se decepcionar, viver e também faz mudar os rumos do próprio país. Por essas associações, uma das representações que mais se destacou no jornal inglês é de que, no Brasil, o futebol significa mais do que um mero esporte. Além de aparecer como algo que mexe com o emocional dos brasileiros, ele é apontado como fator de salvação e união nacional. Nas próprias palavras do *The Guardian*, ele “serve para distrair, unificar e encobrir problemas maiores”.

No entanto, é importante mencionar que esta representação que pende para o emocional não é fruto somente da já histórica paixão dos brasileiros pelo futebol e, sim, também da própria postura editorial do *The Guardian*. Ao comparar a cobertura do veículo inglês deste tema aos outros mais reportados no período (sendo eles, em ordem decrescente de importância, Aspectos culturais, Aspectos sociais, Impressões sobre a Copa e Aspectos políticos), notou-se que, neste caso, o jornal demonstra uma tendência muito maior em relevar os acontecimentos sociais ou políticos por detrás do “jogo bonito”. Isso não acontece nas outras categorias, que priorizaram uma cobertura diversificada que, embora algumas vezes tenha caído na repetição de imagens já recorrentes sobre o Brasil, também trouxeram olhares diferenciados sobre o país. É como se, ao se aproximar demais do futebol, o *The Guardian* “torcedor” entrasse em cena, deixando-se levar pelo clima da Copa do Mundo e, por um momento, esquecendo-se dos cenários ao redor. Os resultados, assim, também levam a crer que um megaevento esportivo nos portes da Copa do Mundo possui certa potencialidade de intensificar a veiculação de temas nacionais em mídias estrangeiras, mas não só isso: possui também a capacidade de os ofuscar em prol da cobertura esportiva.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977

BRASIL, Antonio. A construção da imagem do Brasil no exterior: um estudo sobre as rotinas profissionais dos correspondentes internacionais. In: **FAMECOS**, Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 775-794, 2012

DALPIAZ, Jamile Gamba. **Representações do Brasil na imprensa britânica: uma**

análise cultural do jornal The Guardian. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013

DOTA, M. I. M. A imagem do Brasil no discurso do New York Times. In: **Signo y Pensamiento**, v. XXIX, p. 388-404, 2010

GASTALDO, Édison Luis. **A nação e o anúncio**: a representação do “brasileiro” na publicidade da copa do mundo. 2000. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Correspondente internacional**. Editora Contexto, 2011

MOLINA, Matías M. **Os melhores jornais do mundo**. Uma visão da imprensa internacional. São Paulo: Globo, 2007

MURAD, Angèle. Os valores-notícia na imprensa oligopolizada e multimídia: olhares a partir do newsmaking. In: **XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação**. Salvador, 2002

NATALI, João Batista. **Jornalismo internacional**. Editora Contexto, 2004

PAGANOTTI, Ivan. Imagens e estereótipos do Brasil em reportagens de correspondentes internacionais. In: **Revista Rumores**, v. 1, n. 1, 2007

RASIA, Régis Orlando. E quando o “outro somos nós”? O estereótipo do Brasil e do brasileiro no audiovisual. **Revista Universitária do Audiovisual**, v. 1. 2011

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2005

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.