



## **Além do futebol: temas sociais e a imagem do Brasil na cobertura da Copa do Mundo 2014 pelo jornal *The Guardian*<sup>1</sup>**

Maria Carolina Silva Rocha Vieira<sup>2</sup>  
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### **RESUMO**

A Copa do Mundo FIFA de Futebol, como evento mundial e altamente midiaticizado, tem o poder de evidenciar não só o torneio e as notícias específicas sobre ele, mas também todas as peculiaridades que dizem respeito a qualquer tema que evoque esse universo da competição, entre eles o seu país-sede. O Brasil, cumprindo tal papel na edição de 2014, recebeu os holofotes da mídia internacional, que retratou diversos aspectos de sua realidade, desde culturais e políticos a de infraestrutura e sociais. A proposta deste artigo é aproveitar esta suposta abundância de matérias para investigar, por meio da análise de conteúdo, as representações sobre o Brasil na cobertura de temas sociais pelo jornal inglês *The Guardian*, no recorte da Copa do Mundo 2014.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; *The Guardian*; Brasil; Copa do Mundo; representações.

### **A notícia no jornalismo internacional**

Embora, em um primeiro momento, as matérias veiculadas sobre o Brasil na mídia internacional no período da Copa do Mundo 2014 pareçam ficar restritas à editoria de futebol (e, de fato, são, quando o enfoque é limitado a relato de jogos, condições e estratégias técnicas ou preparação dos jogadores da seleção), elas estão muito mais ligadas à editoria internacional quando querem ultrapassar a temática do esporte e trazer uma visão mais abrangente do país, que no período se apresentava como anfitrião do torneio futebolístico. Estes holofotes mundiais na direção do Brasil, em decorrência de sua condição de país-sede, proporcionariam um interesse maior de leitores internacionais sobre assuntos tipicamente brasileiros que, nem sempre, sobreviveriam à guilhotina do noticiário internacional, termo usado por Natali (2004) para se referir aos critérios de seleção e descarte do que será publicado nesta editoria, considerada por ele uma das mais rigorosas neste quesito:

“Nem tudo o que é notícia aparece no noticiário internacional. O noticiário não constrói um retrato do mundo com determinado grau de exatidão. Muita coisa que será vista no futuro como de capital importância histórica é diariamente deixada de lado. E, ao mesmo tempo, certos temas sem importância histórica nenhuma acabam

<sup>1</sup> Trabalho apresentado em Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

<sup>2</sup> Aluna do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista. E-mail: mcarol.[svieira@gmail.com](mailto:svieira@gmail.com)



---

virando notícia porque interpelam a mitologia de nosso mundo cotidiano”. (NATALI, p. 12, 2004)

Com a Copa do Mundo presente no dia a dia do público mundo afora, portanto, não só fatos paralelos à competição, como também análises mais aprofundadas sobre a realidade brasileira conseguiriam ter destaque maior do que normalmente teriam em outros períodos. Além do evento esportivo em si, ainda contribui para essa atenção amplificada o perfil do público da editoria internacional, mais exigente e amplo em seu espectro de leitura: “o leitor da editoria internacional faz parte de um segmento minoritário e mais bem informado do leitorado. É um leitor que possui critérios menos provincianos e mais metropolitanos de interesse” (NATALI, p. 55, 2004).

Para suprir essa demanda tanto do leitor fiel das notícias internacionais quanto daquele que é fisgado pelo momentâneo desejo em se inteirar sobre o país que recebe um evento de tamanho porte, jornais tradicionais na cobertura internacional, como o The Guardian, não economizam ao abordar não só o futebol, mas também a política, a cultura, a sociedade, o povo, enfim, uma gama completa de tópicos sobre o Brasil que, rapidamente, parece ter se tornado tão mais próxima do público estrangeiro, neste caso o inglês. Seria um dos vários efeitos da globalização no jornalismo, que, segundo Rossi (2000), tornou “o mundo tão ‘pequeno’, que tudo, a rigor, passou a ser doméstico, de alguma maneira”.

Assim, a dificuldade do jornalismo internacional, em especial em tempos de megaeventos esportivos, que podem se constituir de verdadeiros caldeirões fervilhantes de culturas distintas, não seria mais diminuir distâncias e diferenças entre povos e nações, mas, sim, promover uma cobertura plural, cujos olhares não partam apenas de uma origem. O dilema é apresentado por Natali (2004), que lista a apresentação da notícia por seus não-protagonistas um dos grandes dilemas do jornalismo internacional, o qual chegaria a acarretar em enganos involuntários e até mesmo distorções propositais. Uma possível solução para o “problema” seria um esforço, por parte do jornal e, conseqüentemente, do jornalista encarregado da cobertura, de compreender a cultura do outro, como defende Los Monteros (1998):

“Para o entendimento real é necessário ter vontade para projetar-nos mais além de nossa própria vida e da maneira como funcionam nossos sistemas econômicos e políticos; para conseguir compreender como e por quê outras pessoas são verdadeiramente diferentes”.



Desta maneira, uma cobertura ideal de temas sociais de qualidade pelo *The Guardian* (ou qualquer outro veículo de comunicação estrangeiro), no recorte da Copa do Mundo 2014, buscaria uma inserção local para se investigar cenários, motivos e desdobramentos que fossem além da perspectiva inglesa. No mesmo sentido, é clara a importância do papel crítico do correspondente internacional, ressaltado ainda mais em tempos de cortes de despesas e enviados especiais, resultando em uma exigência crescente de qualidade destes profissionais, como salienta Natali (p. 56). É o correspondente quem teria mais condições de presenciar e, portanto, entender uma cultura diferente, partindo de princípios tais como de que a “a relação entre história e jornalismo internacional é uma relação ainda constante, necessária, fundamental, quase osmótica” (NATALI, 2004, p. 71) ou ainda de que, mesmo com as mudanças tecnológicas, seu “trabalho elementar de correspondente estrangeiro continua sendo a capacidade de relatar e interpretar notícias do exterior de uma forma relevante e compreensível para o público doméstico” (KNIGHT, 1995). Sem se esquecer, porém, de minimizar embates culturais, trazendo um elo entre nação-leitora e nação-retratada.

### **A Copa do Mundo e a mídia**

“O fato da FIFA possuir mais países afiliados do que a ONU foi constantemente repetido pela imprensa no período da Copa, ajudando a construir um significado de que o esporte une os homens mais do que a política”, afirma Gastaldo (2000), em um trabalho que analisa a publicidade durante a Copa do Mundo de 1998. Porém, a representação do torneio esportivo como unificador dos povos não seria a única abordado pela mídia, já que esta, de uma forma geral, se apropriaria dos eventos e mediará o acesso ao acontecido (GASTALDO, 2004, p. 124). O autor continua a relacionar mídia e Copa do Mundo em uma pesquisa posterior, concluindo que, embora não seja privilégio do futebol ter significados construídos pela imprensa, esta teceria “uma ‘noção de realidade’ própria, que evidencia determinados fatos sob determinados enfoques, em detrimento de outros” (GASTALDO, 2004, p. 125). Seria prova disso a atenção e tempo relativamente grandes dispensados à Copa do Mundo pelos noticiários, que se “esqueceriam” de todos os outros acontecimentos fora deste circuito. No jogo de estreia do Brasil na Copa do Mundo de 1998, por exemplo, Gastaldo conferiu que 83% das matérias veiculadas na edição do dia do *Jornal Nacional*, da Rede Globo, eram dedicadas à Copa do Mundo. Assim,



---

“O interesse social pelo futebol no Brasil durante a Copa é apropriado pela mídia, que, em princípio, atende a uma ‘demanda social’ pré-existente, produzindo peças de comunicação e criando um circuito de produção e consumo motivado pelo evento em curso (...), colaborando de modo ativo para definir a realidade nos termos ideológicos da representação do Brasil como ‘o país do futebol’. A Copa do Mundo é um fato social de enorme importância na cultura brasileira contemporânea, e cujo acesso está estreitamente vinculado a seu caráter midiático” (GASTALDO, 2004, p. 125)

Embora o foco da pesquisa do autor seja a imprensa brasileira, a noção de que a Copa do Mundo já é (e foi, quase desde suas origens) um evento puramente midiático não se restringe ao Brasil. Segundo Tomlinson (2000), no trabalho em que busca os interesses representados pela FIFA por meio do estudo de seus presidentes e suas respectivas ações, teria sido João Havelange – brasileiro que presidiu a Federação de 1974 a 1998 e único não-europeu dos oito presidentes já existentes – o primeiro a reconhecer o potencial comercial do esporte no mercado global e a abrir o jogo às influências das novas mídias e novos mercados. Por consequência, a Copa do Mundo também se tornou um dos maiores espetáculos midiáticos do mundo, gerando lucro e atingindo bilhões de espectadores – a edição de 2010, na África do Sul, por exemplo, chegou a atingir 3.2 bilhões de pessoas no mundo todo, segundo o site oficial da FIFA; já a Copa do Mundo do Brasil bateu o recorde de interações sociais na internet, com mais de 3 bilhões de conversas, tornando-se o maior evento de mídia social já registrado de acordo com executivos do Facebook.

Assim, o foco da mídia no evento proporciona uma abertura para que não só o espetáculo esportivo em si tenha espaço nos jornais, nos noticiários de tevê, nas análises da internet, etc., mas todo e qualquer assunto que se relacione a ele – tais quais temas sociais brasileiros, objeto de estudo deste trabalho – possa entrar em evidência. A edição de 2014, ainda, pode ser considerada rica em material midiático paralelo aos jogos, já que o estigma de “país do futebol” potencializaria o interesse da imprensa na cobertura de aspectos sociais, políticos e culturais sobre o Brasil, de uma forma que estes se relacionem com a Copa do Mundo e o esporte. Une-se a isso, também, o intervalo de quase 60 anos sem que o Brasil recebesse o evento.

O “país do futebol” não era anfitrião da Copa do Mundo desde 1950. A escolha começou a ser delineada em 2006, quando países sul-americanos que pleiteavam o recebimento do evento, como Argentina e Colômbia, se uniram à candidatura do Brasil. O problema da aparente falta de estrutura também foi superado em julho do ano seguinte, quando a proposta entregue à FIFA garantia que 18 cidades estavam aptas a receber os jogos. O anúncio oficial, então, foi



feito em 30 de outubro de 2007, em Zurique, na Suíça, confirmando o favoritismo do país, que também teria sido beneficiado por uma mudança de regulamento da Federação, que decidia em um revezamento de continentes que abrigariam a Copa do Mundo. Em maio de 2009, por fim, foram anunciadas as 12 cidades-sede: Manaus, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, Cuiabá, Brasília, Belo Horizonte, São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Rio de Janeiro, sendo esta última a sede do jogo da final, no estádio do Maracanã. Tudo estava pronto para a realização da Copa do Mundo 2014 – Brasil, do dia 12 de junho a 13 de julho, com 32 times participantes e 60 jogos realizados.

### **O jornal The Guardian: uma perspectiva cultural**

No cenário do jornalismo inglês, é possível distinguir alguns tipos diferenciados de publicações impressas, em especial as consideradas tabloides – mais sensacionalistas e populares – e de referência – maior peso jornalístico e qualidade. De acordo com a classificação de Dalpiaz (2013), que estudou a imprensa britânica e, sobretudo, o The Guardian, este último pode 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” (p. 78). 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 por se constituir em um “repertório de informações que, muitas vezes, os historiadores recorrerão a seus arquivos (hoje, vários já são digitalizados) para fazer pesquisas” (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, 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). Ele, inclusive, chegou a ser visto como um “jornal das minorias”, rótulo que, segundo Molina, estaria se desfazendo gradualmente para focar no leitor comum. As transformações também surgem no intuito de se adaptar 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 – hoje, são uma média de 176 mil exemplares diários, segundo dados de março de 2015 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 recente 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. As edições de 21 e 28 de setembro de 1822 incluíram uma longa carta do Brasil datada de 14 de julho” (MOLINA, 2007, p. 351). O autor ainda cita a cobertura exemplar da Revolução Russa de 1914, na qual ele “foi o único jornal que não seguiu a linha oficial ditada pela chancelaria de seu país” (p. 358).

Focando no Brasil e em uma era mais recente, o The Guardian mantém correspondentes no país desde a década de 90. As recomendações são para que estes profissionais não se restrinjam à mera reprodução das notícias nacionais, mas que “busquem aprofundar as reportagens, apresentando um material analítico. A orientação editorial é que se produzam textos sobre a cultura do país, o modo de viver das pessoas, o cotidiano” (DALPIAZ, 2013, p. 83). Porém, segundo a autora, a mesma recomendação enfrenta barreiras dentro do próprio corpo editorial do veículo, já que “existe uma visão limitada por parte dos editores, pois há um leque de interesse da parte deles que não comporta temas que não fazem parte dessa ideia pré-concebida do Brasil” (p. 84). São embates do tipo nós x eles que refletem, segundo Hall (2002) um mundo em que, embora a globalização promova um afrouxamento de fronteiras, identidades e culturas, ainda assim não deixa de ter as culturas nacionais como uma das principais fontes de identidade cultural. Desta maneira, um certo enfoque acaba sendo predominante na cobertura jornalística do The Guardian sobre o Brasil:

“Nota-se que a problemática econômica e sociocultural brasileira, representada nas páginas do The Guardian, segue um posicionamento editorial bastante centrado no ‘olhar’ britânico, no contexto do leitorado para qual o jornal circula, ou seja, a representação de um Brasil amazônico, de um Brasil carioca, da favela, do tráfico, das manifestações populares (...) de ‘país do futuro’, pois há sempre – ou quase – um destaque para a desigualdade social, o problema da violência urbana, entre outros temas de cunho sociocultural que fazem parte do cotidiano brasileiro” (DALPIAZ, 2013, p. 88-89).



Estas representações sobre o Brasil, no entanto, não são novidade quando se fala de mídia, em especial em um período de Copa do Mundo. Rasia (2011), em seu trabalho sobre estereótipos do brasileiro no audiovisual, afirma que eventos internacionais são uma oportunidade para que pessoas do mundo todo conheçam o país e formem imagens sobre ele. O autor cita também o poder do olhar estrangeiro para denegrir ou mitificar a ideia que o país tem de si mesmo, muitas vezes repleta de “representações equivocadas e preconceituosas da identidade nacional”, tais como o jeitinho brasileiro, a Amazônia logo ali dos centros urbanos, a sexualização das mulheres, o detrimento do trabalho pela paixão ao futebol, o exotismo da natureza misturado à pobreza, caracterizada principalmente pelas favelas e pelas crianças de rua, entre outros. Após listar estes estereótipos mais comuns, Rasia conclui que tais representações não passam despercebidas e podem chegar a distorcer a identidade que o próprio brasileiro faz de si, reforçando a visão das representações midiáticas como processo cultural. Portanto, em tempos de Copa do Mundo, quando os olhares estrangeiros estão voltados ao país, não é de se estranhar que a oferta destas representações – já consolidadas ou com novas abordagens – sobre o Brasil tomem força na mídia. O *The Guardian*, objeto de estudo deste trabalho, seria mais um exemplo dentre outros veículos midiáticos passíveis de análise.

#### **Temas sociais durante a Copa 2014**

De maneira que o objetivo deste trabalho é analisar a representação do Brasil nas matérias sobre temas sociais publicadas no jornal *The Guardian*, durante a realização da Copa do Mundo 2014, definiu-se a análise de conteúdo como a melhor metodologia para cumprir tais propósitos, já que esta ocupa-se basicamente “da análise de mensagens, o mesmo ocorrendo com a análise semiótica e a análise de conteúdo. As principais diferenças entre essas modalidades são que apenas a análise de conteúdo cumpre com os requisitos de sistematicidade e confiabilidade” (FONSECA JUNIOR, 2009, p. 286). Ela ainda é derivada da corrente positivista de pensamento, o que resulta na sua maior característica, apontada pelo autor, de valorizar as “ciências exatas como paradigma de cientificidade e como referência do espírito humano em seu estágio mais elevado” (p. 281). Assim, trabalhando com categorizações – os temas sociais, por si só, já são uma categoria dentro do hall de assuntos abordados no período e jornal estudados – e, a partir de dados coletados de forma sistêmica,



com a interpretação destes, a análise de conteúdo foi considerada a mais precisa para se chegar a resultados pertinentes e interessantes.

Para a pesquisa, foi feito o recorte temporal de 26 de maio de 2014 (duas semanas antes do início da Copa do Mundo, período em que seria possível visualizar melhor expectativas e pré-impressões sobre o evento e o país que o sediaria) a 20 de julho de 2014 (uma semana após o término da Copa do Mundo, período em que seria possível visualizar melhor considerações finais sobre o evento e o país que o sediou). O acesso ao material se deu por meio da versão on-line do The Guardian – o conteúdo disponibilizado na internet é idêntico ao da edição impressa – no endereço [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com). De uma maneira geral, foram contabilizadas 71 matérias que tinham como foco principal o Brasil ou os brasileiros, em uma gama de temas que incluem os sociais, políticos, culturais, de infraestrutura, relação do povo com o futebol, comportamento da torcida, entre outros. Já foram excluídos desta contagem textos voltados para o futebol sem aspectos culturais, táticas e técnicas esportivas referentes à equipe e à seleção brasileira e relatos de jogos, pois foram considerados da gama de atuação do jornalismo esportivo, sem grandes contribuições para questões de identidade e representação nacional.

Destas 71 matérias iniciais, em onze observou-se que o foco principal estava em temas sociais brasileiros. Por temas sociais, entende-se tudo o que envolve a sociedade de uma forma ampla, em especial no seu caráter humano – tais temas difeririam dos problemas específicos de trânsito e infraestrutura por seu caráter técnico, por exemplo, ou de relatos sobre política, por seu caráter analítico e focado no âmbito de jogos de poder. Então, entram no círculo de assuntos de temas sociais manifestações populares, cotidiano da população, desigualdades e peculiaridades da sociedade brasileira, relações dentro da esfera pública, etc., mas, acima de tudo, a maneira que o brasileiro se relaciona com a realidade do seu país.

Partindo para uma abordagem quantitativa, nota-se que as matérias são didaticamente distribuídas entre as editorias Mundo (internacional) e Futebol (no The Guardian, a editoria de Esportes tem a subdivisão específica para Futebol): são cinco para cada uma delas e apenas uma matéria, a última a ser publicada (no dia 12 de julho), a entrar na editoria Opinião, que faz parte do editorial do jornal. Apenas duas delas foram publicadas nas semanas do período pré-Copa (nos dias 6 e 8 de junho), enquanto as restantes se espalharam no período do evento, entre os dias 12 de junho, data da estreia, e 12 de julho, data antecedente ao encerramento, tendência que mostra uma presença com certa constância, sem grandes altos e baixos.





Percebe-se também que a maioria das matérias foi escrita por correspondentes fixos ou repórteres enviados especialmente para a cobertura do evento. Sete delas encaixam-se neste perfil, três foram escritas de Londres e apenas uma é editada de material fornecido por agência de notícias, a Associated Press. Pode-se aferir esta escolha do jornal em priorizar textos produzidos in loco como uma tentativa de aproximar os olhares britânicos à realidade brasileira.

Partindo para uma segunda categorização, na qual buscamos enxergar quais temas sociais são destacados no The Guardian, percebemos que as manifestações sociais ganham um enfoque ligeiramente maior. Duas matérias tratam da greve dos transportes públicos em São Paulo, enquanto três focam nos protestos que ocorreram antes e durante o evento, assim como a ação da polícia diante de tais fatos. A seguir, duas matérias abordam a maneira que a população, em especial a menos favorecida, lida com um histórico de desigualdades sociais e dominação estrangeira em um momento esportivo: uma delas enfoca a festividade em áreas públicas da torcida, heterogênea socialmente, apesar da tentativa de monopólio da FIFA; já a segunda volta seu olhar à favela. As outras quatro matérias são bastante analíticas e críticas em relação ao Brasil, duas delas priorizando o caráter excludente tanto da Copa do Mundo quanto do próprio país – a primeira é autoexplicativa com o título “A Copa do Mundo é realmente para as pessoas de helicópteros”, e a segunda narra a contradição dos investimentos em Manaus (AM), sendo que sua própria população não irá usufruir de nada daquilo – uma fazendo um balanço geral de erros e acertos sob a perspectiva das expectativas anteriores ao evento e, por fim, a última, a mais crítica de todas, que vem com o título “Verdadeiro esporte nacional do Brasil: enganar o povo”.

Passando para uma análise qualitativa, nota-se que, mesmo nas matérias em que a notícia não tem relação tão direta com a Copa do Mundo, por exemplo, a greve do transporte público em São Paulo (publicada no dia 6/6), o enfoque permanece em como o fato está relacionado ao evento que está para acontecer ou acontecia no momento. Embora na matéria citada o jornal traga um histórico de greves do mesmo tipo, os problemas recorrentes na mobilidade urbana da cidade, a visão geral da situação do transporte durante a greve, como isso afeta a população e até declarações de locais, o parágrafo inicial deixa claro que a importância da notícia se dá pelas suas consequências à Copa do Mundo:



---

“A cidade brasileira que irá sediar o jogo de abertura da Copa do Mundo em uma semana foi jogada em um caos no trânsito após operadores de trens subterrâneos e terrestres entrarem em greve, colocando em risco o único meio que a maioria dos fãs de futebol terão para alcançar o estádio”.

Vê-se logo que São Paulo é referenciada como “a cidade que irá sediar o jogo de abertura” e, seguindo, o texto chega a citar os danos causados por “passageiros irados” à estação mais próxima do Itaquerão, estádio oficial da Copa do Mundo na capital paulista. O enfoque na relação dos temas sociais e Copa do Mundo permanece nas matérias seguintes. Todas as matérias, inclusive, trazem a expressão “Copa do Mundo” já em seu título ou subtítulo. A exceção é a “Verdadeiro esporte nacional do Brasil: enganar o povo”, porém a referência à Copa do Mundo fica implícita ao citar o futebol. Isto pode se apresentar como evidência de que um evento mundial de grande porte, em especial realizado em um país com certa tradição no tema do evento, pode influenciar positiva ou negativamente na maneira com que a nação-sede é representada na mídia internacional, já que esta – ou ao menos o The Guardian – busca ver as problemáticas sociais sob a ótica de suas causas e consequências ao evento em si.

Esta hipótese pode ser mais evidenciada na matéria “Copa do Mundo 2014: cinco coisas que disseram que daria errado no Brasil” (publicada no dia 28/6, ou seja, data ainda relativamente distante do fim do torneio). Nela, três das previsões errôneas são sobre problemas sociais ou de infraestrutura: o transporte, que tinha tudo para ser um fracasso, não foi caótico; os estádios acabaram ficando, sim, prontos; e os protestos anti-Copa foram modestos. As outras duas previsões são sobre futebol. Ainda é possível contrastar como a visão do próprio jornal mudou para melhor após um relativo êxito do evento, já que nas matérias do período pré-Copa e de seu início o The Guardian destacava o descontentamento da população e as falhas na preparação do evento. Trechos retirados da matéria “Copa do Mundo 2014: grupos e protestos nas ruas do Brasil” (publicada no dia 8/6), comprovam, como este: “desde os protestos durante a Copa das Confederações ano passado, a consciência pública dos custos sociais e econômicos do torneio tem feito muitos inquietos sobre demonstrações de entusiasmo”. No dia 12/6, data da estreia do evento, o título de uma das matérias publicadas ainda enfatiza o sentimento de insatisfação do brasileiro em relação à Copa, dizendo que “Greves deixam São Paulo congelada ao invés de em fervor”.

Porém, conforme a Copa do Mundo vai se desenrolando, esse enfoque em um povo de certa forma mais politizado acaba dando lugar à tradicional paixão ao futebol e festividades



brasileiras. Na matéria “Fãs da Copa do Mundo de todas as classes se deleitam na praia, apesar da colonização da Fifa” (do dia 21/6), é mostrado como praia de Copacabana se transformou no ponto de encontro e integração gratuito de diversas torcidas e turistas, que não necessariamente se importam com os resultados dos jogos, mas se divertem à base de água de coco, boas paisagens e caipirinha. Já na “Residentes das favelas fazem a Copa do Mundo funcionar para eles com hospedagem para fãs”, podemos considerar que, além de fazer um retrato das favelas, o jornal pincela o “jeitinho brasileiro” de aproveitar as oportunidades que surgem para tirar algum proveito, exemplificado na fala atribuída à Maria Clara, residente da favela da Rocinha que passou a alugar sua casa a turistas estrangeiros pelo dobro do preço habitual:

“Se a Fifa pudesse, ela levaria os estádios com ela quando partisse, junto com todo o dinheiro. Mas quando eu vi grandes companhias no Rio começarem a fazer dinheiro com a Copa do Mundo, eu pensei ‘por que não posso fazer isso também?’”.

Esta mesma matéria pode ser usada para mostrar um outro ponto forte da cobertura de temas sociais do The Guardian durante a Copa do Mundo: a visão analítica frente a problemáticas sociais. As favelas, por exemplo, não são reduzidas a uma visão estereotipada. Pelo contrário, a palavra é usada em sua grafia em português (e não a corriqueira tradução para o inglês, “slum”) e é descrita como “uma comunidade. Cada uma tem seus próprios personagens e os da Rocinha são brilhantes, movimentados e quase esmagadoramente amigáveis”. O texto ainda cita a sensação de segurança que os hóspedes tinham dentro deste ambiente um tanto quanto caótico, das mudanças ocorridas após os programas de pacificação e chega a criticar passeios turísticos “onde eles olham para os residentes de jipes como se tivessem olhando para animais em um zoológico”.

Outras matérias que fazem parte desta seleção crítica são a “A Copa do Mundo é realmente só para as pessoas de helicópteros” (do dia 12/6), que enfatiza as desigualdades sociais brasileiras na ótica dos movimentos sociais como a do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (nome dado no original em português); a “Como a Copa do Mundo do Brasil vendeu seu povo a curto prazo na Amazônia” (do dia 18/6), que aborda a inutilidade de um estádio “elefante branco” para a comunidade local – inclusive indígena – que sequer foi “convidada” a tomar parte do evento; e, por fim, a que pode ser considerada um desfecho crítico à



cobertura dos temas sociais, de 12/7, um dia antes do encerramento do torneio, intitulada “Verdadeiro esporte nacional do Brasil: enganar o povo”.

Por estar localizada na seção de Opinião do The Guardian, poderia se dizer que esta última matéria sintetiza a visão final do jornal sobre o tema. Porém, ela é escrita por Milton Hatoum, escritor brasileiro que, na publicação, exerce o papel de crítico convidado. Assim, opinião do autor e do jornal acabam se mixando de uma forma geral, além de demonstrar, mais uma vez, a tentativa do jornal de aproximação com o contexto brasileiro. É novamente o assunto das desigualdades sociais que guia a análise, que abre o texto com a linha fina, que também evoca a derrota por 7x1 contra a Alemanha, nas semi-finais da Copa do Mundo: “No coração da vergonha do Brasil – seja no futebol ou na política – está o desdém daqueles que estão no topo sentem por aqueles embaixo”. Em seguida, ele entrelaça os acontecimentos e sentimentos ao redor da Copa do Mundo com a realidade histórica e atual brasileira (o fantasma do 7x1 também é o fantasma da miséria; a “trapaça” ao prometer o título de campeão em 2014 é a mesma que não concluir os trabalhos públicos, como melhorias nos transportes, vislumbrados como consequências sociais da vinda de uma Copa do Mundo ao país; a incompetência da equipe técnica da seleção é a mesma dos governantes), sintetizando seu ponto no parágrafo em que diz:

“O problema é o desdém daqueles que nos governam e que comandam o futebol em relação ao povo. A falta de vergonha da maioria de nossos políticos e o desarranjo de nossas instituições públicas têm profundas raízes históricas. Tudo isso é refletido no futebol, que sem dúvida alguma é uma grande paixão nacional”.

Ainda assim, a matéria se encerra com a afirmação de que a antiga “esperança de viver com dignidade” do povo tem se transformado, nos últimos anos, em “indignação e revolta contra tudo e todos”, o que demonstra uma mudança da representação do brasileiro como festivo e passivo a cidadãos com um pouco mais de consciência política.

### **Considerações**

Este artigo se propôs a investigar quais representações do Brasil são encontradas nas matérias sobre temas sociais, publicadas no recorte do período da Copa do Mundo 2014, do jornal britânico The Guardian. Dessa forma, seria possível verificar como o país e seu povo são retratados na mídia estrangeira, em especial durante um evento de porte mundial que tem a



capacidade de atrair holofotes para tudo o que lhe diz respeito, incluindo aí a realidade e os pormenores sobre seu país-sede.

Por meio da análise de conteúdo, pode-se afirmar que a Copa do Mundo 2014 conseguiu evidenciar temas sociais brasileiros nas páginas do jornal britânico, inclusive aqueles não-diretamente ligados à competição. Além disso, a maneira como o próprio evento esportivo é retratado e sua relação com o contexto brasileiro acabam influenciando, de maneira positiva ou negativa, como tais temas sociais são vistos. É possível tomar como exemplo positivo a cobertura dos protestos anti-Copa, que focalizaram em um recente aflorar da consciência política, e como negativo a exclusão de setores da sociedade na participação efetiva no evento, o que refletiria um país desigual sócio, político e culturalmente de maneira ampla.

Esta realidade atual em transformação poderia ser uma das principais causas da indecisão sentida no enfoque do jornal. Horas, ele prefere destacar um Brasil politizado, em outras o que prevalece é um Brasil fervoroso em relação ao futebol. É o choque entre o novo e o tradicional, o qual, a longo prazo, pode gerar mudanças nos caminhos utilizados pela mídia internacional para construir a imagem do Brasil. Futuras pesquisas poderiam averiguar se a Copa do Mundo teve algum papel relevante em tais mudanças – ou se não houve mudança alguma.

Dentro deste enfoque, por fim, observou-se que greves, protestos e, sobretudo, as desigualdades sociais, em especial às que se relacionam com a Copa do Mundo, são as temáticas que mais ganharam a atenção do The Guardian. Ao mesmo tempo em que dá voz a setores com pouca visibilidade (povos indígenas da Amazônia, grupos sociais como os sem-teto, moradores da favela, etc.), o jornal mostra um país com sérias problemáticas sociais, que até passam pela indignação do povo, mas chegam a um entrave quanto às soluções concretas, em decorrência desde razões culturais e históricas enraizadas quanto da ineficiência do governo aliado a interesses comerciais-financeiros das grandes empresas – incluindo-se nesta lista a FIFA. A realidade da população mais carente, a qual é excluída tanto da Copa do Mundo quanto de diversos aspectos sociopolíticos do país, é sempre sobreposta com a da elite, que, por sua vez, tem interesses em manter esse abismo social de classes.

Assim, de uma maneira geral, existe uma visão crítica e esforço em entender a realidade do Brasil, podendo serem listados como evidência: trazer históricos, investir em correspondentes e enviados especiais, buscar fontes locais, não se deter a estereótipos nem a pautas exclusivamente focadas na Copa do Mundo, preferir determinadas palavras e termos originais



em português no texto, mesmo que não sejam de comum conhecimento entre seu leitorado, entre outras. Estes aspectos dão crédito ao The Guardian como um jornal plural e preocupado com a qualidade de seu jornalismo internacional – que tão frequentemente coloca realidades nacionais em choque – como fonte de informações isenta de olhares viciados ou unilaterais. Crédito o qual não significa, porém, que a publicação atingiu obrigatoriamente seu objetivo final, já que questões de representações e diferenças de culturas são muito mais complexas do que um esforço de se chegar à melhor cobertura possível.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DALPIAZ, Jamile Gamba. Representações do Brasil na imprensa britânica: uma análise cultural do jornal The Guardian. **Ciberlegenda**, n. 29, p. 74-94, 2013.

Brasil foi escolhido sede da Copa do Mundo de 2014 em outubro de 2007. **O Globo**. 20 ago. 2013.

FONSECA JUNIOR, Wilson Correa. Análise de Conteúdo. In: Duarte, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª. Edição. São Paulo: Atlas, 2009, p. 280-304.

GASTALDO, Édison Luis. Copa do Mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 41, p. 115-133, 2004.

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.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

ISRAEL, Esteban. Copa do Mundo foi o maior evento de mídia social já registrado, diz Facebook. **O Estado de São Paulo**, 14 jul. 2014.

KNIGHT, Alan. **A internet e o futuro do jornalismo internacional**, 1995. Disponível em <[www.academia.edu/1796850/A Internet eo Futuro do Jornalismo Internacional](http://www.academia.edu/1796850/A_Internet_eo_Futuro_do_Jornalismo_Internacional)>. Último acesso em: 24 de março de 2015.

LOS MONTEROS, Guillermo García Espinosa de. Periodismo Internacional, Corresponsales y Testimonios sobre el Extranjero. In: **Foro Internacional**, nº 152-153, México: Hemeroteca Virtual/UNAM, 1998.

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

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

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.



ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**, São Paulo, Brasiliense (Coleção Primeiros Passos), 2000, 10ª edição

TOMLINSON, Alan. “Welcome to FIFAland: FIFA and the men who made it”. **Soccer and Society**, v.1, ed. 1, p. 55-71. 2000.