

Copa do Mundo 2014: o dualismo nas páginas da revista *Época*¹

Gabriel de Lima Alves CORTEZ²
José Carlos MARQUES³

UNESP – Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

Resumo

O presente artigo mostra como o jornalismo de revista nacional contribui para a construção (e a reafirmação) de determinados discursos sobre a cultura brasileira e a identidade nacional. No caso, a análise recairá sobre textos jornalísticos relacionados à preparação do Brasil para a Copa do Mundo de Futebol 2014⁴, publicados em duas edições da revista *Época* de antes do início do torneio. A partir de uma concepção intercultural de sociedade e de fundamentos da Análise do Discurso (AD Francesa), mostrar-se-á como *Época* repercute a noção de brasilidade em seus textos a respeito da organização e da expectativa do país para o megaevento e indicar-se-á a influência da ideologia na produção discursiva desses textos. Ademais, indicar-se-ão algumas noções de brasilidade construídas pelos principais nomes da historiografia nacional do século XX - muitas das quais revivem no jornalismo atual.

Palavras-chave

Identidade nacional; brasilidade; Revista *Época*; Análise do Discurso; Copa do Mundo de futebol de 2014.

Introdução

É impossível 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 dessa ideia do português Nelson Traquina que se inicia a reflexão proposta pelo presente artigo: 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

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Foz do Iguaçu, de 02 a 05 de setembro de 2014.

² Graduando em Comunicação Social Jornalismo na Universidade Estadual Paulista (UNESP) e bolsista PIBIC CNPq. E-mail: gabriel.lacortez@hotmail.com.

³ Doutor em Ciências da Comunicação (Habilitação Jornalismo) pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). 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@faac.unesp.br.

⁴ Este artigo foi concluído em julho de 2014, durante a realização do evento.

interpretações a respeito da identidade e da cultura de um povo - e, desta maneira, produz (e reproduz) identidades culturais e sociais. Neste sentido, assim como o historiador, o sociólogo e o antropólogo, o jornalista trabalha para compreender e mediar a realidade e trazer para o leitor uma compreensão e uma interpretação da “teia de significados” que é a cultura das sociedades - adotando uma perspectiva semiótica e weberiana para o conceito de cultura, baseada no pensamento de Clifford Geertz, em *“A Interpretação das Culturas”* (GEERTZ: 1978, p. 15).

É, no entanto, difícil – para ambos os interpretadores, sejam eles jornalistas, historiadores, antropólogos ou sociólogos – fugir do objetivismo da descrição ou do subjetivismo da análise, como destaca Geertz. Além disso, no caso dos jornalistas, os interesses corporativos e a ideologia empresarial predominantes nos grandes conglomerados midiáticos contemporâneos têm atuado como fatores de transformação desses discursos (TRAQUINA: 2004, p. 29) e, conseqüentemente, das identidades produzidas (ou reforçadas) pelas publicações desses veículos. E essa característica da imprensa se acentua em uma sociedade intercultural como a brasileira, na qual as desigualdades econômicas e culturais estabelecem situações de tensão social e de negociação de conflitos culturais (muitas vezes ocultas ou imperceptíveis para determinados grupos). É neste ponto, então, que os contextos ideológicos ganham notoriedade e a ideologia se entrelaça ao discurso jornalístico.

Todavia, para que se identifique essa influência ideológica na produção discursiva da imprensa é necessário que se tenha uma espécie de “treinamento” do olhar. Foi pensando nessa lacuna entre a linguagem e a ideologia – na qual se coloca o discurso – que a Análise do Discurso (AD) surgiu, entre as décadas de 1960 e 1970, na França, como uma metodologia de análise textual. No livro *“Introdução à análise do discurso”*, Helena Nagamine Brandão traça um panorama inicial às teorias e aos conceitos que fundamentam essa corrente linguística e mostra os pontos fundamentais e originários da AD Francesa (como também é conhecida). Um desses pontos, como destaca Brandão, é o fato de a linguagem enquanto discurso funcionar como um modo de interação social e de produção de sentido não neutra e não inocente (que está, sempre, engajada em uma intencionalidade), sendo muito mais do que um universo de signos, um instrumento de comunicação, ou um simples suporte do pensamento. Nas palavras da autora, a linguagem é:

[...] o lugar privilegiado da manifestação da ideologia. [...] Como elemento de mediação necessária entre o homem e sua realidade e como forma de

engajá-lo na própria realidade, a linguagem é lugar de conflito, de confronto ideológico, não podendo ser estudada fora da sociedade, uma vez que os processos que a constituem são histórico-sociais. (BRANDÃO: s/d, p. 12)

Nesta perspectiva, o discurso deve ser compreendido como algo que ultrapassa o nível puramente gramatical e linguístico, como destaca Brandão citando o trabalho de Mainguineau (2004):

A etapa discursiva apoia-se sobre a gramática da língua (o fonema, a palavra, a frase), mas nela, é importante levar em conta também (e sobretudo) os interlocutores (com suas crenças, valores, e ideologias) e a situação (lugar e tempo geográfico, histórico) em que o discurso é produzido. (BRANDÃO: 2014, p. 2)

Além disso, é importante destacar que “todo discurso se constrói numa rede de outros discursos; em outras palavras, numa rede interdiscursiva” (BRANDÃO: 2014, p. 3). Logo, nenhum discurso é único e singular, mas está em constante interação com os discursos que já foram e estão sendo produzidos:

Nessa relação interdiscursiva (com outros discursos), quer citando, quer comentando, parodiando esses discursos, disputa-se a verdade pela palavra numa relação de aliança, de polêmica ou de oposição. É nesse sentido que se diz que o discurso é uma arena de lutas em que locutores, vozes, falando de posições ideológicas, sociais, culturais diferentes procuram interagir e atuar uns sobre os outros (BRANDÃO: 2014, p. 3).

Deste modo, a linguagem se configura como uma maneira de o homem se perceber em sua própria realidade, sendo um elemento de mediação entre o homem e seu mundo (BRANDÃO: s/d, p. 12). É, então, através da linguagem que se desenrolam os conflitos e as dualidades ideológicas existentes em uma sociedade intercultural como a brasileira – estando incluídos aqui os conflitos e as dualidades produzidas e/ou reforçadas pelo discurso dos veículos de comunicação de massa e, especialmente, dos jornalistas que trabalham nesses veículos; bem como os discursos produzidos por historiadores, antropólogos e sociólogos sobre, por exemplo, a identidade de determinada nação.

Ademais, é importante destacar que, no Brasil, os discursos a respeito de uma noção sobre a identidade nacional sempre foram (e ainda são) bastante marcados por uma dualidade. Em um dia, os brasileiros são os melhores, os mais hospitaleiros, o país do samba, e do carnaval; da malandragem positiva, da ginga, e do futebol “poético”, livre,

improvisado e “acapoeirado” – como propôs Gilberto Freyre, em *Sobrados e Mucambos* (1936). Já na manhã seguinte (quicá na hora ou no minuto seguinte), o Brasil é o país dos desmandos políticos, da desordem, e da corrupção; do jeitinho improvisado, da malandragem negativa, dos atrasos, e da falta de educação do povo nas ruas⁵. Em uma esquina céu, na outra, inferno, em uma relação dialética e intercultural que não nos deixa definir.

Mas, afinal, quem somos? Uma pergunta, aparentemente, ainda sem resposta – e que, por sua complexidade, também não se pretende responder neste artigo. Contudo, desde o início do século XX, uma série de textos de sociólogos, antropólogos, jornalistas, e historiadores brasileiros (como Darcy Ribeiro, Caio Prado Júnior, Sérgio Buarque de Holanda e o já citado Gilberto Freyre, entre outros) vêm tentando explicar e interpretar o Brasil (ou, os “Brasis”) e suas múltiplas identidades culturais e sociais. A ideia de uma sociedade miscigenada e multicultural sempre esteve presente nas teses desses autores (especialmente nas de Freyre e de Ribeiro), assim como a teoria de inferioridade cultural dos povos sul-americanos em relação às nações europeias, proposta por Hegel, no final do século XIX (e “fagocitadas” ou apropriadas por alguns desses intérpretes do Brasil anos mais tarde) – 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).

Assim, as noções do brasileiro sobre sua cultura e sua identidade foram se construindo e, em 2014, no ano em que o Brasil é sede da Copa do Mundo de Futebol pela segunda vez em sua história, chega-se a esse cenário dualista (ou, mesmo, polifônico), em que não se consegue definir uma noção cultural e identitária que seja uníssona e, de fato, nacional – se é que é possível que isso, de fato, ocorra um dia. O que se sabe é que, tanto as proposições de Hegel, quanto as propostas dos historiógrafos brasileiros ainda podem ser percebidas na raiz (ou, mesmo, na “superfície”) dos discursos a respeito da cultura brasileira e de uma noção de identidade nacional - ou das múltiplas noções de identidade nacional. Tanto mídia quanto sociedade civil parecem ter incorporado essas perspectivas. Mas, apesar de a noção de identidade brasileira se apresentar de maneira polifônica e multifacetada (no sentido intercultural do termo), e os discursos jornalísticos acerca dela,

⁵ Em *Raízes do Brasil* (1936), Sérgio Buarque de Holanda já questionava essa noção de cordialidade atribuída ao brasileiro. De acordo com ele, herdou-se, por aqui, uma maneira emotiva de educação e “lhaneza no trato” que não avança para fora do convívio familiar: “Nenhum povo está mais distante dessa noção ritualista da vida do que o brasileiro. Nossa forma ordinária de convívio social é, no fundo, justamente o contrário da polidez.” (HOLANDA: 1995, 146).

também, essas características dualistas podem ser detectadas – especialmente nos textos jornalísticos – através da metodologia proposta pelos estudiosos da AD Francesa.

Diante deste cenário, para que se justifique a aplicação da AD na análise dos textos da revista *Época* sobre a preparação do país para a Copa do Mundo 2014, é válido acrescentar que o futebol é uma importante fonte de identidade nacional e social no Brasil (sobretudo, em períodos de Copa do Mundo). Neste ponto, merecem destaque os estudos de Roberto DaMatta (especialmente em *Universo do futebol* e *Carnavais, malandros e heróis*), nos quais antropólogo brasileiro revê a historiografia clássica sobre a identidade nacional - historiografia que, como já dito, procurou ver na “mestiçagem” uma característica fundamental da construção da brasilidade. Além disso, DaMatta também inaugura noções de identidade nacional e de brasilidade em sua obra e nos mostra que é possível que se descubra, através do futebol, traços significativos da identidade de uma sociedade como a brasileira, que expressa suas características mais profundas (ou mais sutis) em momentos de drama (ou de rito) – como são os casos, por exemplo, dos jogos de futebol, das peças de teatro ou dos desfiles carnavalescos. Deste modo, o antropólogo indica que “o futebol praticado, vivido, discutido e sentido no Brasil seria um modo específico, entre tantos outros, pelo qual a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se, portanto, descobrir” (DAMATTA: 1982, p. 20).

Por isso, considerando que o futebol e a Copa do Mundo são fontes relevantes de identidade nacional no Brasil e que o jornalismo é produtor (e reproduzidor) dessas noções de identidade, o presente artigo pretende mostrar como a revista *Época* opera as noções de identidade nacional e de brasilidade em seus textos sobre a preparação do Brasil para a Copa do Mundo de Futebol 2014, descrevendo quais as construções de brasilidade – em oposição ao olhar estrangeiro – que se fazem presentes no discurso de um veículo representante do jornalismo de revista no Brasil e, além disso, mostrando de que forma os problemas estruturais na organização desse megaevento têm sido relatados em função dos princípios ideológico-editoriais da revista e da noção de brasilidade vigente no país.

Métodos

Com este intuito, acompanharam-se, semanalmente, as reportagens publicadas na revista *Época* desde julho de 2013 (a pesquisa terá seu encerramento com a análise das edições até julho de 2015), coletando e analisando textos e fotos sobre a Copa do Mundo de 2014 em que estiveram expressas – sob o ponto de vista dos jornalistas desse veículo –

algumas das marcas de identidade nacional que produzem as noções de cultura brasileira e que exprimem, de certo modo, o que é o Brasil e o brasileiro – ou o que são os “Brasis” e os brasileiros. Parte-se, aqui, de uma concepção intercultural de análise, de acordo com a qual, as sociedades podem ser descritas como misturas mal ajambradas de culturas conflitantes que ensejam em diferentes relações sociais e identitárias, nas quais se considera 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).

Dessa forma, para detectar essas identidades, o trabalho se baseia nos conceitos de brasilidade já estabelecidos, especialmente durante o século XX, por alguns dos sociólogos, antropólogos e historiadores citados anteriormente e, sobretudo, nas proposições teóricas da Análise do Discurso, que, por si só, já estabelece uma forma própria de reflexão sobre o objeto. Assim, a metodologia utilizada no presente artigo é prioritariamente qualitativa e se apoia na leitura bibliográfica das obras literárias, de textos conceituais, e dos textos do corpus selecionado.

A partir deste cenário, analisar-se-ão os textos jornalísticos de *Época*, publicados em duas edições veiculadas meses antes do início do evento (uma de fevereiro e outra de maio de 2014). A análise voltar-se-á para os discursos textuais e imagéticos produzidos pelos jornalistas do periódico, a fim de detectar se, antes do início da Copa, a revista se posicionava a favor ou contra a realização do megaevento no país, ou se se colocava de maneira dualista, reforçando a ideia de que a Copa traria benefícios para alguns (jogos de futebol, festa e diversão) e malefícios para outros (gastos públicos desnecessários e aprofundamento dos problemas sociais).

Resultados e Discussão

Na edição 818 de *Época* (publicada em 03 de fevereiro de 2014), é possível que se identifiquem algumas das estratégias dos jornalistas da revista para produzir o seu discurso em relação à realização da Copa do Mundo de Futebol 2014 no Brasil. A quatro meses do apito inicial, a revista trouxe, na capa, a imagem de uma *Brazuka* (a bola oficial da Copa 2014) acompanhada por um pavio incandescente (imagem 1).



Figura 1 - Cópia (scanner) da capa da edição 818 de *Época*, feita por Gabriel Cortez, em 17/04/2014.

Nesta imagem, bola e bomba se fundem em uma montagem seguida da manchete “O Risco Copa” (que também dá nome à reportagem de capa da edição, como veremos adiante). Logo abaixo, como um complemento da manchete, a revista apresenta a seguinte frase: “Violência nos protestos, obras pela metade, preços que assustam – os desafios a superar para garantir a festa gloriosa que desejamos.” Aqui, logo de cara, a revista produz uma relação de sentido ambígua e dualista em seu discurso sobre o evento. Isto porque, ao mesmo tempo em que é pessimista e apocalíptica, quando usa as palavras “risco” associada a “Copa”, “violência” associada a “protestos”, e “obras” associada a “pela metade”; é afirmativa e positiva quando supõe que a expectativa de seu leitor em relação à Copa era a de quem desejava uma “festa gloriosa”. Vê-se, então, que os editores da revista se mostram temerários em relação à capacidade do brasileiro de realizar o evento no país com sucesso e, ao mesmo tempo, desconsideram os possíveis leitores contrários à organização do torneio, uma vez que escrevem o verbo “desejamos” (e se incluem na frase de maneira metonímica) como se a revista e seus leitores ansiassem conjuntamente por uma “festa gloriosa”.

É esse, também, evidentemente, o discurso que marca a reportagem de capa da edição, cujo título é “O Risco Copa” (o mesmo da capa) e cuja linha-fina é “Confrontos em protestos, obras pela metade e custos que assustam turistas. O mundial de 2014 enfrenta ameaças graves – e exige um esforço final que garanta uma festa cativante e segura.”. No texto da reportagem, em si, os jornalistas iniciam mostrando a desconfiança apresentada por

membros da FIFA⁶ em relação à capacidade do Brasil – e dos brasileiros – de organizar o evento de maneira satisfatória. Em suas primeiras linhas, os autores da reportagem afirmam que “o suíço Joseph Blatter, presidente da entidade, estava desconfiado desde o início” e, logo em seguida, comparam as frases ditas pelo mandatário no momento do anúncio do país-sede das últimas três Copas do Mundo de Futebol:

‘O Comitê Executivo decidiu, unanimemente, dar a responsabilidade, não apenas o direito, mas a responsabilidade de organizar a Copa de 2014 ao Brasil’. Responsabilidade. A palavra nunca aparecera em anúncios anteriores. ‘A Copa do Mundo de 2010 será organizada na África do Sul’, disse Blatter ao abrir o envelope em maio de 2004. ‘O vencedor é a Alemanha, afirmou, em julho de 2000.

Assim, os autores da reportagem de *Época* tentam provar que o Brasil foi desacreditado pela FIFA desde o primeiro momento, quando do anúncio (em outubro de 2007) de que o país sediaria o evento e, na sequência, mostram que o presidente da entidade continuava insatisfeito com o país, por meio de outra fala de Blatter, de quase sete anos mais tarde (janeiro de 2014): “O Brasil é o país com mais atrasos desde que estou na FIFA.”. E, concordando com a ‘irritação’ do mandatário, os jornalistas de *Época* seguem: “A impaciência parece justificada. Blatter lembrou que o Brasil foi o único a ter sete anos para organizar a Copa do Mundo. A Alemanha e a África do Sul tiveram seis.”. Deste modo, o texto segue em tom pessimista em relação à capacidade do brasileiro fora de campo – discurso que parece um resquício da ideia hegeliana de superioridade europeia em relação às nações sul americanas. A teoria, como se vê, mantém-se nos discursos do jornalismo de revista nacional e se estende não só a uma noção de inferioridade cultural brasileira em relação aos europeus, como propunha Hegel, no final do século XIX; mas também, a uma visão de inferioridade brasileira em relação à cultura de outros países tidos como de “primeiro mundo” nos dias de hoje – casos de Estados Unidos, Japão e Canadá, por exemplo.

Diante disso, logo em seguida, a reportagem de *Época* sugere qual deveria ser o “clima” no Brasil: “A apenas quatro meses do início do Mundial, as cidades brasileiras deveriam estar coloridas com as cores do Mundial. Banners, bandeiras, Brazucas e Fulecos gigantes deveriam já alimentar um clima festivo no país. Em vez disso, o Brasil segue tomado pela dúvida sobre sua capacidade de organizar a Copa de forma satisfatória.”. Aqui,

⁶ Fédération Internationale de Football Association – entidade oficial responsável pela organização mundial do futebol.

mais uma vez, é possível notar que os jornalistas de *Época* apresentam uma visão apocalíptica e aflita em relação ao bom desenvolvimento da Copa do Mundo no país e colocam em cheque as potencialidades dos organizadores em relação à preparação das cidades-sede para o mundial. Mas, ao mesmo tempo, do ponto de vista do evento como festividade, o discurso da revista é o de quem espera que a bola (e, conseqüentemente, a grana) role da melhor maneira possível, com o menor número de impeditivos “não desejáveis” (como, por exemplo, os protestos e as manifestações contrárias à Copa organizados por movimentos sociais e parte da sociedade civil não favoráveis à realização do megaevento no país).

Fora isso, ao longo da reportagem, palavras colocadas em sentido negativo reforçam esse posicionamento apocalíptico e pessimista adotado pelos jornalistas de *Época* em relação à capacidade organizacional dos brasileiros fora de campo, como é possível notar no uso que os autores fazem da palavra “drama”, no trecho a seguir, sobre a situação dos estádios a quatro meses do início do torneio: “O drama da Copa 2014 também atinge a mais básica atividade do evento - as partidas de futebol. Com apenas 6% do tempo total disponível de preparação, cinco dos 12 estádios ainda não estão prontos: Curitiba, Cuiabá, Manaus, Porto Alegre e São Paulo.”.

Ademais, em uma última observação acerca dessa reportagem, pode-se afirmar que os jornalistas de *Época* associaram o Estado aos gastos excessivos com a Copa do Mundo e às mortes de operários nas obras dos estádios, através de um jogo semântico que relaciona a palavra “Estado” às palavras “gastos excessivos” e, posteriormente, à expressão “custo humano”:

Dos R\$8 bilhões gastos [com estádios para a Copa] no Brasil, apenas R\$133 milhões não têm a mãozinha do Estado. O cálculo engloba incentivos fiscais, empréstimos, e os R\$ 3,9 bilhões atrelados a financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). O custo humano também aumentou. Cinco operários morreram em acidentes nos estádios em 2013, incluindo dois na queda de um guindaste no Itaquerão.

Assim, neste trecho da reportagem, o autor culpabiliza o Estado pelos gastos excessivos e pelas mortes dos operários em estádios da Copa do Mundo, por meio de um discurso que evidencia os contextos ideológicos de sua raiz – no sentido político e, sobretudo, econômico do termo. Em *Teorias do Jornalismo*, Nelson Traquina (2004), citando o trabalho da socióloga Gaye Tuchman, apresenta algumas das estratégias que os

jornalistas utilizam para dizer que seu texto é objetivo - e, portanto, desprovido de subjetividade e de ideologia. “A estruturação da informação numa sequência apropriada” é um desses procedimentos, como destaca Traquina (p. 141). Logo, ao mesmo tempo em que o texto dos jornalistas de *Época* culpa, direta e objetivamente, a “mãozinha do Estado” pelas despesas geradas na organização do evento; culpa, indireta e subjetivamente, o mesmo Estado, pelas mortes dos operários nas obras de construção e de reforma dos estádios, mediante a uma relação semântica estabelecida entre as palavras “gastos” (no sentido de desperdício financeiro) e “custos” (no sentido de desperdício humano). Nesta perspectiva, fica impossível negar que o arranjo e a ordem das frases, além das relações semânticas diretas e indiretas estabelecidas entre os termos escolhidos pelos jornalistas, não possuam seus traços ideológicos, uma vez que a “estruturação da informação numa sequência apropriada” – e, supostamente, objetiva – é uma responsabilidade do profissional que escreve o texto e, desta maneira, “o jornalista não pode dizer que a escolha pertence a uma outra pessoa qualquer”, como destaca Traquina (2004, p. 141).

Já em outra edição de *Época* (de 19 de maio de 2014, a cerca de um mês do início do megaevento), o tom dualista adotado pelos jornalistas persiste. A edição conta com uma entrevista exclusiva do técnico Luís Felipe Scolari e com um editorial no qual o editor-chefe da revista, Hélio Gurovitz, inaugura oficialmente a cobertura da Copa 2014 realizada pelo periódico. Aqui, reforça-se, mais uma vez, a conotação polarizada com a qual a linha-editorial de *Época* trata do tema, como se pode notar no seguinte trecho do texto, assinado pelo próprio Hélio: “À medida que entramos no clima de Copa do Mundo, o Brasil começa a sentir aquela conhecida palpitação no coração, que antecede a entrada de nossa seleção no gramado. [...] Mas nem a volta das manifestações de rua, que começou de modo tímido na semana passada, nos impedirá de torcer pelo Brasil com a mesma garra e o mesmo amor.”. Além disso, a edição apresenta uma reportagem de três páginas sobre os protestos (já citados pelo editorial); e um encarte especial de 48 páginas dedicado a apresentar o megaevento, definido, pelo editor-chefe, como um “guia completo para quem quer acompanhar a Copa.”.

Enquanto isso, na entrevista com o técnico Luís Felipe Scolari, é possível que se perceba, logo no título – “À espera da Croácia” (imagem 2) –, o tom “leve” adotado pelos jornalistas de *Época* quando falam de aspectos futebolísticos (ou festivos) do evento. São aspectos que envolvem o agendamento do torneio e mostram a abordagem positiva atribuída pela revista à preparação da equipe de Felipão para os jogos.



Figura 2 - Cópia (scanner) da edição 833 de *Época*, feita por Gabriel Cortez, em 07/07/2014.

Mas, não é só neste momento em que o discurso de positividade de *Época* em torno do evento se faz perceber. Quando trata a Copa do Mundo no Brasil como a “Copa das Estrelas” (imagem 3), no título do encarte que acompanha a edição em questão, também fica evidente o tom de celebração adotado pelos jornalistas da revista em relação aos contornos futebolísticos da Copa.



Figura 3 - Cópia (scanner) da edição 833 de *Época*, feita por Gabriel Cortez, em 07/07/2014.

Os profissionais da revista se animam – possivelmente, em uma tentativa de também “animar” o leitor – não só com a possibilidade de ver craques como Messi, Neymar e Cristiano Ronaldo nos gramados do país; mas, também, celebram (ou, ao menos, parecem celebrar) o aquecimento do mercado nacional trazido por conta do evento; a projeção da imagem do país para o exterior; o aumento na geração de renda para as empresas e o turismo brasileiro por conta da Copa; e, por que não, a possível melhora nas vendas da própria revista, ocasionada pelas capas a respeito do evento (mas esse seria um outro estudo, para saber qual é a influência do público alvo da revista na concepção das capas e, principalmente, na abordagem que os editores dão a determinados assuntos - e qual é a influência dessa abordagem na vendagem da revista).

De todo modo, no texto que vem após o título do encarte também é possível que se perceba esse tom positivo trazido pelo discurso da revista quando o assunto envolve o futebol como jogo, disputado dentro das quatro linhas – e o dinheiro que o acompanha (numa relação discursiva de euforia que se coloca entre a bola e a grana): “Os jogadores mais ricos e famosos de todos os tempos vêm ao Brasil para conquistar o mundo - e entrar para a história.”. Com isso, pode-se afirmar que essas intencionalidades no discurso de *Época* são um traço do viés ideológico (político e econômico) com o qual a revista e seus leitores se alinham – que vê, por exemplo, no livre mercado, na meritocracia, no empreendedorismo, e nas políticas macroeconômicas neoliberais, a solução para determinados problemas enfrentados pela sociedade brasileira – e pela a sociedade “global”, em geral.

Pensando nessa influência ideológica no discurso da revista, é importante que não se percam de vista as ideias do filósofo e pensador russo Mikhail Bakhtin – um dos principais teóricos que fundamentaram as proposições da corrente francesa da Análise do Discurso (AD) –, para o qual a palavra se constitui como um signo ideológico e um produto da interação social que retrata as diferentes formas de significar a realidade, segundo vozes e pontos de vista daqueles a empregam (BAHKTIN: 1979), sendo, então, “o lugar privilegiado para a manifestação da ideologia” (BRANDÃO: s/d, p. 10). Desta maneira, é notório que essa ideologia tem influência - direta ou indireta - na linha editorial e nos textos dos jornalistas e editores da revista (mas, essa é outra questão que pode ser melhor debatida em próximos textos).

Além disso, do ponto de vista do discurso de *Época* em relação às noções de brasilidade dentro de campo, é possível dizer que a revista coloca a Seleção Nacional como

uma das favoritas à conquista da taça, como se pode ver na apresentação dos grupos que disputariam, no mês seguinte, as oitavas de final do torneio. Nessa apresentação (que faz parte do encarte “A Copa das estrelas”), os editores do periódico trouxeram a seguinte descrição: “A Seleção Brasileira é mais que favorita, não apenas para obter um lugar nas oitavas de final, mas para ser a primeira do grupo. México e Croácia devem lutar pela segunda vaga, enquanto Camarões é candidato a coadjuvante – ou a zebra.”. Aqui, então, percebe-se novamente o viés positivo atribuído pelos jornalistas do periódico aos aspectos futebolísticos do evento, que marcam a tese principal deste artigo: a dualidade no discurso de *Época* em relação à preparação e à realização da Copa do Mundo de Futebol 2014 no Brasil.

Considerações Finais

Portanto, é perceptível que a cobertura da Copa do Mundo de futebol realizada pela revista se baseia em uma dualidade – uma dualidade que pode (e deve) ficar clara: a revista apresenta uma abordagem positiva quando fala de aspectos futebolísticos do evento, de “bola e campo” (escalação das seleções, expectativa de classificação e de título, entre outros); porém, adota um tom negativo quando trata de questões extracampo (relacionadas à infraestrutura e à organização das cidades-sede, aos atrasos nas obras, ou aos protestos) – especialmente, quando as críticas são direcionadas ao governo ou a grupos sociais contrários a política editorial de *Época* (sabidamente voltada para o livre-mercado e contrária a políticas macroeconômicas regulatórias). Assim, os períodos de crítica ao evento se tornam editorializados e a cobertura, polarizada e ideológica (para não dizer política, quando das críticas).

Logo, pode-se afirmar que, em determinados momentos, é uma cobertura eufórica, que evidencia um suposto favoritismo dos brasileiros dentro de campo; mas, ao mesmo tempo, disfórica, quando destaca os problemas e mostra preocupação com a organização do país para o megaevento. Assim, quando fala de “bola e campo” (ou “bola e grana”), é eufórica; quando fala de preparação “extracampo”, é disfórica - tal dualidade que, por sua vez, escancara uma visão do brasileiro a respeito de sua própria cultura, uma visão que acaba se tornando uma marca identitária: em determinados momentos, somos os melhores; pouco tempo depois, os piores; os melhores no futebol, mas os piores na política; os melhores no futebol, mas piores na educação e na cultura.

Neste sentido, portanto, vê-se como a própria noção de identidade brasileira é polifônica e intercultural, uma vez que *Época* trabalha com uma identidade lúdica profundamente estabelecida, que reforça a visão de Brasil como a pátria do futebol; mas, ao mesmo tempo, em um nível “extracampo”, restaura uma identidade de valorização do padrão europeu e do estrangeiro, quando fala em eficiência e qualidade nos serviços. Deste modo, tem-se uma comprovação (mesmo que parcial) de que os conflitos e os tensionamentos aos quais as sociedades interculturais e seus grupos culturais estão submetidos podem se desenvolver, se disseminar e se legitimar, também (e, por que não, sobretudo), por meio das plataformas de comunicação de massa e/ou das páginas de uma revista, como é o caso de *Época*.

Porém, já adiantando uma hipótese para novos trabalhos, propõe-se, aqui, que esse dialogismo pode se inverter, não mais que de repente: basta uma derrota no futebol (ou uma decepção na política), para que a situação se inverta. É o que se pretende comprovar nas próximas análises do discurso das reportagens das revistas semanais sobre a Copa durante e depois do torneio: terá esse discurso dualista se invertido? Será o Brasil ainda o favorito e o melhor do mundo no futebol, mas o pior na organização de eventos? Ao que tudo indica, não! Nossa percepção identitária é instável (dualista, polifônica e intercultural) demais para isso.

Referências bibliográficas

CHARAUDEAU, P. e MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. Trad. (Coord.) Komesu, Fabiana. São Paulo, Editora Contexto, 2004.

BRANDÃO, H.N. **Introdução à análise do discurso**. 7 ed., Campinas, editora Unicamp, s/d.

_____. **Analisando o discurso**. Disponível em:
<http://www.museudalinguaportuguesa.org.br/colunas_interna.php?id_coluna=1>. Acesso em: 02 jul. 2014.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. (Trad. M. Lahud e Y. F. Vieira) São Paulo, Hucitec, 1979.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

DAMATTA, R. et alii. **Universo do futebol – esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro, Pinakotheke, 1982.

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

GARCÍA CANCLINI, N. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HOLLANDA, S. B. de. **Raízes do Brasil.** 26. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.

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

TUCHMAN, G. **A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas.** In: TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo.** Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.