

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

MATTHEUS REIS GUEDES CAVALCANTI

**AS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DO PROGRAMA “FANTÁSTICO” E AS
MUDANÇAS SIMBÓLICAS SOBRE A CAMISA AMARELA DA SELEÇÃO
BRASILEIRA DE FUTEBOL ENTRE 2015 E 2019.**

RIO DE JANEIRO

2019

Matheus Reis Guedes Cavalcanti

As narrativas jornalísticas do programa “Fantástico” e as mudanças simbólicas sobre a camisa amarela da seleção brasileira de futebol entre 2015 e 2019.

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo apresentado ao Departamento de Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do grau de bacharelado em Comunicação.

Rio de Janeiro

2019

Matheus Reis Guedes Cavalcanti

As narrativas jornalísticas do programa “Fantástico” e as mudanças simbólicas sobre a camisa amarela da seleção brasileira de futebol entre 2015 e 2019.

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo apresentado ao Departamento de Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do grau de bacharelado em Comunicação.

Conceito final:

Aprovado em ____ de _____ de 2019

BANCA EXAMINADORA

Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro – Doutor convidado em Comunicação Social pelo Departamento de Comunicação Social - UERJ

Professora Leda Maria da Costa – Docente visitante - Departamento de Comunicação Social - UERJ

Professor Ronaldo George Helal – Orientador e docente titular - Departamento de Comunicação Social - UERJ

“Sim, eu uso esse poder [...] mas sempre de maneira patriótica, tentando corrigir as coisas, procurando caminhos para o país e seus estados. Nós gostaríamos de ter poder suficiente para consertar tudo o que não funciona no Brasil. A isso dedicamos todas as nossas forças”.

Roberto Irineu Marinho, em entrevista ao jornal “The New York Times”.

RESUMO

Este trabalho coloca sob revisão histórica e crítica as transformações do discurso midiático sobre um dos principais símbolos pátrios que formularam a identidade nacional brasileira: a camisa amarela da Confederação Brasileira de Futebol. Diante da crise política que se intensificou no país desde 2013 até o presente momento, se analisa, sem a intenção de negar ou deslegitimar a construção social feita pelos meios de comunicação de massa, a associação entre as narrativas jornalísticas deste período sobre o uniforme principal da seleção brasileira e a agenda de determinados grupos políticos.

Palavras-chave: mídia; identidade nacional; *impeachment*; Bolsonaro; seleção brasileira de futebol.

ABSTRACT

This study places under a historical and critical review the changes on media discourse towards one of the main patriotic symbols that formulated the Brazilian national identity: the yellow jersey of the Brazilian Football Confederation. In the face of the political crisis that has been intensifying in the country from 2013 to the current historic moment, it is analyzed, without the intention of denying or delegitimizing the social construction made by the mass media, the association among the journalistic narratives of this period on the main uniform of Brazilian soccer team and the agenda and interests of certain political groups.

Keywords: media; nacional identity; impeachment; Bolsonaro; Brazilian national soccer team

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. A “AMARELINHA” E A UNIÃO NACIONAL NO SÉCULO XX.....	10
2.1 Mídia, Seleção Brasileira e identidade nacional tardia.....	10
2.2 Seleção Brasileira, Regime Militar e Nova República.....	14
3. CRISE DE REPRESENTATIVIDADE E COPA DO MUNDO: O BRASIL EM DISPUTAS PELA BOLA E PELO PODER.....	15
3.1 Manifestações de 2013 e a Copa das Confederações.....	15
3.2 Copa do Mundo de 2014 eleições.....	19
3.3 Manifestações, impeachment e “clima de Copa”	23
3.4 Rejeição à “Amarelinha”	26
4. METODOLOGIA.....	31
4.1 Universo da amostra.....	31
4.2 Categorização da organização.....	32
4.3 Procedimentos de coleta.....	32
4.3 Tipo de Pesquisa.....	32
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	34
5.1 Objetividade jornalística e Princípios editoriais do Grupo Globo.....	34
5.2 Imagem e palavra.....	35
5.3 Representação e Modos de dizer.....	38
6. MANIFESTAÇÕES EM VERDE E AMARELO E AS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DO “FANTÁSTICO”	41
6.1 Primeiro ciclo: atos em 2015 e 2016 a favor do impeachment de Dilma Rousseff.....	41
6.2 Segundo ciclo: corrupção no Governo Temer e eleições presidenciais de 2018.....	49
6.3 Terceiro ciclo: as primeiras crises do governo Bolsonaro e o caso “Vaza-Jato”	50

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60

1 - INTRODUÇÃO

A camisa que compõe o uniforme principal da seleção brasileira de futebol, chamada de “Amarelinha”, é um objeto cujo simbolismo é dos mais importantes para a construção da identidade nacional brasileira ao longo do século XX. Esse projeto político tardio – e por que não totalizante - de “Nação”, a partir dos anos 1920, teve nos resultados vitoriosos da seleção de futebol e nas narrativas da imprensa esportiva os alicerces para a consolidação da construção da ideia de “País do Futebol”, do qual a paixão pela seleção brasileira de futebol era indissociável, sobretudo em tempos de Copa do Mundo.

Como consequência, a camisa amarela daquele que se tornaria o até agora único time pentacampeão mundial adquiriu uma série de representações e atributos, a grande maioria deles positivos, tanto sobre o futebol jogado pelos brasileiros como sobre o povo brasileiro. Cartão de visita e passaporte informal do brasileiro pelo mundo, ela passou a significar, na percepção coletiva, ao longo das décadas e taças conquistadas, talento diferenciado e irreverência em campo, mas também alegria, solidariedade em quem a veste. A “Amarelinha” transcendeu o futebol na tarefa de representar a construção cultural em torno do patriotismo, por exemplo. Nesta construção simbólica, percebemos a importância dos meios de comunicação em relação à representação criada em torno da camisa amarela da seleção.

Apesar dos usos políticos em torno da seleção brasileira de futebol ao longo da história recente do Brasil, mais precisamente no Regime Militar (MOSTARO, 2010), a camisa amarela há até pouco tempo possuía uma conotação e representação que estavam acima de disputas políticas e partidárias.

O que se tem percebido nos últimos quatro anos, no entanto, é um caminho pelo qual o simbolismo em torno da “Amarelinha” não havia cursado sob regimes democráticos no Brasil após a promulgação da Constituição de 1988. Em meio à crise política nacional, acreditamos que a camisa amarela foi símbolo de divisão do país, sendo não raramente apropriada por um grupo político caracterizado como de “direita”

(STUENKEL, 2019) e que vem ganhando notoriedade no debate público e poder nas esferas de Governo.

Desde março de 2015, de forma mais evidente, o uniforme principal da seleção vem sendo usado em manifestações por apoiadores, inicialmente, do *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff e, posteriormente, em apoio à candidatura do atual presidente Jair Bolsonaro e ao seu governo. Como vamos demonstrar neste trabalho, parte dos torcedores que se opôs à guinada conversadora da política nacional, se recusou a vestir a camisa amarela durante os jogos do Brasil na Copa do Mundo de 2018, na Rússia.

Essa transformação discursiva em torno da “Amarelinha” da Seleção Brasileira tem origens anteriores às amplas manifestações de 2015 pelo *impeachment*, sendo lideradas por grupos situados à direita¹ no espectro político e de oposição aos 13 anos de governos do Partido dos Trabalhadores. Dado o caráter massivo das coberturas do *impeachment* de Dilma Rousseff e das eleições presidenciais de 2018 e em uma realidade oligopolizada do mercado de mídia no país, como específicos programas da imprensa tradicional brasileira se posicionaram?

Dado também que os meios de comunicação mantêm uma relação simbólica com a sociedade, sendo dela produto, mas tendo também a capacidade de gerar posicionamentos críticos na opinião pública, este trabalho vai analisar as narrativas jornalísticas do programa “Fantástico” e as eventuais mudanças simbólicas sobre a camisa amarela da seleção brasileira de futebol na crise política entre 2015 e 2019.

Verificar-se-ão representações midiáticas e escolhas editoriais propostas pelo programa da TV Globo (emissora de maior audiência do país) na cobertura dessas manifestações políticas de rua entre março de 2015 (mês da primeira grande manifestação a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff) e junho de 2019 (último grande ato do tipo que foi registrado, em apoio ao atual ministro da Justiça e Segurança Pública do governo do presidente Jair Bolsonaro, Sérgio Moro). Analisaremos se elas

¹ Sobre os conceitos de “direita” e “esquerda” no cenário contemporâneo da política brasileira, Avritzer (2018) afirma que “a esquerda está mais preocupada com alguns valores morais, especialmente ligados à proteção social, e tem menos problemas com um papel ativo do Estado. A direita, por outro lado, é mais conservadora em questões morais como, por exemplo, pena de morte, redução da maioridade penal. Na questão do mercado, a direita seria a favor de intervenções mínimas ou até mesmo da não intervenção”.

reforçaram ou não essa transformação simbólica da camisa amarela da seleção brasileira.

Em um contexto histórico marcado pela intensa mediação das práticas culturais, é imprescindível, como parte de um estudo aprofundado de análise de conjuntura política, econômica e social do Brasil contemporâneo, investigar e entender como tradicionais veículos de jornalismo exercem seu papel na representação dos principais símbolos da identidade nacional, entre eles a bandeira e o hino nacionais, e a camisa amarela da seleção brasileira de futebol. Assim, o estudo contribuirá para expandir análises sobre as interações entre mídia, futebol, identidade nacional, cultura e política, um campo em expansão na Academia. Tais representações não são rígidas e estão sujeitas a evoluções, atualizações e desconstruções.

O primeiro capítulo vai traçar associações entre as narrativas da mídia brasileira (em um primeiro a radiofônica e, posteriormente, a televisiva), a seleção brasileira e a camisa amarela que contribuíram para a formação da identidade brasileira, ou seja, do que representaria “ser brasileiro”. Invariavelmente a resposta a esse questionamento no século XX perpassa pela mobilização, união e torcida pela seleção brasileira, sobretudo a cada quatro anos, em decorrência da realização da Copa do Mundo FIFA. No mesmo capítulo, vamos apresentar como essa identificação do brasileiro com a seleção nacional ao longo do século XX foi se enfraquecendo, diante de transformações políticas, econômicas e culturais nos âmbitos local e global.

No segundo capítulo, o que se propõe é a contextualização histórica do que entende-se por “crise da representação política no Brasil”, e que apontaremos como um marco temporal mais evidente no processo que culminou com o uso da camisa amarela da seleção brasileira de futebol com finalidades político-partidárias. Afirmamos que este uso, para além do objetivo esportivo/futebolístico, do modo latente como vem se configurando desde 2015, não possui precedentes na história recente do país, mais precisamente a partir da redemocratização nos anos 1980. Acreditamos que este fenômeno faz parte de uma ampla transformação discursiva que tem alçado ao protagonismo do debate político nacional grupos políticos de teor conservador e nacionalista.

O terceiro capítulo marca o início da análise do objeto deste trabalho, as reportagens do programa “Fantástico”, veiculadas entre 2015 e 2019, no bojo dos protestos de rua a favor do impeachment de Dilma Rousseff (em 2015 e 2016), e posteriormente, da candidatura à presidente de Jair Bolsonaro (2018) e de seu governo

(2019). Neste terceiro capítulo, apresentaremos os conceitos que vão nortear a análise. No quarto, partiremos, de fato, para as narrativas e o conteúdo presentes nas reportagens.

O quinto, e último, capítulo, faz uma retrospectiva do que foi abordado no trabalho e apresenta a conclusão acerca do posicionamento discursivo do objeto analisado.

2 - A “AMARELINHA” E A UNIÃO NACIONAL NO SÉCULO XX

2.1 - Mídia, Seleção Brasileira e identidade nacional tardia

No Brasil, país que, ainda no início do século passado, possuía elevados índices de analfabetismo, 74,6% em 1906 (BOMENY, 2003), o rádio exerceu um protagonismo na mediação, produção, difusão e consumo de bens concretos e simbólicos, dando os primeiros passos para a formação de uma identidade nacional. Nesse processo, um dos principais resultados foi a construção de uma relação íntima entre o povo brasileiro, o futebol e sua seleção nacional (GUERRA e MODESTO, 2010).

A construção social e coletiva do que significaria “ser brasileiro”, no entanto, foi tardia, se analisarmos a história do Brasil, independente em 1822. “Apenas no início dos anos 1920, principalmente com a Semana de Arte de Moderna e com as comemorações do Centenário da Independência, que começa a se pensar nas identidades brasileiras” (AMARO, HELAL e MOSTARO, 2014: 64).

A chegada de Vargas ao poder, acompanhada do desenvolvimento prévio do rádio no país a partir do trabalho pioneiro de Roquette-Pinto em 1923, foi o marco para a execução de uma política de integração nacional, visando, entre outros motivos, à estabilidade político-institucional do novo regime.

Nesse panorama, as discussões propostas pelo sociólogo Gilberto Freyre a partir da publicação de *Casa Grande e senzala* em 1933, como a integração e a democracia racial, ajudaram a estabelecer um novo horizonte nas formas de se pensar o Brasil, que correspondiam aos ideais de Vargas (SOUZA, 2008: 187).

No início da trajetória da Seleção Brasileira, em 1914, a prática do futebol também era em espaços elitizados das principais cidades brasileiras. A industrialização de centros como Rio de Janeiro e São Paulo, a partir dos anos 1920, iniciou um processo de popularização do esporte. Campeonatos entre trabalhadores de diversas fábricas passaram a atrair milhares de espectadores aos campos de futebol improvisados das principais cidades brasileiras (ANTUNES, 1994). Profissionalmente, jogadores negros passaram a disputar torneios oficiais por clubes como o Bangu Atlético Clube e o Clube de Regatas Vasco da Gama, o que antes era proibido (PEREIRA, 2000)

O futebol, profissionalizado por Vargas, e cujas transmissões ganham alcance nacional através do rádio, estabelece-se como um dos principais meios de integração nacional. Nesse contexto, após uma série de divergências entre as entidades e federações de futebol que contribuíram para eliminações precoces nas Copas do Mundo de 1930 e 1934, a Copa do Mundo de 1938 traz uma outra perspectiva cultural na relação entre seleção e povo brasileiro, sendo um marco no fomento da identidade nacional brasileira.

Em 1938, os jogos da Copa do Mundo foram transmitidos diretamente da França, com a locução de Gagliano Neto, único locutor sul-americano na França. As narrações de Gagliano fizeram o Brasil parar para ouvir as transmissões dos jogos. Reunia-se no Largo do Paissandu, em São Paulo, na Galeria Cruzeiro, no Rio de Janeiro e em outros lugares que as emissoras colocavam auto-falantes para o público. Bares, restaurantes, casas, ou qualquer lugar que tivesse um rádio transformava-se num ponto de encontro para que as pessoas se reunissem. Os fenômenos da popularização do futebol e do rádio caminhavam juntos e alimentavam um ao outro, criando uma forte identidade cultural brasileira (GUERRA e MODESTO, 2010: 8)

O terceiro lugar da Seleção Brasileira, liderada pelo craque negro Leônidas da Silva, na Copa do Mundo de 1938 na França corrobora uma série de narrativas radiofônicas e na imprensa brasileira sobre como o caráter multiétnico daquele time teria a ver com o sucesso naquele mundial de futebol. "Creio que uma das condições para a vitória dos brasileiros nos encontros europeus, prende-se ao fato de termos a coragem de mandar à Europa desta vez um team francamente afro-brasileiro" (FREYRE, 1938: s/p). Essa representação da seleção brasileira valorizava a miscigenação e seria condizente com as características multiétnicas da população

brasileira. Segundo Damo (2013), tal representação é fundamental para a associação entre um time esportivo e a concepção de “ser brasileiro” ter, de fato, reconhecimento, legitimidade e gerar sentimentos de inclusão, equidade e pertencimento, em um cenário de crescente protagonismo do futebol no esporte nacional. A partir dos relatos da mídia sobre as atuações da Seleção, com base em um estilo de jogo “dionisíaco”, “artístico”, com “improviso” e “talento”, em contraposição a uma filosofia “cerebral”, “organizada” e “rígida” do futebol europeu, pode-se traçar um paralelo entre o papel da crescente midiaticização e a construção do “estilo” do futebol praticado por aqui, que também fomentou representações do que é “ser brasileiro”.

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. As culturas nacionais ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades (HALL, 2011: 51)

Portanto, a construção de identidade nacional começou a encontrar na seleção brasileira um espaço eloquente e com cada vez maior legitimidade para a veiculação do que significava “brasilidade”.

A Copa do Mundo de 1950, realizada no Brasil, foi mais um passo nesse processo. A organização do mundial, a construção do à época “maior estádio do mundo”, o Maracanã, e a eventual conquista do título mundial em casa reforçariam o discurso político e midiático de exaltação da identidade nacional e inserção do país na “modernidade”, diante de uma nova fase geopolítica, marcada pelo término da Segunda Guerra Mundial (MOSTARO, BRINATI, 2018). O dia Dezesesseis de Julho de 1950, no entanto, foi de inflexão nesse processo. A derrota para o Uruguai por 2 a 1, na decisão do quadrangular final da Copa do Mundo daquele ano, com quase de 200 mil brasileiros nas arquibancadas do Maracanã, fez torcedores e dirigentes elegerem diversos culpados pelo resultado: entre eles o uniforme branco, o principal, e usado nos quatro mundiais anteriores bem como naquela derrota (GHERINGER, 2010). Na época, para definir as novas cores, a antiga Confederação Brasileira de Desportos, em parceria com o jornal carioca *Correio da Manhã*, organizou um concurso para a escolha do novo modelo a ser usado pela seleção brasileira.

Após o envio de cerca de 300 desenhos à redação do jornal, o trabalho escolhido foi o de Aldyr Garcia Schlee, que, aos 18 anos, desenhou um uniforme com base nas cores da bandeira brasileira.

A seleção conquistaria seu primeiro título mundial em 1958, com a camisa azul, excepcionalmente, e bicampeonato mundial em 1962, o primeiro com a camisa amarela derrotando a então Tchecoslováquia; títulos que elevaram o patamar da Seleção Brasileira no cenário internacional do futebol. No entanto, foi em 1970 que uma novidade paradigmática daquele primeiro mundial realizado no México – e vencido mais uma vez pela Seleção Brasileira, que passou a ser a primeira tricampeã da história – potencializou o simbolismo da camisa amarela: a transmissão via satélite e a exposição midiática até então sem precedentes do time de Pelé, Rivelino, Jairzinho, Tostão e outros craques a nível global:

As imagens dessa seleção foram vistas por todo o mundo e se encaixaram com a construção de uma narrativa de futebol-arte, iniciada anos antes. Até hoje, quando se cita um exemplo de uma grande seleção de futebol, remete-se à seleção brasileira de 1970. Sendo o uniforme seu símbolo e a vestimenta com que os jogadores foram vistos e consequentemente reconhecidos em todo o mundo, a “amarelinha” se consolidou de vez como símbolo de um futebol mágico, ofensivo e cheio de craques (MOSTARO; AMARO; HELAL, 2014: 81)

Caracterizamos, neste trabalho, a camisa da seleção brasileira como um símbolo, por serem receptores das projeções de medos, interesses e aspirações, modelando comportamentos, condutas e visões de mundo desde que partilhado por pessoas e criando uma comunidade de sentido (SERBENA, 2007). Percebe-se com o que já foi exposto neste trabalho, como a seleção brasileira e sua camisa amarela, inseridas em uma construção social de identidade nacional, levaram a condutas que propagaram narrativas e a visões de mundo baseadas no talento, na superioridade do futebol brasileiro, por exemplo.

2.2 - Seleção Brasileira, Regime Militar e Nova República

A construção simbólica em torno da “magia da seleção brasileira” (DAMO, 2006) - e consequentemente de seus símbolos, como a camisa amarela - também foi utilizada por governos para autopromoção, popularidade e legitimidade perante a opinião pública, não sendo apenas uma representação deliberada à parte pela imprensa da época. O Regime Militar, em 1970, buscou, através da censura, associar o apoio à seleção no México a uma unificação nacional (MOSTARO, 2010). Torcer pela seleção portanto, se configurou culturalmente naquele período em um ato de patriotismo, em que os conceitos de “seleção brasileira” e “nação” se misturavam. A partir dos anos 1990, há, com a redemocratização no Brasil e o advento da globalização, uma distensão entre o futebol, a seleção brasileira e projetos políticos (HELAL; SOARES, 2002). Por trás dessa mudança, podem-se citar a inserção de times, e marcas, como a Nike, em um cenário globalizado do mercado do futebol, cifras milionárias em contratos de patrocínio e salários, a ida de jogadores brasileiros cada vez mais cedo para atuarem no exterior, os poucos jogos da seleção nacional em solo brasileiro, entre outros motivos. Como consequência, o futebol brasileiro e sua seleção passam a estar intrinsecamente ligados à lógica transnacional do capital (ALVITO, 2006).

Com derrotas e vitórias em campo, os simbolismos em torno da seleção brasileira e da camisa passaram a ser ligados mais estritamente ao campo esportivo, sendo que o uniforme amarelo passou por quase todo o período da “Nova República” indiferente às divergências ideológicas entre políticos e eleitores. O próprio desempenho em campo da seleção não teve relação com os resultados eleitorais do país, apesar de Copa do Mundo e Eleições presidenciais coincidirem no mesmo ano desde 1994. O Brasil foi campeão em 1994, derrotado na final de 1998, mas, independentemente disso, Fernando Henrique Cardoso foi eleito e reeleito presidente. O título em 2002 não ajudou o PSDB a se manter na presidência e Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), venceu. A seleção brasileira não venceu os mundiais de 2006 e 2010, e o PT continuou no comando do Poder Executivo Federal, com Lula e, posteriormente, Dilma Rousseff, eleita para o primeiro mandato à época.

No entanto, nos últimos quatro anos, suspeita-se que a “amarelinha” foi interpretada como elemento de divisão política do país. Parte dos simpatizantes do *impeachment* da então-presidente Dilma Rousseff (já em seu segundo mandato, entre 2015 e 2016), e posteriormente da candidatura considerada de “extrema-direita”

(STUENKEL, 2019) de Jair Bolsonaro à presidência em 2018, foram às ruas protestar vestidos com a camisa amarela da seleção brasileira.

Acreditamos que essas mobilizações de rua são reflexo, na história recente do país, de um reposicionamento da representação da identidade nacional, da qual fazem parte a “amarelinha” e a seleção brasileira.

Com todas essas ressignificações o longo do tempo, a camisa amarela da seleção já foi interpretada como identificação do “ser brasileiro”, como a representação da nação, como uma associação do estilo de jogo, como um símbolo de um governo e produto altamente rentável. Cada uma dessas representações indicadas permanecem no imaginário nacional, podendo ser acionadas em determinados contextos (MOSTARO e FONTENELLE, 2018: 7)

Ao definir o conceito de “imaginário”, retomamos a Serbena (2007), que o caracteriza como campo não-cognitivo em que são constituídas representações culturais, que, por sua vez se articulam através de símbolos. O imaginário estaria em todas as sociedades e exerceria funções políticas, já que ele atua nas tarefas de legitimação e afetação para que interesses de grupos sociais tenham poder.

Não é o objeto deste trabalho se aprofundar em razões antropológicas e sociológicas do uso da camisa amarela pelos grupos ditos “conservadores”, que têm ido às ruas em protestos (TELLES, 2015). Mesmo assim, é importante retomar o cenário de crise política que, interpretamos, contribuiu para transformações discursivas e desaguou em fenômenos como a apropriação recente da camisa por este grupo político.

3 - CRISE DE REPRESENTATIVIDADE E COPA DO MUNDO: O BRASIL EM DISPUTAS PELA BOLA E PELO PODER

3.1 – Manifestações de 2013 e a Copa das Confederações

Apesar de ser o time mais vitorioso da história do futebol, faltava à seleção brasileira um título mundial em casa. Entre as grandes seleções do futebol, o Brasil era até então a única potência que não tinha esse feito – e ainda não o possui. Em 30 de outubro de 2007, foi oficializada pela FIFA (Federação Internacional de Futebol

Associada) essa nova oportunidade para o time pentacampeão do mundo. Em 2014, o vigésimo Mundial de Futebol seria no Brasil². O que se testemunhou nos anos seguintes foi a intensa preparação para o torneio e que afetou o cotidiano urbano nas cidades-sede; a especulação imobiliária, a elevação do custo de vida nesses centros urbanos e as mudanças na cultura de torcer no futebol brasileiro por conta das milionárias obras nos estádios que receberiam os jogos. Após cinco anos de mobilização por parte das diferentes autoridades e agentes econômicos, o ano de 2013 iniciaria, em tese, com o evento teste da Copa das Confederações, um ciclo de mobilização torcedora em torno da seleção brasileira, com rituais culturais prévios e durante os torneios futebolísticos de grande porte nos quais o país participa (concentração de pessoas em locais públicos para acompanhar os jogos, o uso da camisa amarela do time, faixas e bandeiras do Brasil). O ápice e desfecho desta ritualização seria a Copa do Mundo no ano seguinte.

No entanto, além do desempenho irregular e pouco animador da seleção brasileira às vésperas da Copa das Confederações, as manifestações, conhecidas como “Jornadas de Junho”, que levaram milhões de pessoas às ruas das principais cidades brasileiras, confrontaram a percepção dos dirigentes da FIFA, entidade supranacional responsável pela organização do torneio. Inicialmente, a pauta dos atos foi a crítica suprapartidária ao aumento do preço do transporte público. Destaca-se que, em Porto Alegre, em março de 2013, já relatava movimento semelhante por passagens mais baratas (DAMO, 2013).

Na fase inicial das manifestações, pode-se constatar a presença de diversos segmentos sociais (SOLANO, ALCADIPANI, 2014). No entanto, as lideranças da fase inicial dos protestos, os integrantes do Movimento Passe Livre (MPL), e outros movimentos sociais de caráter progressista foram deliberada e gradativamente reduzindo suas atuações nos atos ao longo de junho conforme a pauta reivindicada (a redução no preço das passagens de ônibus) foi sendo atendida pelos governos locais.

“Estamos na rua para barrar o aumento, para que a passagem retorne aos R\$ 3. Esse negócio de colocar várias pautas e tentar pautar o movimento não nos agrada. Tem muita gente querendo colocar a própria pauta nos atos, e tentamos combater isso porque é um risco

² Brasil é confirmado como sede da Copa-2014 e já vê briga interna”. UOL, Zurique, 30 de outubro de 2007. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2007/10/30/ult59u135209.jhtm> > Acesso em 2 de outubro de 2019

para nós. Vamos continuar nas ruas até que a passagem volte ao preço de R\$ 3”. (Luiz Mandetta, liderança do MPL, em entrevista à Revista “Fórum” publicada em 18 de junho de 2013)³

No dia seguinte, dia 19 de junho, o então prefeito de São Paulo, Fernando Haddad (PT) e o então governador de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB) anunciaram a redução da tarifa de ônibus e trens do Metrô e da CPTM (Companhia Paulistana de Trens Metropolitanos) ⁴. O valor das tarifas, de R\$ 3,20, voltou a custar R\$ 3. No dia 21 de junho, quase 60 cidades já tinham reduzido o valor das passagens, segundo o jornal “O Globo”. Outro motivo para a saída dos atos foi a presença de grupos alheios e infiltrados às pautas originais, como explicou a representante do “Consulta Popular” Fátima Sandalhel, ligado ao MPL, em entrevista coletiva no dia 20 de junho de 2013:

“Desde o protesto de segunda-feira (dia 17 de junho de 2013, já sentíamos que a manifestação estava ganhando características conservadoras. A direita instrumentaliza pessoas que não têm informação, infelizmente. Estão organizados para expelir as organizações” (O GLOBO, 21 de Junho de 2013)⁵

Como pano de fundo das manifestações, estavam as contradições representadas pelo alto grau de exigências da FIFA para o Brasil sediar as Copas das Confederações e do Mundo, os bilionários custos para a sua realização – 24 bilhões de reais (CHADE, 2015) - e as ainda dificuldades sociais de um país em ascensão econômica e com prestígio internacional, porém que mantinha pouco alteradas as estruturas históricas e mantenedoras da desigualdade. Fauré (2015) menciona uma pesquisa realizada em junho de 2013 para o jornal “O Globo” e que apresenta, em ordem de prioridade, as pautas mais lembradas pelos manifestantes: o sistema político (54%), a saúde (37%), os

³ Disponível em: <https://revistaforum.com.br/noticias/exclusivo-mpl-nao-vamos-permitir-que-parasitem-na-nossa-pauta/> > Acesso em 2 de outubro de 2019

⁴ “Haddad e Alckmin anunciam redução de tarifas do transporte público em SP”. Estado de São Paulo, São Paulo, 19 de junho de 2013. Disponível: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,haddad-e-alckmin-anunciam-reducao-de-tarifas-do-transporte-publico-em-sp,1044416> > Acesso em 2 de outubro de 2019.

⁵ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/movimento-passe-livre-sai-de-protesto-nao-levanta-bandeiras-8764635> > Acesso em 2 de outubro de 2019

gastos com a Copa do Mundo (31%), a educação (30%), a segurança, a justiça e a polícia (14%).

Tais contradições teriam levado a opinião pública a cobrar, para os serviços públicos, a mesma eficiência e qualidade exigidas pela entidade máxima do futebol para a realização do mundial de futebol, o proclamado “Padrão FIFA”. Foi nesse clima que as manifestações adquiriram maior mobilização, participação e engajamento em todos os 26 estados do Brasil e o Distrito Federal, com novas e difusas reivindicações contra a Copa do Mundo, adquirido “uma tonalidade verde e amarela, com discursos moralizantes, por vezes avessos e noutras agressivos em relação às instituições políticas tradicionais” (DAMO, 2013:3) e marcadas pelo uso de “slogans do tipo ‘o gigante acordou’, ‘verás que um filho teu não foge à luta’ e coisas do gênero, que denotavam um viés nacionalista via de regra identificado com tendências conservadoras” (DAMO, 2013: 17).

“A suposta ‘surpresa’ começou durante a Copa das Confederações. em 2013, com imagens que deram a volta ao mundo [...] Foi fora dos estádios que o torneio entrou para a história do futebol, em quinze dias que abalaram a estrutura da FIFA, pegaram o governo Dilma Rousseff desprevenido e chegaram a questionar a capacidade do Brasil manter o evento até o final [...]. Nas ruas, estudantes, profissionais e cidadãos comuns levantaram cartazes que o mundo teve sérias dificuldades em aceitar: o Brasil, país do futebol questionava a legitimidade de uma Copa do Mundo”. (CHADE, 2015: 299 e 300)

A perda de representatividade da pauta que havia inicialmente se destacado de forma mais contundente nos atos (a da redução das passagens) e a menor participação dos movimentos sociais ligados a ela e que, apesar de se intitulem ‘apartidários’, possuíam afinidades político-ideológicas a partidos de esquerda, sobretudo o Partido dos Trabalhadores (PT), trouxe uma nova dinâmica aos atos:

“O quadro que se apresentava era o de discursos autocontidos, que não se comunicavam com os outros que circulavam nas manifestações. O que restava, portanto, era uma maioria fragmentada de manifestantes [...] de setores menos populares do que aqueles aos quais pertenciam os costumeiros usuários desses serviços públicos. Essas demandas não eram marcadas ideologicamente; eram, entretanto, contra a política; exemplos de cartazes trazidos pelos manifestantes são ilustrativos: “o

povo unido não precisa de partido”; “ou para a roubalheira ou paramos o Brasil”; “meu partido é meu país”; “mensalão na cadeia” (PINTO, 2017: 134 e 135)

Curi (2017:78) também destaca este redirecionamento:

“Observei nas maiores manifestações a ausência de símbolos e bandeiras de partidos políticos. Na televisão foram exibidas agressões a portadores de bandeiras de partidos de esquerda, que insistiam em participar. A pauta se tornou mais conservadora e direitista. Isso excluiu os partidos de esquerda e direcionou a pauta para os interesses das pessoas que têm a autoestima a partir de sua posição social para se sentirem os verdadeiros representantes do Brasil”.

A popularidade da presidente Dilma Rousseff alcançou o recorde de 79%, segundo o IBOPE, em março de 2013⁶. Elementos referenciais nessa nova fase das jornadas de Junho de 2013 e citados por Pinto (2017) podem ter resultado, como consequência, a queda em 27 pontos percentuais da presidente Dilma após os protestos, segundo o “DataFolha”⁷ e um rearranjo das pautas, muito mais próximo da matéria-prima que gestou a construção social da realidade das manifestações de 2015 pró-*impeachment* da presidente reeleita.

3.2 – Copa do Mundo de 2014 e eleições

O componente “Copa do Mundo” teria sido catalisador de uma narrativa crítica ao governo tanto por movimentos à esquerda quanto à direita, apesar de protestos no ano do mundial terem sido bem mais tímidos em termos de adesão do público e capilaridade pelo território nacional. Comitês Populares anti-Copa, apesar da inclinação ao MST, PT, CUT e às políticas públicas de esquerda, manifestavam a indignação pelo fato de o mundial de futebol promover remoções e ter levado o governo a debater uma

⁶ Disponível em <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2013-03-19/popularidade-de-dilma-bate-novo-recorde-e-sobe-para-79-diz-ibope.html> > Acesso em 2 de outubro de 2019

⁷ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/06/1303541-popularidade-de-dilma-cai-27-pontos-apos-protestos.shtml> > Acesso em 2 de outubro de 2019

proposta de “Lei Anti-terrorismo”⁸, que aumentaria o aparato preventivo e repressivo em nome da Segurança Nacional. Além disso, para setores da imprensa e da classe média, a Copa também era vista como sinônimo de corrupção (a partir de denúncias de irregularidades e superfaturamentos em obras de estádios e de mobilidade urbana), incompetência, atrasos no cronograma de planejamento e submissão do governo à FIFA e ao seu caderno de responsabilidades, conhecido como “Padrão FIFA”. O tom adotado pela imprensa na cobertura pré-Copa também teve significativa participação na construção social pessimista do que seria o Mundial de futebol, e de onde se reforçou o estigma de apreensão e incerteza representado pelas alcunhas “Não vai ter Copa” e “Imagina na Copa”.

Como o evento foi realizado no Brasil, o ataque oposicionista centrou-se na profecia do caos. Para isso, foi conveniente o lema das manifestações de 2013 ameaçando: “Não vai ter Copa”. Entre as previsões catastrofistas estavam uma epidemia de dengue, queda de estádios e ataques terroristas”. (GASTALDO, 2017: 169 e 170)

Às vésperas do megaevento de 2014 no Brasil, a Copa estava pouco ligada aos rituais e comportamentos coletivos comumente vistos nos torcedores e associados à participação da seleção brasileira no mundial de futebol. Historicamente, essa mobilização que a cada quatro anos “para” e impõe momentaneamente um novo cotidiano ao país, descrita por Gastaldo (2003) é um dos principais elementos agregadores do imaginário coletivo nacional. A Copa do Mundo em 2014 no Brasil discursivamente passou a se associar à “corrupção”, “gastos desnecessários”, “incompetência” do Governo Dilma, gerando até o pontapé inicial do torneio, pouca expectativa no torcedor em geral. Nem a reviravolta em campo, com a atuação de gala inesperada e o título da seleção brasileira na Copa das Confederações do ano anterior, que credenciou o time treinado por Luiz Felipe Scolari ao hexacampeonato em casa, reverteu esse “sentimento” em parte da população.

⁸ Lei nacional nº 13.260/2016, de autoria do Poder Executivo que trata da tipificação, julgamento e punição para crimes de natureza terrorista no território nacional do Brasil. Em 2014, era apenas um proposta sob análise por conta da realização dos megaeventos esportivos como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. É vista por movimentos sociais como incentivadora à criminalização de manifestações políticas.

Originalmente técnica, a expressão ‘Padrão FIFA’ se tornou um bordão que alcançou a linguagem das ruas, negativando tudo aquilo de melhor que a Copa poderia apresentar em relação ao que as instituições sociais não poderiam oferecer, e nesse jogo de empurra-empurra semântico a condenação da Copa transformou-se em bandeira política (TOLEDO, 2017: 124 e 125)

Acreditamos que esta atmosfera teve como provável estimulante o fato de o Brasil ter a responsabilidade política em relação ao torneio (não apenas a esportiva) na qual as atenções da imprensa, das autoridades e da opinião pública no país-sede costumam agregar mais componentes políticos, e o enfoque no desempenho esportivo deixa de ser o único em debate. O agendamento prévio da imprensa, portanto, teria tido o viés de desgastar a organização do evento e consequentemente o Governo Federal, durante os anos prévios aos torneios em solo brasileiro.

“O futebol no Brasil tem cumprido papel preponderante neste processo [de construção da nação] produzindo experiências que propiciam a vivência de uma ‘comunidade moral dos brasileiros’. Situando-se como veículo catalisador de brasilidade, quase todos os seus eventos são redimensionados, assumindo significados que, de modo algum, podem ser imediatamente deduzidos do esporte em si” (GUEDES, 1977 *apud*. GASTALDO, 2002: 197)

Neste contexto, o episódio dos xingamentos coletivos na abertura do mundial de 2014⁹ foi o ‘ensaio geral’ do que viria a acontecer de forma mais intensa e frequente a partir de 2015, com grandes manifestações - as maiores desde a redemocratização - para afastar o PT do Governo Federal, lideradas por uma parcela elitizada, branca¹⁰ e que usava à exaustão símbolos representativos que forjaram a identidade nacional brasileira (camisa da seleção brasileira, cores verde e amarela, bandeira e hino nacionais). Naquele jogo, o futebol foi colocado em segundo plano em dois momentos do segundo tempo do jogo, para a realização de um ato político de cunho anti-petista, já que ecoaram gritos de “Ei Dilma, vai tomar no cu”. Até no dia daquela que é considerada “a maior derrota da seleção brasileira em Copas”, o 7 a 1 sofrido na semifinal contra a

⁹ “Dilma é hostilizada durante abertura da Copa do Mundo em São Paulo”. G1, o portal de notícias da Globo. São Paulo, 12 de Junho. Disponível em : <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/06/dilma-e-hostilizada-durante-abertura-da-copa-do-mundo-em-sao-paulo.html> > Acesso em 2 de outubro de 2019

Alemanha, houve gritos contra a presidente Dilma Rousseff, incluída no pacote de vilões da derrota em Belo Horizonte e no qual estava também o técnico Luiz Felipe Scolari e o atacante Fred (CURI, 2017).

Na corrida presidencial 2014, é possível observar a veiculação de representações estéticas do que comporia a narrativa política de direita, opositora ao primeiro mandato de Dilma Rousseff e à sua reeleição. No último programa da campanha do candidato Aécio Neves, veiculado em 24 de outubro, o vídeo exalta as cores verde e amarelo em abundância, exibia imagens de eleitores com camisas da seleção e similares ao time nacional de futebol, e manifestações de apoio em locais elitizados das principais cidades brasileiras, onde se repetiram os atos de 2015 e 2016, como a praia de Copacabana, no Rio de Janeiro. Em um trecho dessa propaganda eleitoral, o locutor afirma aos eleitores: “No dia das eleições, você pode votar em um partido, ou votar no Brasil [...] No dia 26, que tal votar no Brasil?”¹⁰. Na sequência, eleitores declaram, no já conhecido “O povo fala”, por que votariam em Aécio, e um deles diz “Fora Dilma”, grito de guerra típico das passeatas *pró-impeachment* a partir do ano seguinte. O programa se encerra com a execução completa do hino nacional e uma denúncia da Revista “Veja”, de um suposto caso de corrupção no governo Dilma.

Apesar de a campanha de Dilma Rousseff no segundo turno também ter investido nas presenças das cores verde e amarelo em bottons, adesivos e programas do horário político-eleitoral, no dia da votação o uso ou não desses símbolos pátrios era fator de diferenciação entre os eleitores de Aécio Neves ou Dilma Rousseff, como relata o jornal “El País”, em 26 de outubro de 2014¹¹.

“Em São Paulo, os paulistanos aproveitaram a manhã para correr, andar de bicicleta e votar, vestindo azul pelo PSDB, ou vermelho pelo PT [...] Os eleitores de Aécio também se vestiram com camisas da seleção brasileira”

Apesar de ter sido eleita e não ter perdido eleitores de forma imediata, “o governo Dilma, o terceiro do Partido dos Trabalhadores, havia perdido a possibilidade

¹⁰ “Veja o último programa eleitoral de Aécio Neves antes da eleição (24/10/2014)”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wG5rxLI13q0> > Acesso em 2 de outubro de 2019

¹¹ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/26/politica/1414337499_841458.html > Acesso em 2 de outubro de 2019

de se significar discursivamente, em outras palavras, dar sentido às suas próprias ações” (PINTO, 2017: 140).

Tampouco é objeto deste trabalho a análise discursiva das campanhas presidenciais de 2014. Porém, em uma contextualização prévia, política, histórica, midiática e discursiva, a campanha político-eleitoral de Aécio Neves possui elementos narrativos capazes de reforçar representações estéticas e simbólicas que seriam vistas nas manifestações de grupos conservadores entre 2015 e 2019, entre elas o uso da camisa da seleção brasileira de futebol.

A vitória de Dilma Rousseff sobre o candidato do PSDB Aécio Neves, com a margem de 3,28% dos votos (TSE, 2014), foi a menor desde a redemocratização. Apesar da definição da disputa eleitoral, constatou-se uma série de tentativas desestabilizadoras do novo mandato da presidente. A oposição, liderada pelo PSDB, pediu, ainda em 2014, à Justiça Eleitoral a auditoria da votação do segundo turno¹², a anulação da chapa vitoriosa ao Tribunal Superior Eleitoral¹³ e, em 2015, o *impeachment* de Dilma Rousseff, a partir de março daquele ano.

A vitória na eleição presidencial de 2014 do Partido dos Trabalhadores poderia simbolizar a legitimidade e força política dessa corrente político-partidária. Mas foram grupos políticos conservadores de direita que ganharam fôlego, tendo uma votação que, em eleições anteriores, não haviam obtido (PINTO, 2017). E assim, conseguiram nos primeiros meses do segundo mandato de Dilma Rousseff, mobilizar as maiores manifestações de rua da história recente do país com hábil exploração retórica em plataformas digitais de comunicação, “encontrando nas mídias sociais um espaço para expandir sua clientela” (TELLES, 2015, p. 38).

¹² “PSDB de Aécio Neves pede auditoria na votação”. Estado de São Paulo, Brasília, 30 de outubro de 2014. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,psdb-de-aecio-neves-pede-auditoria-na-votacao,1585755> > Acesso em 2 de outubro de 2019

¹³ “PSDB pede ao TSE cassação de registro de Dilma e diplomação de Aécio como presidente”. Estado de São Paulo, Brasília, 18 de dezembro de 2014. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/noticias/geral,psdb-pede-ao-tse-cassacao-de-registro-de-dilma-e-diplomacao-de-aecio-como-presidente,1609441> > Acesso em 2 de outubro de 2019

3.3 – Manifestações, impeachment e o “clima de Copa”

Nos últimos quatro anos, esse ciclo de manifestações de rua marcadas para os domingos e de caráter conservador tem marcado a política nacional. Nestas manifestações, o ato de vestir a camisa amarela oficial da seleção brasileira ou em alusão à seleção brasileira tem sido um dos elementos simbólicos relacionados aos defensores do *impeachment* da então-presidente Dilma Rousseff, assim como o hasteamento da bandeira nacional e o ato de cantar o hino nacional.

“O mote era ‘*impeachment* de Dilma Rousseff’; toda e qualquer outra questão era decorrente dessa questão central. Desapareceram os temas sociais, políticos e econômicos. Nas manifestações em todo o Brasil, lia-se nos cartazes: ‘A nossa bandeira jamais será vermelha’; ‘Chega de doutrinação marxista’; ‘Basta de Paulo Freire’, ‘O Brasil não será uma Cuba’; ‘O PT é o câncer do Brasil’”. (PINTO, 2017:138)

O que se vê nestas manifestações e que se prolongam até hoje (em menor número de adesão dos participantes e com algumas alterações na pauta de reivindicações), poderia muito bem ser confundida com imagens típicas de uma mobilização para se acompanhar uma partida de futebol decisiva da seleção brasileira em Copa do Mundo. É importante lembrar que uma das forças de mobilização da Copa do Mundo tem a ver com o duelo de nações e identidades em campo, de forma que uma seleção de onze titulares mais os 12 reservas representaria o país como um todo (AMARO, MOSTARO, HELAL, 2014). No caso do *impeachment*, podemos fazer a comparação entre o duelo das nações a favor e contra a destituição da então presidente Dilma Rousseff.

As votações de admissibilidade do *impeachment* de Dilma Rousseff que se sucederam no Congresso Nacional ao longo do processo, sobretudo a ocorrida no dia 17 de abril de 2016, um domingo à tarde, na Câmara dos Deputados, explicitaram rituais, por parte dos apoiadores do *impeachment*, semelhantes aos documentados por Gastaldo (2009) durante pesquisa acerca do comportamento de torcedores brasileiros nos jogos do mundial da Alemanha: a congregação de um grupo que tinha um objetivo comum (vencer “a partida do *impeachment*”); a camisa amarela da seleção assim como outros tons de verde e amarelo no vestuário como símbolos de conexão, pertencimento e socialização neste grupo; o cantar do hino nacional; a vibração típica de gol em cada

voto dado a favor do *impeachment*; e a apoteose quando do resultado definitivo, com o uso de fogos, cornetas, “buzinaços” e “apitaços” (FIGURA 1)¹⁴.

Algumas representações da cobertura da imprensa capturam essas semelhanças. Reportagem no site da Revista semanal “Época”, do próprio dia da votação do processo na Câmara dos Deputados (17 de abril de 2016) têm como título: “Pró-*Impeachment*, Avenida Paulista tem clima de festa da Copa”; “Camisetas da seleção, vuvuzelas, cerveja holandesa, coreografias e comemoração, na derrota de Dilma na votação da Câmara”¹⁵.

“Quando o sétimo voto a favor da abertura do processo foi dado no plenário da Câmara dos Deputados em Brasília, e o placar marcava apenas um a favor do governo vuvuzelas estouraram, aplausos eclodiram e gritos de ‘É 7 x 1! É 7 x 1’ ecoaram pela Avenida Paulista, numa analogia à derrota do Brasil pelo mesmo placar contra a Alemanha, durante a Copa do Mundo de 2014”.



FIGURA 1. Crédito: Nacho Doce (Reuters)

Outra reportagem, no site da revista “Exame”, na véspera da mesma votação na Câmara dos Deputados, destaca outro ritual típico da torcida brasileira em Copas do Mundo e que foi incorporado à polarização política: “Bares esperam clima de Copa

¹⁴ Disponível em: “Camisa da seleção, o símbolo contaminado por rixas ideológicas e as negociatas dos cartolas”. El País, São Paulo, 17 de junho de 2018. Acesso em 2 de outubro de 2019. https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/16/deportes/1529108134_704637.html

¹⁵ Disponível em: <https://epoca.globo.com/tempo/noticia/2016/04/votacao-do-impeachment-tem-clima-de-copa-do-mundo-em-sao-paulo.html> > Acesso em 2 de outubro de 2019

durante votação do *impeachment*”; “Com um clima de final de campeonato mata-mata, a cidade de São Paulo se divide entre regiões a favor e contra o impedimento da presidente”¹⁶.

“Quase dois anos depois da Copa do Mundo, a expectativa é que o bairro da zona oeste (Vila Madalena) tenha um dia de bandeirinhas e camisetas da seleção de novo no domingo. O bar Posto 6 (Rua Aspicuelta, 644) vai abrir e ficar o tempo todo exibindo a votação. ‘As pessoas estão ligando para saber se vamos transmitir ou não, pois querem comemorar. E vamos faturar então, né? Tirar um pouco dessa crise’, afirma Fábio Salomão, dono do estabelecimento.”

Paradoxalmente, esses relatos mencionados acima indicam que, embora o tão conhecido “clima de Copa” presente um pouco antes e durante o torneio de futebol, tenha demorado a chegar no contexto do mundial de 2014, características desse “clima” continuaram presentes por muito tempo após o término dos jogos, o que foi diferente do comportamento da sociedade brasileira em mundiais anteriores. Mas agora este clima, que faz o país vestir verde e amarelo, está atrelado ao campo político, mesmo que a Copa do Mundo não tenha sido tema diretamente abordado durante a campanha presidencial de 2014. Apesar de o campeonato no Brasil ter sido elogiado, dentro e fora de campo pela imprensa internacional¹⁷, o único tema relativo ao mundial e usado pelo governo Dilma Rousseff durante a campanha foi a ampliação, para todas as capitais brasileiras, dos Centros de Segurança Integrada construídos para as cidades-sede da Copa. Nem mesmo a oposição fez uso retórico, durante a campanha, de eventuais problemas de organização que invariavelmente todo torneio do porte da Copa do Mundo possui.

Reforçamos que essa articulação com características estéticas de “Torcida de Copa do Mundo” seria mais restrita, aos simpatizantes do espectro político conservador. O processo de instrumentalização política da camisa da seleção brasileira, portanto, não

¹⁶ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/bares-esperam-clima-de-copa-durante-votacao-do-impeachment/> > Acesso em 2 de outubro de 2019

¹⁷ “Por que a BBC aponta a Copa de 2014 como melhor da história”. “Revista Exame”. 11 de julho de 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/copa-no-brasil-e-a-melhor-da-historia-decreta-bbc/>

foi harmônico e coeso dado o clima de polarização política iniciado pela eleição de 2014 e que foi nutrido pela votação do *impeachment*.

3.4 - Rejeição à “Amarelinha”

Assim como em 1970, quando contribuiu para a promoção da imagem do Regime Militar (MOSTARO, 2010), a seleção brasileira – e seu principal símbolo, a camisa amarela - voltam a estar envolvidas em um debate que mistura as paixões políticas e futebolísticas 48 anos depois. Mostaro e Fontenelle (2018) destacam um mapeamento quantitativo realizado durante a Copa do Mundo sobre as narrativas em torno da camisa da seleção brasileira. A pesquisa começou no primeiro dia de competição (pela fase de pico do engajamento do público com o torneio, a partir do jogo de abertura do mundial) e foi encerrada no dia da eliminação da equipe comandada por Tite diante da Bélgica nas quartas-de-final, para evitar que a derrota em campo influenciasse o levantamento. Duzentas e dezesseis pessoas responderam ao formulário digital. 82,6% afirmaram “já ter comprado uma camisa oficial da seleção brasileira”; 61% “já compraram alguma blusa amarela em alusão à camisa da seleção brasileira e usaram durante a Copa do Mundo”; 43,9 % “acreditam que a camisa virou uma espécie de marca de um movimento político”; 21,4% “deixaram ou deixarão de usar a camisa da seleção brasileira devido à alusão aos protestos” (46,2% “não deixaram ou deixarão de usar a camisa da seleção brasileira”; 21% “continuarão usando a camisa da seleção apesar de não concordarem com os protestos que pediam a saída de Dilma.

No dia 12 de junho do ano passado, portanto dois dias antes da abertura da Copa na Rússia, reportagem no site do jornal “Estado de Minas” destacava no título: “Camisa da seleção vira problema para torcedor que foi contra o *Impeachment*”¹⁸

“Misturando futebol e protesto político, a designer mineira Luísa dos Anjos Cardoso lançou uma camisa vermelha inédita para a Seleção. Inicialmente, a camisa vermelha tinha o escudo da CBF, mas nas versões mais recentes o símbolo da entidade foi excluído. Em um vídeo publicado na sua rede social, a mineira afirmou que a ideia da camisa surgiu do incômodo dela e de amigos em torcer pela Seleção

¹⁸ Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/06/12/interna_politica,966153/camisa-da-selecao-vira-problema-para-torcedor-contr-impeachment.shtml > Acesso em 2 de outubro de 2019

usando a camisa oficial da CBF após vestimenta ser usada por manifestantes da direita”.

A reportagem intitulada “A camisa amarela do Brasil perdeu espaço – e é culpa da política”¹⁹, publicada no site da revista “Exame” em 15 de junho de 2018, um dia após a abertura da Copa, relaciona a nova representação política presente na “Amarelinha” com o crescimento na venda do segundo uniforme da seleção, predominantemente azul, e que, portanto, não estaria contaminado pelo uso em protestos

“A polêmica em torno da camisa impactou as vendas e o uniforme reserva ganha espaço em cima da camisa “ouro samba”. Se, na última Copa, de cada dez camisas compradas, nove eram amarelas e uma azul, agora, de cada dez camisas compradas, sete são amarelas e três são azuis, de acordo com a Netshoes” (loja especializada na comercialização de artigos esportivos).

Símbolo da ala “Manifestoches”, no desfile da Escola de Samba Paraíso da Tuiuti, vice-campeã do Carnaval do Rio de Janeiro de 2018 (FIGURA 2)²⁰, a camisa foi usada para satirizar os manifestantes vestidos com o uniforme alusivos ao da seleção brasileira e que carregavam o pato amarelo da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), outro símbolo dos protestos pelo *impeachment* de Dilma Rousseff, no enredo “Meu Deus, meu deus, está extinta a escravidão?”.

¹⁹ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/vies-politico-afeta-vendas-da-camisa-amarela-da-selecao-brasileira/> > Acesso em 2 de outubro de 2019

²⁰ “Com desfile político, Tuiuti se torna assunto mais comentado na internet”. Correio Braziliense, Rio de Janeiro, 12 de fevereiro de 2018. Acesso em 14 de outubro de 2019. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/carnaval2018/2018/02/12/noticia_interna_carnaval2018,659488/com-desfile-politico-tuiuti-se-torna-assunto-mais-comentado-twitter.shtml



FIGURA 2. Crédito: AFP

Já a coluna publicada por Oliver Stuenkel em 15 de junho deste ano no site da versão brasileira do jornal “El País” e intitulada “É preciso resgatar da extrema direita os símbolos nacionais”²¹, o professor de Relações Internacionais da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo usa o exemplo da camisa amarela da seleção brasileira para ilustrar a apropriação de um símbolo pátrio no contexto contemporâneo da ascensão do conservadorismo em escala global:

“Em um fim de semana recente, ao sair de casa para correr no Parque Ibirapuera, em São Paulo, minha mulher questionou a escolha da minha camisa – da seleção brasileira. “Vão achar que você é bolsominion”, alertou e me lembrou das manifestações pró-governo previstas para o dia seguinte na Avenida Paulista. Ainda que um pouco apreensivo, acabei portando minha camiseta da seleção brasileira naquele sábado no Parque Ibirapuera”.

Mais recentemente, nas redes sociais, circularam “memes” criticando e ironizando a participação de apoiadores de direita em atos a favor do Governo Bolsonaro e do ex-juiz e atual ministro da Justiça Sérgio Moro realizados no dia 30 de junho de 2019. O meme abaixo compara os manifestantes a um boi (animal tipicamente

²¹ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/12/opinion/1560348817_282472.html

manso, obediente e, em certas circunstâncias, submisso ao dono apesar do porte), cuja vestimenta era representada pelo uniforme principal da seleção brasileira de futebol (FIGURA 3).

Parada do Orgulho Gado, 2019.



FIGURA 3. REPRODUÇÃO DA INTERNET

Ao longo do que foi exposto até aqui neste trabalho, é possível observar um processo de construção da identidade nacional brasileira, no qual a camisa amarela teve papel fundamental como símbolo agregador, bem como foi usada com finalidades para além do futebol em determinados momentos históricos do Brasil, como vem acontecendo desde 2015.

Em meio à polarização política nacional, acreditamos que o uso da camisa amarela da seleção por um setor conservador em protestos de rua e a rejeição dela por outros grupos políticos, como já foi demonstrado neste trabalho, não está dissociado de uma transformação discursiva, na qual haveria o recrudescimento conservador e nacionalista ligado à camisa amarela. Longe de ser apenas um fenômeno brasileiro, o sequestro dos símbolos nacionais por grupos identificados como de “extrema-direita” é um mecanismo amplamente usado em diversos países e faz parte de uma estratégia elaborada de confundir Estado e nação com um partido (LÖWY, 2015). Voltando ao contexto brasileiro, mais precisamente, a camisa da seleção brasileira não deixa de ter também uma conotação de enfrentamento político em um momento de mudanças. E a mídia tradicional não deixa de ser um espaço em que interpretações sobre a camisa

amarela da seleção podem ser disputadas por diferentes identidades. Por isso, é importante a realização de estudos sobre a representação de fenômenos políticos e culturais do tipo neste campo.

“A mídia constitui-se, cada vez mais, no *locus* predominante das sociedades contemporâneas. Seja da vida pública, em geral, e do esporte, especificamente. Indivíduos podem reelaborar os sentidos das notícias passadas pelos meios de comunicação (dados os diferentes repertórios culturais que os receptores apresentam, distintos processos de decodificação das mensagens são acionados). Mas é igualmente certo que as visões de parcelas significativas da opinião pública em sociedades altamente midiaticizadas – como a brasileira, por exemplo – são, em alguma medida, influenciadas pelos enquadramentos utilizados pelos veículos de comunicação ao tratarem de determinada questão [...] Em síntese, é crescentemente majoritária a visão de que as identidades decorrem de fenômenos simbólicos e discursivos, de matriz histórico-cultural, e não de essências” (BRINATI e MOSTARO, 2012: 1)

4 - METODOLOGIA

4.1 – Universo da Pesquisa

Verificar-se-ão, portanto, as narrativas jornalísticas decorrentes da cobertura das manifestações de rua lideradas por grupos políticos conservadores entre março de 2015 (mês do primeiro ato público amplo a favor do *impeachment*) e junho de 2019 (a segunda e ampla manifestação a favor do governo de Jair Bolsonaro e do ministro da Justiça Sérgio Moro). O material analisado inclui as reportagens da revista eletrônica “Fantástico” nos dias 15 de março de 2015, 16 de agosto de 2015, 13 de dezembro de 2015, 13 de março de 2016, 30 de setembro de 2018, 21 de outubro de 2018, 28 de outubro de 2019, 26 de maio de 2019 e 30 de junho de 2019. Foram coletadas reportagens que, sob diferentes angulações e durações, tratavam, como pauta, as manifestações a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff, a favor da candidatura de Bolsonaro à presidência e a favor do ministro da Justiça Sérgio Moro após o caso

“Vaza-Jato”²², descrevendo atos tanto nas principais capitais brasileiras quanto no exterior.

4.2 – Caracterização da organização

O “Fantástico” é um programa de televisão brasileiro apresentado aos domingos pela Rede Globo, o principal canal de televisão do Brasil. Estreou em 5 de agosto de 1973, com o formato de revista eletrônica. O programa reúne notícias, reportagens, prestação de serviços e entrevistas, em um formato misto de jornalismo e entretenimento para abordar as temáticas de humor, dramaturgia, esporte, música, investigação, ciência e tecnologia. O programa é rotineiramente exibido das 21h às 23h30 ao vivo no horário de Brasília.

4.3 – Procedimentos de coleta

As nove reportagens somam 67 minutos de veiculação única na programação da TV Globo, em cada edição do programa. No entanto, o material analisado segue disponível para exibição a qualquer momento, de acordo com a demanda da audiência, nas plataformas digitais da emissora, como o serviço “Globo Play”, e o site oficial do programa.

4.4 Tipo de pesquisa

A análise de discurso procura descrever e explicar criticamente os efeitos de sentido produzidos na sociedade por “produtos culturais empíricos em contextos comunicacionais” (PINTO, 1999:7), como discursos políticos, produções de rádio, impresso e tv, publicidade, sem desconectá-los de um contexto cultural no momento em que são produzidos, divulgados e consumidos.

²² Termo pelo qual ficou conhecido, na imprensa brasileira, o vazamento de conversas, no aplicativo Telegram, entre o ex-juiz Sérgio Moro e o procurador do Ministério Público Federal Deltan Dallagnol, no âmbito da Operação Lava Jato. A divulgação das conversas foi feita pelo jornalista americano Glenn Greenwald, do periódico virtual “The Intercept Brasil”, em junho de 2019.

Entre os princípios que vão basear a análise, utilizar-se-ão técnicas quali-quantitativas. A parte quantitativa se caracterizará por localizar o conteúdo, nas reportagens do “Fantástico”, voltado especificamente para demarcar a presença da camisa amarela da seleção brasileira nos protestos. Apesar de algumas dessas reportagens serem mais curtas, em torno de 2 a 3 minutos, enquanto outras, sobretudo as que abriam as edições do “Fantástico” nos dias das manifestações, duravam 14 minutos, a camisa amarela da seleção brasileira era frequentemente exibida em cortes secos a cada 30 segundos em média, nas reportagens, de forma visível e reconhecível como o uniforme do time pentacampeão mundial.

No entanto, sabe-se que, academicamente, resumir uma grande quantidade de textos a categorizações e tabelas de dados não possibilita um amplo entendimento discursivo do objeto pesquisado. A frequência de uma determinada informação na mídia nem sempre é diretamente proporcional à sua influência na constituição de representações no imaginário coletivo dos receptores de uma mensagem.

Por este motivo exposto acima, as técnicas qualitativas neste trabalho vão considerar a articulação entre formações discursivas, para integrar conteúdos explícitos com o que está subentendido e até mesmo “silenciado” (ORLANDI, 1995). Por “formação discursiva” entendemos como:

“Todo o sistema de regras que fundam a unidade de um conjunto de enunciados sócio-historicamente circunscritos, determinando o que pode ser dito a partir de uma dada posição ideológica numa determinada conjuntura” (PINTO, 1999:56).

Assim, se obtém melhores resultados quando se analisam também os papéis desempenhados pelos personagens em cena nas reportagens do “Fantástico” e o momento social de sua exibição. Através dessas análises, teremos um painel abrangente para saber como se caracterizou o posicionamento do “Fantástico”, diante do processo já interpretado neste trabalho como de apropriação de um símbolo pátrio - no caso a camisa da seleção brasileira.

Nossa hipótese é a de que, discursivamente, na construção social de suas reportagens sobre manifestações entre 2015 e 2019, o “Fantástico” contribuiu para reforçar um elo narrativo já previamente elaborado por grupos conservadores entre a camisa amarela da seleção brasileira e conotações ainda pouco familiares sobre ela.

Essa conotação ainda seria atrelada a concepções nacionalistas, como historicamente a “amarelinha” esteve associada (o que já foi descrito neste trabalho). Porém, não tão ligada ao viés da identidade nacional coletiva, como tal representação foi histórica e midiaticamente construída em tempos de Copa do Mundo, e sim um viés mais restrito, que inclui um novo componente: afinidade político-ideológica.

Na história do Brasil pós-redemocratização, tivemos momentos-chave de tensões e mudanças políticas, como o *impeachment* de Collor em 1992 e a chegada ao comando do Poder Executivo Federal, pela primeira vez, de um partido de esquerda, com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva na eleição presidencial de 2002; uma liderança oriunda de segmentos populares (BRAGA E PASQUARELLI, 2011). Mesmo assim, a camisa amarela, especificamente, não havia sido naquele período, até antes da crise política iniciada em 2013, alvo de disputas abertas por apropriação entre grupos políticos historicamente adversários.

Gastaldo (2002: 192 e 193) destaca a força que esse símbolo tem culturalmente para ser alvo dessa apropriação: “Tornada ‘traje nacional’, a camiseta da seleção passa a investir aqueles que a vestem de todo o complexo de atributos positivos associados à nação brasileira, uma vestimenta ritual que afirma de modo inequívoco o pertencimento daquele que a veste aos ‘nossos’ valores”.

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

5.1 – Objetividade jornalística e Princípios editoriais do Grupo Globo

A objetividade é uma das principais características do jornalismo brasileiro desde meados do século XX. Uma das primeiras publicações a incorporar no Brasil o conceito de objetividade, inspirada no modelo estadunidense de rotina de produção de notícias, foi o “Diário Carioca”, em 1950, em contraposição ao viés literário de uma parcela de jornais até então (RIBEIRO, 2003). A objetividade traria “uma mistura de estilo direto, imparcialidade, isenção, neutralidade, distanciamento, alheamento em relação a valores e ideologia.” (AMARAL, 1996: 26). A partir da introdução da objetividade na imprensa americana, consagrou-se a apuração de dados e às entrevistas com especialistas como instrumentos para a contextualização e explicação de

acontecimentos (SCHUDSON, 2014). Assim, estariam resguardados valores como o equilíbrio e a polifonia na enunciação jornalística.

A aplicação irrestrita dos preceitos da objetividade na produção de notícias é vista, no entanto, como inalcançável. Para Bucci (2000), a objetividade perfeita não seria alcançável, dada a inviabilidade de fazer um relato jornalístico perfeita ou idealmente neutro, já que os discursos carregam experiências culturais e valores ideológicos. Já Fishman (1990:11) destaca essa inviabilidade sob a ótica da rotina de produção de notícia em cada veículo de comunicação:

“O noticiário é o resultado dos métodos empregados pelos jornalistas. Se fossem utilizados métodos diferentes, resultariam formas diferentes de noticiários e os públicos conheceriam, de um modo muito diferente, o mundo que está fora de sua experiência direta”

Sem a intenção prioritária de debater a viabilidade ou não da objetividade jornalística, gostaríamos de destacar como a cartilha dos “Princípios Editoriais do Grupo Globo”²³ valoriza esse valor, orientando como o jornalismo deve ser feito em suas empresas de comunicação e para sua audiência:

“Um está na órbita do conhecimento; o outro, da luta político-ideológica. Um jornal de um partido político, por exemplo, não deixa de ser um jornal, mas não pratica jornalismo, não aqui definido: noticia os fatos, analisa-os, opina, mas sempre por um prisma, sempre com um viés, o viés do partido. E sempre com um propósito: o de conquistar seguidores. Faz propaganda. Algo bem diverso de um jornal generalista de informação: este noticia os fatos, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas. Produz conhecimento. O Grupo Globo terá sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar”. (2011, p. 4)

Pode-se concluir, portanto, ao ler este trecho da cartilha que o Grupo teria como princípio o distanciamento e não alinhamento prévio com os valores de instituições que

²³ “Princípios editoriais do Grupo Globo”. G1, o portal de notícias da Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em: 09 de novembro de 2019.

participam do debate político e público, como governos, igrejas, clubes, bancos, partidos. Da mesma forma, a cartilha dá a entender que qualquer jornalismo fora desses preceitos não teria fins informativos, mas de outra ordem, como políticos e publicitários. Cabe à análise que será feita neste trabalho, das reportagens do “Fantástico”, um dos telejornais do Grupo, concordar ou discordar do princípio da objetividade, da forma como ele é expresso na cartilha.

5.2 – Imagem e palavra

Antes de iniciarmos de fato a análise das narrativas presentes nas reportagens do “Fantástico” é preciso antecipar que constatou-se, no material analisado, poucas menções diretas ao termo “camisa amarela da seleção brasileira”, “camisa amarela do Brasil” e/ou similares. Portanto, a presença deste objeto se dá predominantemente através componente visual da narrativa das reportagens analisadas.

Reportagens previamente produzidas sobre as manifestações em verde e amarelo no "Fantástico", entre 2015 e 2019, no Brasil e no exterior (não contam entradas de repórteres ao vivo)		
Data	Duração total	Aparições da camisa, destacada em imagens com foco e primeiro plano frontal
15/03/2015	17 minutos	34 vezes
16/08/2015	12 minutos	25 vezes
13/12/2015	6 minutos	8 vezes
13/03/2016	15 minutos	40 vezes
30/09/2018	2 minutos	5 vezes
21/10/2018	1 minuto	1 vez
26/05/2019	8 minutos	23 vezes
30/06/2019	6 minutos	8 vezes

TABELA 1

De fato, as imagens se constituíram em uma das ferramentas mais poderosas e consumidas na comunicação. Por isso, será importante neste trabalho compreender como as imagens analisadas se articulam com as mensagens que as reportagens veicularam e como elas suscitam interpretações sobre a camisa da seleção brasileira de futebol.

Uma das formas de representação utilizadas pela mídia é o recurso a estereótipos. Mesmo que se trate “apenas” de imagens, elas produzem consequências diretas para com as pessoas ou grupos envolvidos estereotipados, podendo mesmo influenciar o modo pelo qual algumas pessoas pensam e se comportam com relação aos grupos de às pessoas que foram estereotipados” (GASTALDO 2002: 69 e 70)

Trataremos o conceito de “imagem” não se referindo somente à sua ligação com a televisão, mas considerando também o desenho, a pintura, a fotografia e até mesmo situações psíquicas em a imagem não se associa concretamente ao espectro visual, mas nas quais o sujeito produz e se reconhece em imagens, como o sonho. Com base nesse conceito, para Joly (1994), a imagem é aquilo que se insere num processo de representação e analogia, adquirindo funções pedagógicas, de imitação e ressignificação de figuras humanas. Um exemplo seria o das mudanças históricas na interpretação do papel da mulher na sociedade. Orlandi (1995) e Pinto (1999) também destacam que as imagens, assim como sons e depoimentos, compõem a produção de sentidos, o imaginário e a memória coletiva. Em acontecimentos extremos, as imagens até se sobressaem em relação a outros elementos linguísticos no relato jornalístico. O ataque terrorista em 11 de setembro de 2001 ao World Trade Center em Nova Iorque é um desses exemplos, sendo uma das mais eloquentes memórias coletivas a cena do choque das aeronaves sequestradas contra os arranha-céus. “Somos constituídos tanto por recordações de imagens para as quais a experiência nos remete, como por recordações de experiências para as quais as imagens nos remetem” (JOLY, 1994, p. 154).

Joly (1994: 42), no entanto, faz o alerta de que “o primeiro grande princípio a reter é, sem dúvida, que a uma imagem é algo heterogêneo”. No caso da série de imagens sobre manifestantes vestidos com a camisa da seleção brasileira de futebol em meio a faixas e bandeiras nas cores verde e amarela, poder-se-ia supor, sem conhecimento prévio do contexto, tratar-se de uma concentração para assistir a uma partida do país na Copa do Mundo ou de uma manifestação popular com outra pauta política qualquer, não fosse o enquadramento dado pelas reportagens de se tratar de manifestações políticas inicialmente pelo impeachment de Dilma Rousseff, e, posteriormente, a favor da eleição de Bolsonaro para presidente e de seu governo. Joly (1994) destaca que, diante da incapacidade de a imagem captar um único sentido temporal e causal, as palavras a complementam, e vice-versa. “Se admitirmos como verdadeira a relação entre o comentário da imagem e a imagem, julgá-la-emos

verdadeira; se não o admitirmos julgá-la-emos falsa. Tudo depende uma vez mais da expectativa do espectador” (p. 137).

Portanto, para apreender um sentido em específico, uma imagem – ou um conjunto delas, como aqui neste trabalho estamos analisando – é fundamental a filtragem do discurso verbal jornalístico no direcionamento de quais sentidos devem ser evidenciados para a audiência (SOUZA, 1997).

Nesse percurso, Orlandi (1995), destaca invariavelmente a aplicação de um processo de “silenciamento”, no qual a intervenção jornalística, através de formações discursivas verbais, pode colocar-se entre a imagem a priori descontextualizada e suas possíveis representações, reduzindo-a a interpretações específicas e tentando disciplinarizar e cercear o receptor.

“O silêncio é, em suma, a possibilidade do dizer vir a ser outro. No silêncio, o sentido ecoa no sujeito. É esse processo que lhe torna possível perpassar as diferenças dos diferentes processos de identificação, sem, no entanto, perder sua unidade. Senão, atravessado por múltiplos discursos (e essa é a sua realidade), ele se desmancharia em sua dispersão” (ORLANDI 1995: 38).

Diante desse processo de construção enunciativa, Barthes (1964) reconhece o caráter conotativo de toda imagem e apresenta a função denominada de “âncora”, em que o texto verbal se relacionaria com a imagem na composição de uma mensagem. Essa função, segundo Barthes, seria bastante frequente na imprensa a partir do ato de legendar de imagens, ou seja determinar e priorizar específicos sentidos, e deter outros, fluidos, e que estariam presentes no contexto de um fato noticioso.

Evidentemente, o que se espera neste percurso é a constituição de representações e “modos de dizer” (PINTO, 1999) conforme os interesses políticos, econômicos e editoriais de cada veículo de mídia.

5.2 - Representação e Modos de dizer

Pinto destaca três “modos de dizer” na produção de uma mensagem em um processo comunicativo, como o que seria feito pela imprensa. O primeiro deles, chamado de “mostração”, buscaria fazer um recorte espacial, temporal e referencial

sobre um acontecimento e as personagens nele envolvidas. Assim seria construído o “universo discursivo ou mundo do qual se fala um texto” (PINTO, 1999:61). Podemos associar essa definição com o conceito de “construção social da realidade” (BERGER e LUCKMANN, 2014).

O segundo modo de dizer é a interação, que partiria da premissa de se buscar vínculos culturais, de identificação com o interlocutor (no caso das reportagens jornalísticas, a audiência). Segundo Pinto, “a interação consiste em interpelar e estabelecer relações de poder com o receptor, na tentativa de cooptá-lo e de agir sobre ele ou sobre o mundo por seu intermédio (1999:63). O uso de frases e expressões assertivas, imperativas na composição das narrativas são exemplos desse modo de dizer.

E, por fim, o terceiro é o modo de sedução. Este consiste em atribuir a pessoas, objetos e acontecimentos juízos de valor negativos e/ou positivos em formações discursivas, a ponto de gerar afetos favoráveis ou desfavoráveis aos receptores de uma mensagem. Sobre os modos de interagir e seduzir, Pinto faz a ressalva de que cabe ao emissor “reforçar os valores hegemônicos vigentes no interior da instituição em que se dá os processos de comunicação ou de procurar modifica-los segundo novas estratégias discursivas tornadas possíveis por mudanças nas condições sociais de produção” (1999, 64).

Sobre o conceito de “representação”, usamos a definição de Moscovici, que trata a representação como mecanismo de apreensão do efeito de real. Qualquer representação, portanto, seria uma forma de se demonstrar um conhecimento sobre um tema em específico. A representação, segundo Moscovici (1978), poderia ser o mito, a simbologia, uma crença ou o senso comum. A representação, definida dessa forma, teria uma ligação com o poder de orientar o indivíduo em comportamentos, na produção de sentidos e interpretações sobre fatos cotidianos e relações sociais.

Para Moscovici (1981), a representação tem a função de ligar e retomar conotações em tese “não familiares” no imaginário coletivo a uma referência reconhecível, a partir de um processo de classificação discursiva e de atribuição de valores. Isso geraria “identificação” e “pertencimento” (HALL, 2011). Nesse processo, são evidenciadas, retomadas e ressignificadas representações sociais que tentam mostrar com que o mundo, ou pelo menos um contexto social definido e recortado, “seja o que pensamos que é ele é ou deve ser” (MOSCOVICI, 1978: 59). Uma proposta de “efeito de sentido” (PINTO, 1999)

Por “efeito de sentido”, Pinto (1999:14) o caracteriza como “argumentos que se destinam a capturar a aprovação do público pelo lado emocional, criando imagens simpáticas e empáticas do orador e seu público no interior dos discursos”.

No entanto, para consolidar essas representações e “modos de dizer” como “naturais”, Moscovici destaca a importância de, ao transformar o “não familiar” em “reconhecível”, introduzir a narrativa proposta em objetos reais e concretos, em uma “estrutura de imagem que reproduz uma estrutura conceitual de uma maneira visível” (MOSCOVICI, 1981: 27).

A TV Globo detém, sozinha, 55% da audiência nacional (SECOM, 2017)²⁴, e faz parte do Grupo Globo, um dos maiores conglomerados empresariais e midiáticos da América Latina. Diante desta significativa audiência e estrutura corporativa, como a TV Globo apreende representações simbólicas presentes em seus telejornais? Porto (2007, p. 14) destaca que “estes programas são importantes janelas para o mundo da política, uma das fontes mais acessíveis de informação e interpretação à disposição dos brasileiros”.

Isso vai ao encontro do que também destaca Gastaldo (2002: 211) sobre a mídia, que “possui grande potencial ideológico, que se manifesta em seu poder de propor representações e articulações de significados instantaneamente a uma quantidade enorme e indistinta de pessoas”, ainda mais em um mercado concentrado de mídia no Brasil (LIMA, 2003).

No caso específico do “Fantástico”, trata-se de um programa jornalístico e de entretenimento da principal emissora de TV aberta, de alcance nacional e caracterizado, portanto, pela heterogeneidade cultural da audiência. O processo de transmissão de uma mensagem midiática envolve “o uso da linguagem na busca pelo consenso, pelo qual se distribuem os afetos positivos e negativos associado ao universo discursivo em jogo” (PINTO, 1999: 22). A identidade nacional pode ser encarada como uma convenção sociocultural, na qual haveria uma predisposição a ser melhor entendida pela audiência.

As primeiras observações sobre as matérias do “Fantástico” na cobertura das manifestações evidenciam um padrão de construção narrativa. Percebem-se modelos

²⁴ Pesquisa Domiciliar – Avaliação de Governo e Comunicação (Outubro de 2017). Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-domiciliar-avaliacao-de-governo-e-comunicacao-out-17.pdf> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

discursivos, nos quais evidencia-se e reforça-se uma estrutura baseada no conflito “Nós versus Eles” acerca de “quem tem o direito de representar o Brasil” (CURI, 2017: 78). Assim, uma das marcas da narrativa das reportagens é reforçar os atributos positivos dos manifestantes contra o governo de Dilma Rousseff e os negativos do governo Dilma e de seus mentores no Partido dos Trabalhadores. “Se estas representações são compreendidas por outros que não aqueles que as fabricam, é porque existe entre elas um mínimo de convenção sociocultural” (Joly, 1994, p:44). Acreditamos que essa convenção social vem sendo construída bem antes dos protestos de 2015 a partir de uma série de representações negativas sobre o ex-presidente Lula, o governo de Dilma e integrantes do Partido dos Trabalhadores.

Através da prática recorrente do agendamento do debate público, empresas de comunicação defendem suas demandas e buscam influenciar a opinião pública a seu favor, o que inevitavelmente agrada e desagrade atores em uma eventual disputa política e/ou eleitoral, sendo alguns deles privilegiados e outros, marginalizados e estereotipados de forma sistemática (FERES JR. e SASSARA, 2016). Como já mencionado neste trabalho, tivemos na cobertura da imprensa sobre a organização da Copa do Mundo de 2014 um exemplo desse papel desempenhado pela imprensa tradicional. Sobre a cobertura midiática do *Impeachment* de Dilma Rousseff, que teve nas manifestações dominicais de rua um de seus momentos de maior repercussão, Ianoni (2017, p. 143) destaca a reunião de “partidos, parlamentares, elites da burocracia pública do aparato estatal e atores da sociedade civil, em especial os setores organizados e os agentes de mercado, incluindo, a grande mídia oligopolizada”. Segundo Luis Felipe Miguel (2017, p. 115), “tanto jornais e revistas impressas quanto emissoras de rádio e de televisão são controlados por uma pequena quantidade de grupos empresariais – que, com raríssimas exceções, alinham-se aos mesmos interesses políticos”.

Na análise das reportagens, vamos demonstrar como algumas dessas representações e formações discursivas utilizadas pelo “Fantástico” destacavam a camisa da seleção brasileira como um “objeto real”, segundo Moscovici, para endossar discursivamente “modos de dizer”, segundo Pinto, que tinham a finalidade de reforçar para a audiência do programa representações já existentes e agendadas pelos próprios manifestantes e previamente pela imprensa tradicional.

É importante ressaltar, mais uma vez, que, por mais que exista essa proposição de juízos de valor por parte da imprensa e tal proposição seja comprovada, ela jamais será absorvida de forma unânime pelos receptores do discurso jornalístico do

“Fantástico” e de qualquer outro programa do gênero. “Com efeito, mesmo acompanhadas de legendas verbais orientadoras, estas tentativas não podem limitar a interpretação nem a imaginação do espectador” (Joly, 1994:66).

6 - MANIFESTAÇÕES EM VERDE E AMARELO E AS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DO “FANTÁSTICO”

6.1 – Primeiro ciclo: atos em 2015 e 2016 a favor do impeachment de Dilma Rousseff

Em 15 de março de 2015, dia do primeiro conjunto de atos a favor do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, a reportagem “Brasileiros protestam contra Dilma e a corrupção em todos os estados”, de 14 minutos de duração, exibiu 30 vezes, em cortes de primeiro plano e foco, manifestantes vestidos com a camisa oficial da seleção brasileira. O que se destaca nesta e em outras reportagens analisadas, sobre o discurso jornalístico, é o padrão temático de construção social das manifestações e dos participantes, com estruturas textuais baseadas em formações discursivas semelhantes. Apesar dos diferentes repórteres que cobriram as manifestações por diferentes afiliadas da TV Globo em diferentes regiões do país, pode-se inferir, a partir de elementos narrativos reiterados, uma representação predominante dos atos.

No encadeamento destes elementos, percebe-se a proposta de construção social da realidade daquelas manifestações em torno de atributos “patrióticos”, “totalizantes” e “irreversíveis”. É o que se pode inferir das primeiras descrições dos apresentadores do “Fantástico” na abertura da edição de 15 de março. “Os maiores atos públicos aconteceram em Porto Alegre, Brasília, Rio de Janeiro, Fortaleza, Belém e São Paulo. Foi em São Paulo que se viu neste domingo uma das maiores manifestações públicas dos últimos tempos, na Avenida Paulista e arredores”. O repórter faz a primeira descrição dos manifestantes:

“Vestidos de verde e amarelo e empunhando bandeiras do Brasil eles foram chegando aos pontos de encontro, nas capitais e em cidades do interior. Às 10 horas, ruas e praças já reuniam uma multidão de milhares de pessoas, de maneira pacífica. As faixas e cartazes mostravam palavras de ordem contra o governo, a presidente Dilma e o PT [...] No Rio (de Janeiro), até na água, houve protesto. Das janelas

e varandas, teve morador acenando em apoio à manifestação. Em Belo Horizonte, a Praça da Liberdade foi tomada por uma multidão que exigia justiça, ética e punição para os corruptos”.

As imagens da reportagem destacam a grandiosidade das manifestações e a presença do verde e amarelo. Ainda sobre os manifestantes, a reportagem destaca o que se pode inferir como a “resistência” de quem desejava o *impeachment* de Dilma Rousseff. “Em Aracaju [...] o início da passeata atrasou por conta de uma forte chuva, mas depois seguiu tranquilamente pelas ruas da cidade”. As condições climáticas, portanto, não seriam um empecilho para os manifestantes, pode-se interpretar desta forma o relato. Este outro trecho destacaria também a força da mobilização em atrair mais participantes.

“Em São Paulo, manifestações por toda a parte e de todo lugar. De caminhão, de moto e de metrô [...] O protesto ocupou quase dois quilômetros da avenida e se espalhou por pelo menos 15 bairros. Não parava de chegar gente. No meio da tarde, uma das principais estações da Avenida Paulista fechou as portas porque não cabia mais ninguém. Os caminhões que mais cedo percorreram ruas da capital se juntaram aos manifestantes”.

Os depoimentos de manifestantes entrevistados durante as manifestações exerceram um papel que podemos interpretar como o de compor representações sobre o que se convencionou chamar de “cidadão de bem”, em torno destes valores “patrióticos”: “O verde e o amarelo estavam nas janelas dos prédios, nas mãos e nos rostos das crianças”, afirmava o repórter. Imagens de famílias, mulheres e crianças se repetiam. “Em João Pessoa, muitas famílias foram para a Praia de Tambaú”, descreve o repórter “Manifestação pacífica, maravilhosa. Queremos Brasil, Brasil, só Brasil”, disse um apoiador do *impeachment*. “A gente que um Brasil melhor, né? A gente quer de fato o progresso do país”, disse outro manifestante. “Só quem é brasileiro independentemente de partido, que trabalha e paga imposto e quer um pouco de justiça social verdadeira sabe o que é estar aqui nessa Avenida Paulista hoje” concluiu outra manifestante. Em um dos protestos, a reportagem destacou a mobilização dos manifestantes para colher assinaturas em favor do projeto denominado “Dez medidas contra corrupção” (de autoria do Ministério Público Federal e que tinha o apoio do então juiz Sérgio Moro) e ser analisado pelo Congresso Nacional. Com uma frigideira na mão, em alusão ao ato de bater panelas durante os discursos da então presidente Dilma Rousseff na cadeia de rádio e tv, uma manifestante

dizia: “O ingrediente que tem aqui dentro (da panela) é democracia, é honestidade, é patriotismo”.

Ao longo dos 14 minutos de reportagem, outras estratégias retóricas e narrativas são repetidas à exaustão no programa; as expressões de ordem “Fora Dilma” e “Fora PT”, gritadas pelos manifestantes foram exibidas ao menos 6 vezes, como som de fundo das matérias. De forma similar foram explorados trechos do hino nacional cantados pelos manifestantes e exibido outras sete vezes na reportagem. Imagens também mostraram grupos em diversas cidades promovendo velórios simbólicos com um caixão que fazia referência ao Partido dos Trabalhadores. Foi a essa série de elementos em que a narrativa do “Fantástico” incorporou imagens que destacavam a presença da camisa amarela da seleção brasileira de futebol na sua cobertura das manifestações à época do *impeachment* de Dilma Rousseff.

Tais elementos, de caráter patriótico e político, segundo Bucci (2000, p. 143) mostram que “quando o jornalismo emociona mais do que informa, tem-se aí um problema ético, que é a negação de sua função de promover o debate das ideias no espaço público”. Com base no princípio da objetividade expresso nos “Princípios editoriais do Grupo Globo”, é possível inferir um distanciamento em relação ao que a cartilha define como “correto jornalismo”.

Em, 13 de dezembro, no primeiro conjunto de manifestações após a abertura do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados, os atos foram menores, como relatou o “Fantástico”. “O número de participantes dessa vez foi menor do que o registrado nas outras manifestações deste ano”, afirmou a apresentadora. A reportagem teve menor duração também, aproximadamente 8 minutos. No entanto, estratégias discursivas semelhantes se mantiveram em relação à representação dos manifestantes. A repórter destaca que em São Paulo, na Avenida Paulista, “os manifestantes levaram bonecos enormes: um do ex-presidente Lula, vestido com roupa de presidiário, e outro da presidente Dilma, vestido com uma faixa de *impeachment*” e que “O clima pacífico se repetiu nas ruas ao som do hino nacional”. Contabilizou-se nesta reportagem a exibição de trechos do hino nacional duas vezes, a segunda vez foi utilizada para encerrar a matéria. A camisa da seleção brasileira, vestida por manifestantes, apareceu oito vezes na mesma reportagem.

Já em 13 de março em 2016, após o pedido de deposição ter iniciado a tramitação no Congresso, a nova reportagem “Atos contra o governo Dilma e a corrupção reúnem multidões no Brasil” exibiu a camisa da seleção 35 vezes em 13 minutos, uma média de quase três cortes do uniforme amarelo de futebol por minuto.

Em uma delas, logo no início da reportagem, um homem estava perfilado e com a mão no peito durante a execução do hino nacional, de forma similar a um jogador da seleção brasileira, que acabara de entrar em campo e está prestes a disputar uma partida.

Foi o conjunto de manifestações *pró-impeachment* de Dilma Rousseff com maior público registrado no Brasil, o que foi ressaltado logo na saudação dos apresentadores:

“Neste domingo, 13 de Março, milhões de manifestantes contrários ao governo da presidente Dilma Rousseff foram às ruas em cidades de todos os estados e no distrito federal [...] a manifestação na Avenida Paulista foi o maior ato político já registrado na cidade segundo o Datafolha. Superou até o comício das Diretas Já na Praça da Sé em 1984, que era o maior até aqui”.

Antes do trecho acima ter sido proferido pelos apresentadores, vale destacar a abertura do programa, que de forma diferente do padrão, começa da seguinte forma: imagens aéreas mostravam o gigantismo das manifestações pelo *impeachment*, um trecho do hino cantado pelos manifestantes à capela, seguido pelos cânticos “Olê, olê, olê, olê... ‘tamo’ na rua pra derrubar o PT” e “A roubalheira do PT tá acabando”, também cantada pelos manifestantes. Logo após, sobe o som para a música “Brasil, mostra a tua cara” de Cazusa, e tem como desfecho gritos de “Fora de Dilma”. As estratégias discursivas seguem o padrão das anteriores sobre as manifestações a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff ao longo de 2015. “Verde e amarelo nas roupas. Clima pacífico nas ruas. Manifestantes voltaram a se reunir em praças e avenidas. O Hino Nacional foi repetido de norte a sul do país” afirma o repórter, que, após 20 segundos de hino nacional cantado por manifestantes, completa: “Nas mãos dos manifestantes, bandeiras e cartazes contra a presidente Dilma, contra a corrupção e o ex-presidente Lula, e em apoio ao juiz Sergio Moro, que cuida da Operação Lava Jato”.

É importante aqui comentar brevemente sobre o uso jornalístico das expressões “clima pacífico” e outras similares. Se uma manifestação de rua acontece sem conflitos entre manifestantes e forças policiais, por exemplo, não há fatos para noticiar, sob a ótica da segurança, na cobertura de uma manifestação de rua. Pode ser considerado, de acordo com os critérios de noticiabilidade (TRAQUIINA, 2005), o ineditismo, a relevância e o interesse público de um acontecimento, nos quais estaria inserido um eventual confronto entre manifestantes e policiais em um protesto de rua. De resto, a partir do uso de expressões

“clima pacífico” e outras similares em uma reportagem, é possível inferir uma tentativa, com interesse retórico e político, que legitimaria a manifestação e suas respectivas pautas.

A reportagem do dia 13 de março também abordou a repercussão das manifestações no meio político. Nessa parte, o “Fantástico” explora a declaração do então governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, que disputou a eleição presidencial de 2006 e 2018, pelo PSDB, opositor ao PT. O político diz: "O país não pode perder tempo. É preciso correr no sentido de buscar uma solução rápida para retomar o crescimento, o emprego e a qualidade de vida da nossa população".

Outros políticos opositores ao governo Dilma, como o deputado Paulinho da Força, de São Paulo, estão ao redor de Alckmin vestidos com camisas oficiais da Seleção Brasileira no momento da declaração. Na reportagem “Manifestantes protestam contra o governo em todos os estados e no Distrito Federal”, de 16 de agosto de 2015, com duração de 13 minutos, o repórter também, em seu relato, menciona que políticos opositores ao governo Dilma estiveram em uma manifestação pelo *impeachment* na Avenida Paulista, em São Paulo. Novamente a imagem do deputado federal Paulinho da Força, vestido com a camisa da seleção brasileira de futebol, foi exibida frontalmente e em primeiro plano e foco. Nessa mesma reportagem, há a imagem de um vendedor ambulante segurando um cartaz com dizeres favoráveis ao *impeachment* e vendendo camisas da seleção brasileira para os participantes da manifestação, cena geralmente atribuída às redondezas dos estádios de futebol em dias de jogos.

Por isso, destacamos previamente na fundamentação teórica da análise, a importância da representação imagética no jornalismo, inserida em um processo de escolhas, em que recursos estéticos são selecionados entre uma gama de outros elementos capazes de dar outras representações. “Fazer uma imagem é, antes de mais nada, olhar, escolher, aprender. Não se trata da reprodução de uma experiência visual, mas da reconstrução de uma estrutura modelo” (GOMBRICH, 1971 *apud* JOLY, 1994:68). “O ângulo normal, à altura do homem e de frente, é aquele que mais facilmente dá uma impressão de realidade e naturaliza a cena, uma vez que imita a visão natural e se distingue de pontos de vista mais sofisticados” (JOLY, 1994. P:110). Acrescentamos que o destaque em primeiro plano da camisa também pode exercer um papel de hierarquia, ao condicionar a orientação da visão primeiramente na camisa amarela da seleção brasileira.

Voltando à matéria veiculada em 13 de março de 2016 a categorização dos personagens nas manifestações segue características já observadas antes no relato dos repórteres:

“Em São Luís [...] uma cobra gigante com a cara do ex-presidente Lula desfilou pela orla de Maceió. O boneco era uma referência às declarações de Lula, que disse que a jararaca estava viva, logo após ter sido levado a prestar depoimento na Lava Jato em condução coercitiva.[...] O sol forte em Macapá não desanimou os manifestantes que fizeram uma caminhada próximo ao forte de São Jose, às margens do Rio Amazonas. Em clima pacífico, três mil pessoas segundo os organizadores, mil segundo a PM gritavam palavras de ordem contra a presidente Dilma e a corrupção”.

A cobra é um animal culturalmente associado a características perversas, pela forma como ataca suas presas e pelo veneno que costuma destilar. Esses atributos considerados “negativos” acabaram sendo incorporados, no protesto em São Luís, à imagem do ex-presidente Lula, como destaca o repórter. Novamente o viés patriótico e irreversível na contextualização das manifestações estava presente, sendo expresso em depoimentos que compuseram a reportagem: “Vamo amar o Brasil, vamo voltar a aprender a cantar o hino nacional”, dizia uma manifestante. Outra entrevistada que participava dos protestos foi enfática: “Não tem mais cabimento um governo desses”, se referindo ao mandato de Dilma Rousseff. Na manifestação em São Paulo, um empresário vestido com a camisa da seleção brasileira foi entrevistado e disse que “veio aqui protestar, buscando um país melhor pros nossos filhos, principalmente”. Formações discursivas como “Fora Dilma”, “Fora Lula” e “Fora PT”, gritadas pelos manifestantes e usadas como sonoras na reportagem foram exibidas nove vezes. Imagens de manifestantes fantasiados como o ex-presidente Lula em uma cela de prisão e de cartazes com os dizeres “Lugar de corruPTo é na cadeia”, Sérgio Moro, só falta pegar o Lula” e “Lula pai do mensalão; Dilma mãe do petrolão” também compuseram a narrativa da reportagem. Menções críticas a outros políticos envolvidos em esquemas de corrupção, como o então presidente da Câmara Eduardo Cunha e do Senado, Renan Calheiros (ambos do MDB), eram mencionadas em menor proporção.

As reportagens do “Fantástico” reiteram formações discursivas como “Fora Dilma”, “Fora PT”, “Protesto pacífico” e “Um Brasil melhor”, mas silenciam (ORLANDI, 1995) outras representações implícitas naquele contexto, como a contradição de manifestantes irem às ruas para pedir o fim da corrupção e, ao mesmo

tempo, vestirem a camisa da seleção, atrelada à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), que, justamente no ano de 2015, esteve envolvida em um dos maiores casos de corrupção na história do futebol.

Em maio de 2015, a FIFA (Federação Internacional de Futebol Associada) foi alvo de investigações das autoridades policiais da Suíça e dos Estados Unidos para combater atos de corrupção na entidade, que ocupa o topo da administração dos torneios de futebol de clubes e seleções. Autoridades policiais da Suíça e dos Estados Unidos fizeram uma operação no hotel onde estavam hospedados os maiores dirigentes da FIFA, reunidos para o congresso anual da entidade. O na época ex e vice-presidente da CBF, José Maria Marin, foi preso. O sucessor de Marin na presidência da entidade, Marco Polo Del Nero e o ex-presidente da confederação, Ricardo Teixeira, foram acusados de extorsão, recebimento de propina e lavagem de dinheiro para privilegiar grupos de comunicação na obtenção de direitos de transmissão de torneios de futebol. As investigações também acusavam os dirigentes de venderem seus votos para a escolha da sede da Copa do Mundo de 2022, em que a candidatura do Qatar foi eleita. O Departamento de Justiça dos Estados Unidos, que conduz os processos, em fase de julgamento e apelações, estima que 150 milhões de dólares, o equivalente a 600 milhões de reais na cotação atual, foram movimentados nessas transações criminosas²⁵.

Anteriormente, a entidade já esteve envolvida em suspeitas de corrupção. Em 1995, a CBF firmou o maior contrato de sua história até então, com a fornecedora de material esportivo Nike. Em 1998, após a Copa do Mundo na França, a abertura de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), a "CPI da Nike" apurou os relacionamentos entre a entidade e a empresa. Em 2001, ao término da comissão, Ricardo Teixeira, então presidente da CBF, foi acusado de ter superfaturado o contrato para ocultar o recebimento de propinas pela assinatura do vínculo entre a confederação e a empresa. Ricardo Teixeira é suspeito de ter dividido com o empresário José Hawilla uma propina

²⁵ “Nine FIFA Officials and Five Corporate Executives Indicted for Racketeering Conspiracy and Corruption”. The United States Department of Justice, Washignton. 27 de maio de 2015. Disponível em: <https://www.justice.gov/opa/pr/nine-fifa-officials-and-five-corporate-executives-indicted-racketeering-conspiracy-and>

de US\$ 30 milhões (R\$ 120 milhões) por terem fechado um acordo com a empresa americana em 1996.²⁶

A entidade ainda é criticada pela perpetuação de dirigentes no poder. Ricardo Teixeira ocupou o cargo por 22 anos, entre 1989 e 2012. Desde sua saída, aliados se revezam na presidência, como José Maria Marin, Marco Polo Del Nero, Coronel Nunes e Rogério Caboclo.

6.2 - Segundo ciclo: corrupção no Governo Temer e eleições presidenciais de 2018

Após o *impeachment*, protestos ao longo do segundo semestre de 2016 e durante o ano de 2017 contaram com menor adesão de quem pediu, em 2015 e no primeiro semestre de 2016, a saída do PT da presidência sob os pretextos de escândalos de corrupção, apesar de eles terem continuado no governo Temer e envolverem pessoalmente a figura do presidente²⁷. O grupo voltou a se organizar de forma mais ampla e numerosa por conta da eleição de 2018. Com a debilidade do PSDB (o principal adversário do PT em eleições anteriores), por também estar envolvido em casos de corrupção, a candidatura de Jair Bolsonaro foi a que mais buscou adequar seu discurso às pautas das manifestações em verde e amarelo: impedir a vitória do PT, a promessa de fim da corrupção e a defesa do patriotismo.

Na edição de 21 de outubro de 2018 (domingo anterior ao segundo turno quando aconteceram manifestações a favor de Jair Bolsonaro e em oposição ao ato “Ele não”²⁸, no dia anterior) a reportagem teve, no entanto, menos de dois minutos, priorizou imagens aéreas e um panorama referencial sobre onde aconteceram atos em diferentes pontos do país, sem o depoimento de manifestantes nas ruas e sem a execução de

²⁶ “Nike e CBF, vinte anos de polêmicas”. “Meio e Mensagem”, 1 de Junho de 2015. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2015/06/01/nike-e-cbf-vinte-anos-de-pol-micas.html>

²⁷ “Escândalos do governo Temer”. O Globo, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/escandalos-do-governo-temer-21464283>

²⁸ Manifestações lideradas por mulheres que ocorreram em diversas regiões do Brasil e do mundo, tendo como principal objetivo protestar contra a candidatura à presidência da República do deputado federal Jair Bolsonaro. As manifestações ocorreram no dia 29 de setembro de 2018 e se tornaram o maior protesto já realizado por mulheres no Brasil e a maior concentração popular durante a campanha da eleição presidencial no Brasil em 2018.

trechos do hino nacional. Se no início de algumas reportagens de 2015 e 2016, formações discursivas como “Manifestantes de norte a sul do Brasil”; “Mesmo quem estava na praia participou do protesto hoje” e “Milhares de pessoas com faixas e cartazes nas ruas também em favor da Lava Jato e do juiz Sergio Moro” foram usadas na narrativa, em 21 de outubro o programa optou, ao anunciar a reportagem, por descrever os manifestantes como “Apoiadores do candidato à presidência pelo PSL Jair Bolsonaro”. Pode-se inferir, diante dessas escolhas editoriais e discursivas, uma mudança de posicionamento, em direção a uma maior objetividade jornalística, mais especificada, e não tão abrangente, emotiva e totalizante quanto à representação da manifestação.

No dia da vitória de Jair Bolsonaro, uma semana depois, em 28 de outubro. A cobertura se notabilizou pelo giro de repórteres ao vivo falando sobre a repercussão dos resultados eleitorais, por imagens aéreas da concentração de apoiadores em frente ao condomínio do então candidato do PSL, no bairro da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, e pela análise dos comentaristas de política do Grupo Globo acerca das perspectivas para o novo governo eleito. Nestes dois domingos consecutivos, o que se pode depreender apenas nas narrativas é a continuidade da ligação entre a então candidatura de Jair Bolsonaro, os símbolos pátrios e as cores verde e amarela.

6.3- Terceiro ciclo: as primeiras crises do governo Bolsonaro e o caso “Vaza-Jato”

O formato já analisado das reportagens do “Fantástico”, sobre as manifestações a favor do *impeachment* em 2015 e 2016, é retomado de fato no primeiro momento de crise do governo Bolsonaro, em maio (TABELA 1). O presidente se vê pressionado pela baixa aprovação de sua gestão (o pior início de um primeiro mandato presidencial eleito após a redemocratização²⁹) e convoca, para o dia 26 de maio, um domingo, manifestações a favor do governo. Além das várias inserções jornalísticas (os chamados “flashes”) ao longo do dia nos programas “Esporte Espetacular”, “Temperatura Máxima” e nas transmissões dos jogos de futebol às quatro da tarde na TV Globo, o “Fantástico” volta a dar significativo tempo para relatar essas manifestações.

Com o *impeachment* em 2016 e a prisão do ex-presidente Lula em 2018 já concretizadas (não sendo portanto fatos-novos no contexto político nacional de 2019),

²⁹ “Após 3 meses, Bolsonaro tem a pior avaliação entre presidentes de 1º mandato”. Folha de São Paulo, São Paulo, 7 de abril de 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/apos-3-meses-bolsonaro-tem-a-pior-avaliacao-entre-presidentes-de-1o-mandato.shtml>

as representações propagadas sobre Dilma Rousseff e o Partido dos Trabalhadores nos atos de 2015 e 2016 foram momentaneamente desativadas nas manifestações deste ano. O fio condutor da reportagem “Manifestações em apoio a Jair Bolsonaro e propostas do governo ocorrem pelo país” já é apresentado na introdução da reportagem, pelos apresentadores do “Fantástico”:

“Onze dias depois dos protestos nacionais contra os cortes na educação, as ruas voltaram a ser tomadas por manifestantes. desta vez em defesa do governo. Os atos deste domingo foram em apoio ao governo de Jair Bolsonaro e a propostas como a da previdência e o pacote anticrime do ministro Sérgio Moro”

A construção social e simbólica do programa sobre o ministro da Justiça e Segurança Pública segue com as mesmas representações positivas (“herói”, “patriota”, “ético”) e apresentadas nas reportagens desde os atos a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff, como reforça o trecho “Em Brasília, os manifestantes começaram a se concentrar na área da Biblioteca Nacional no início da manhã [...] Inflaram um boneco gigante do ministro Sérgio Moro, vestido de super-homem”. Enquanto era feita a descrição pelo repórter, se destaca a imagem do boneco inflável. Outro boneco gigante, do presidente Bolsonaro, com a faixa presidencial no peito também foi exibida e pode servir de comparação para as imagens que mostravam um também boneco do ex-presidente Lula desmoralizado, com roupas de presidiário.

Se repete na narrativa, o que se pode supor como “determinação” dos manifestantes, inspirados por valores “éticos” e “patrióticos”. Uma imagem exhibe um senhor de idade chorando durante a execução do hino nacional. A partir da especificação do horário do início dos atos, também pode-se inferir um papel nesta representação:

“Em São Luís a concentração aconteceu às nove da manhã na avenida litorânea [...]. Às nove e meia em Belém, manifestantes percorreram as ruas do centro com bandeiras e faixas em apoio ao presidente, à reforma da previdência e ao pacote anticrime [...] Em belo horizonte, a concentração começou por volta de nove e meia, na praça da liberdade [...] Por volta de 10 da manhã, Em Juiz de fora, manifestantes fizeram uma oração em frente ao lugar em Bolsonaro levou uma facada em setembro durante a campanha presidencial”.

Supõe-se que a faixa entre nove e dez da manhã é considerada culturalmente cedo para um domingo, dia em que a maioria das pessoas não trabalha, não precisa levar filhos para a escola e tem o restante do dia para cumprir outras atividades de administração do lar e de lazer. Portanto, ir às ruas para uma manifestação nesse horário buscaria retoricamente representar certo “comprometimento” com o país, que é reforçado novamente na declaração de um manifestante, um senhor de meia-idade:

“Esse ato é pelo Brasil, né. Nosso partido é o Brasil. E a gente vê que o Brasil tá sendo arrumado, tá sendo melhorado, e tá acabando muitas coisas que vinham errado no Brasil. E eu sou a favor disso, pensando principalmente no nossos filhos, nos nossos netos. Acho que todos nós queremos um Brasil melhor”, entrevistado parafraseando um dos slogans de campanha de Bolsonaro (“Meu partido é o Brasil”).

Outra senhora foi mais sucinta: “Eu tô lutando pelo Brasil”. Em Salvador, o manifestante mostrava lealdade a Jair Bolsonaro: “Estou aqui em defesa do nosso presidente”. Outro manifestante, vestido com a camisa branca da seleção brasileira, o terceiro uniforme do time, diz: “Viemos pra dar uma força pra que Congresso, Senado leve à frente essas reformas que o Brasil precisa muito”. Uma mulher ao seu lado acompanha a declaração também vestida com uma camisa da seleção brasileira, a amarela. Os símbolos pátrios e as cores continuam tendo peso narrativo nas descrições dos repórteres: “Vestindo verde e amarelo e carregando bandeiras do país, eles afirmaram que a manifestação também foi um ato contra a corrupção”, descreve o repórter sobre o protesto no Rio de Janeiro.

Formações discursivas que podem ser interpretadas de cunho “totalizante” e “generalista” voltam a aparecer, em oposição às matérias durante o período eleitoral, na última reportagem coletada, de 30 de junho de 2019, que relata uma resposta dos manifestantes contra as denúncias da agência de notícias “The Intercept Brasil”. Se, em outubro de 2018, o “Fantástico” abordou as manifestações em verde e amarelo como sendo de “apoiadores do candidato à presidência pelo PSL Jair Bolsonaro”, em 30 de junho, os apresentadores do programa, ao anunciar a reportagem, dizem que “Brasileiros aproveitaram o domingo para ir às ruas em defesa do ministro da justiça, Sérgio Moro, da Lava-jato, do pacote anti-crime e da reforma da previdência”. O uso do termo “Brasileiros” supõe uma conotação mais ampla acerca da adesão aos protestos de rua. Ao descrever como ocorreu a manifestação no Rio de Janeiro, o repórter segue o

mesmo raciocínio, relatando que “Vestidos de verde e amarelo, os cariocas foram cedo para a orla da praia de Copacabana”.

O “The Intercept Brasil” havia publicado uma série de mensagens trocadas entre o então juiz Sérgio Moro, da primeira instância de julgamento da Operação Lava-Jato, em Curitiba, e procuradores do Ministério Público, como Deltan Dallagnol. Nas mensagens, estariam caracterizados conluíus entre Moro e procuradores na produção de provas contra acusados, vazamentos ilegais de conversas telefônicas e conflitos de interesse que colocariam a xeque a imparcialidade da Operação. A repercussão por parte dos apoiadores da Lava-Jato e do governo Bolsonaro foi o fato jornalístico que norteou a reportagem do “Fantástico” de 30 de junho de 2019. Na abertura do texto do repórter, retoma-se à ênfase dada aos símbolos pátrios:

“A manifestação começou com hino nacional. É o primeiro grande dia de manifestações desde quando o site ‘The Intercept’ começou a publicar supostas mensagens atribuídas a Moro e a procuradores do Ministério Público, o que segundo o site, mostraria parcialidade do então juiz durante os julgamentos da lava-jato. Moro e os procuradores não reconhecem a autenticidade das mensagens e não admitem que nada do que foi divulgado até agora, obtenha irregularidades. Os manifestantes levaram mensagens em defesa do ministro da justiça Sérgio Moro”.

Os símbolos pátrios novamente foram explorados na narrativa do programa e associados ao ministro da Justiça e Segurança Pública, e seu suposto “legado” ao longo dos últimos cinco anos: “Vestidos de verde e amarelo, os mineiros cantaram o hino nacional (som ao fundo do hino nacional). As ruas ficaram lotadas em defesa do ministro Sérgio Moro e do pacote anticrime”. Na sequência, é exibida a imagem de um manifestante emocionado com o hino sendo executado. A reportagem “sobe o som” para a declaração de um dos líderes do ato convocado em Curitiba a favor de Moro. Ele diz: “O Brasil hoje está no caminho certo”. A reportagem também destaca a participação de integrantes do governo nos atos, como aconteceu em Brasília. “O ministro do Gabinete de Segurança Institucional, Augusto Heleno, e um dos filhos do presidente Jair Bolsonaro, o deputado federal Eduardo Bolsonaro, estiveram na manifestação”. Ao lado de Eduardo estavam apoiadores vestidos com um casaco amarelo da seleção brasileira, utilizado por jogadores em viagens com a delegação. A contraposição de imagens dos bonecos infláveis de Sergio Moro, vestido com traje do

“Super Homem” e do ex-presidente Lula, com roupa de presidiário é outro elemento repetido na narrativa.

Ao todo, foram 67 minutos, divididos em oito reportagens analisadas. Neles, o “Fantástico” relata e faz sua interpretação dos mais importantes fatos políticos recentes da história do Brasil, como o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, a eleição presidencial de 2018 e as primeiras crises político-institucionais do governo do presidente Jair Bolsonaro sob a perspectiva da atuação de grupos conservadores em manifestações de rua.

Ao longo dos 67 minutos, as narrativas da reportagem não deixam de fazer contrapontos na representação das manifestações e de seus participantes. Destacamos que tais contrapontos se concentram nas primeiras reportagens analisadas, portanto no ano de 2015. Apesar de o caráter “pacífico” da manifestação ter sido uma das formações discursivas usadas reiteradamente nas descrições da maioria dos atos, em alguns breves momentos, são relatados momentos que podem ser interpretados como de “tensão”.

No primeiro deles, em 13 de março, a reportagem criticava um grupo “minoritário” de manifestantes, segundo a reportagem: “No meio da multidão, um cartaz ‘destoava’ pedindo intervenção militar, uma atitude ilegal e que fere a constituição”, destaca o repórter em um trecho de oito segundos de duração. Em outra inserção mais curta, de três segundos, o mesmo repórter relata que “comerciantes colocaram tapumes nas vitrines”, provavelmente com receio de depredações de lojas.

A parte final da matéria mostra “jovens”, segundo a descrição do repórter, que teriam sido detidos no contexto da manifestação em São Paulo, na Avenida Paulista, com rojões e socos ingleses. A reportagem também destaca a euforia dos manifestantes pró-*impeachment* com a atuação das forças policiais.

Em meio ao início do segundo mandato de Dilma Rousseff (naquela época tinha três meses de duração) e aos depoimentos de manifestantes críticos ao governo do Partido dos Trabalhadores, um entrevistado - o único na reportagem - adota postura que destoa do restante da representação de quem estava nos atos:

“Não é o caso de intervenção militar, não é o caso de impeachment. É o caso de criar vergonha na cara e de termos um país decente, honesto, de gente trabalhadora e pôr um fim a toda essa corrupção que toma conta do país de maneira deslavada e vergonhosa”

Em 13 de dezembro, mostra-se rapidamente a descrição de um cordão que a Polícia Militar faz em uma manifestação “para evitar tumultos”, segundo a descrição do repórter. Na mesma matéria, há o relato sobre uma manifestante contra o *impeachment* que discutiu com manifestantes a favor do impeachment e foi agredida em Belo Horizonte.

Contrapontos aos protestos e manifestantes retornam na reportagem de 26 de maio de 2019 e novamente têm a ver com demandas mais radicais; algumas destas pautas até já foram defendidas pelo atual presidente. Um trecho da reportagem exhibe uma faixa e destaca que “um pequeno grupo, minoritário, pediu o fechamento do STF e do Congresso, o que é inconstitucional, ilegal e fere a democracia.”. O encerramento da matéria relata o caso de uma mulher que foi hostilizada por manifestantes a favor do governo Bolsonaro:

“No fim da tarde, uma mulher que usava uma camiseta com o nome da vereadora do Rio de Janeiro Marielle Franco, assassinada no ano passado, foi hostilizada. Ela disse que saía de uma reunião da paulista quando foi cercada por manifestantes. Só conseguiu deixar a avenida escoltada por policiais”.

Ao todo, na análise desses contrapontos, contabilizou-se um tempo de 97 segundos de tom considerado mais “crítico” em relação às manifestações, em meio aos 67 minutos totais de reportagens analisadas.

7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das especificidades de cada um desses acontecimentos políticos que se espaçaram ao longo de quatro anos (impeachment de Dilma Rousseff, governo Temer, Eleição de Bolsonaro e caso “Vaza-Jato”), as formações discursivas predominantes nas reportagens analisadas constituem uma continuidade na narrativa inserida no contexto de ascensão de grupos conservadores ao protagonismo da política nacional. O único período, no material analisado, que se distancia parcialmente dessa tendência é em outubro de 2018, durante as eleições presidenciais. Acreditamos que a cobertura feita especificamente durante o período eleitoral se aproxima mais dos valores defendidos

nos “Princípios editoriais do Grupo Globo” e configuraria uma distinta forma de se noticiar e de se representar as manifestações em verde e amarelo entre 2015 e 2019.

No entanto, na narrativa predominante do “Fantástico”, um dos elementos-chave na construção foi a associação entre formações discursivas prévias que ancoraram as imagens, a exibição da camisa da seleção brasileira de futebol como instrumento de filiação ao discurso dos manifestantes e as pautas políticas presentes nos atos entre 2015 e 2019.

Destacaram-se neste trabalho, influências e precedentes históricos, políticos e culturais que fizeram do futebol, da seleção brasileira e de seu respectivo uniforme amarelo, importantes símbolos do que representaria “ser brasileiro” na constituição moderna da identidade nacional.

Também, destacou-se como esse símbolo pátrio, a “Amarelinha”, passou por ressignificações na pós-modernidade. Este período histórico possibilita ao mesmo tempo a integração e a fragmentação de identidades culturais a nível global, bem como a desconstrução de metanarrativas (MAFFESOLI, 2006).

No entanto, a interdependência e desregulamentação dos mercados têm deixado as economias nacionais suscetíveis a crises e ao aumento da desigualdade (PIKETTY, 2014). No bojo das transformações e fragmentações que consolidaram a Globalização, é possível constatar a ascensão retórica de representações que remontam a “origens”, “raízes” e “puritanismo” culturais, alicerçadas na radicalização de concepções nacionalistas, étnicas, religiosas. Estas seriam responsáveis por resgatar a “ordem” e a “prosperidade”, em uma perspectiva ilusória e saudosista do passado (LÖWY, 2015).

Nesse contexto desafiador à democracia liberal ocidental, partidos e políticos que defendem políticas ultranacionalistas e de marginalização de grupos considerados “minorias” têm logrado desempenhos eleitorais expressivos nas últimas votações nos Estados Unidos e na Europa (LÖWY, 2015). No Brasil, também podemos associar esse fenômeno político à candidatura vitoriosa à presidência de Jair Bolsonaro, em meio à crise de representação política que o país tem enfrentado de modo mais evidente desde 2013, com as “Jornadas de Junho”, a deflagração de escândalos de corrupção no âmbito da Operação Lava-Jato e a crise econômica que tem afetado grande parte da sociedade brasileira desde 2015. Uma das marcas dessas candidaturas consideradas de “extrema-direita” (LÖWY, 2015) e de movimentos políticos conservadores globalmente é, discursivamente, se intitular como legítimos donos dos símbolos pátrios, como “parte de

uma estratégia sofisticada, pois permite uma suposta divisão da população entre patriotas de um lado e inimigos da pátria de outro” (STUENKEL, 2019).

Entendemos que, neste processo, uma nova conotação, em tese “não familiar”, ao imaginário coletivo foi proposta sobre a camisa amarela da seleção brasileira por grupos conservadores em ascensão no cenário político brasileiro. Nessa conotação, a camisa assumiria o papel de referência reconhecível, a partir de um processo de classificação discursiva e de atribuição de valores, capaz de gerar “identificação” e “pertencimento”, como destaca Moscovici (1981).

Consideramos essa conotação “não familiar” já que, na história recente do país, na Nova República, a partir de 1988, não se via uma disputa evidente, travada entre grupos político-partidários, por este símbolo pátrio de forma prolongada, como observase no atual cenário de crise política nacional. Inclusive porque é possível analisar que a identificação da população com a seleção brasileira e seus símbolos caminhava em sentido oposto: houve distanciamento em relação a projetos de Estado-Nação típicos dos séculos XIX e XX e semelhantes ao que foi visto nos anos 1970, durante o Regime Militar brasileiro (HELAL, 2002).

Como toda disputa política, o campo midiático compõe um espaço de ressonância para a difusão de representações (BRINATI e MOSTARO, 2012). Sobre o papel de veículos de mídia na cobertura jornalística das manifestações de rua dominicais a partir de 2015, acreditamos que o programa “Fantástico”, da “TV Globo”, retrataria de forma mais abrangente e complexa esse acontecimento, no formato de reportagem previamente produzida. A reportagem é um gênero literário que possui textos mais longos e precisa de mais tempo para ser elaborado pelo repórter, na qual se desenvolve um debate sobre um tema, de modo mais abrangente que a notícia (TRAQUINA, 2005). Além disso, o “Fantástico” é um programa dominical da televisão aberta brasileira, o que o deixa em posição privilegiada para relatar aquelas manifestações no “calor do momento”, já que também aconteceram aos domingos.

Na enunciação jornalística do “Fantástico” sobre as manifestações, entendemos que foram aplicados três “modos de dizer” inerentes ao processo comunicativo e discursivo e que ocorrem simultaneamente, utilizando a linguagem verbal e outros sistemas, como a imagem (PINTO, 1999): a mostração, a interação e a sedução. A Mostração teria cumprido prioritariamente a função referencial - e típica da objetividade jornalística - de recortar espacial e temporalmente uma nova construção social da realidade (BERGER e LUCKMANN, 2014) ao uso da camisa amarela, descolando seu

eixo, das partidas da seleção brasileira de futebol em Copas do Mundo, sobretudo, para manifestações políticas de rua a partir de 2015, com o objetivo de, inicialmente, exigir o impeachment de Dilma Rousseff, e posteriormente apoiar eleição e o governo de Jair Bolsonaro. Também percebe-se esse modo de dizer, nas reportagens analisadas, nas sucessivas informações sobre em que cidades e horários aconteceram as manifestações aos domingos e qual foi o número de participantes em cada uma delas segundo a Polícia Militar e os organizadores.

Já na Interação e na Sedução, Pinto (1999: 63) destaca que são modos de dizer em que componentes subjetivos, retóricos e fáticos da linguagem têm maior peso, já que “o problema a ser resolvido pelo emissor é o de reproduzir as hierarquias sociais reconhecidas no interior da instituição em que o processo de comunicação se dá, reforçando-as, ou de tentar modifica-las seguindo determinada estratégia persuasiva”. É importante recapitular como Pinto caracteriza a Interação, consistindo em “interpelar e estabelecer relações de poder com o receptor” (1999: 63). A sedução consiste em “marcar pessoas, coisas e acontecimentos referidos com valores positivos ou eufóricos e negativos ou disfóricos, e/ou ainda em demonstrar uma reação afetiva favorável ou desfavorável a eles” (1999:64).

Ao aplicarmos esses conceitos na caracterização e contextualização já feitas neste trabalho sobre as reportagens do “Fantástico”, chega-se à conclusão de que o material analisado apresentou um viés predominantemente legitimador aos comportamentos, pautas e demandas dos manifestantes, sobretudo no primeiro ciclo de manifestações, a favor do impeachment, e no terceiro, em defesa de propostas do governo Bolsonaro, como a reforma da previdência, e em apoio ao ministro Sérgio Moro. Isso constitui um exemplo do que Pinto (1999) destaca como um processo em que, invariavelmente, o enunciador categoriza, classifica, caracteriza, hierarquiza e quantifica na elaboração de um discurso. Além disso, a reiteração de componentes narrativos de apelo emocional, envolvendo os símbolos pátrios, constitui um distanciamento dos princípios editoriais do Grupo Globo.

Também destacamos neste trabalho, momentos em que a reportagem buscava fazer contrapontos e críticas aos manifestantes e suas pautas. No entanto, tais contrapontos, que fogem desses valores e atributos de legitimação somam 97 segundos num total de 67 minutos de reportagem do “Fantástico” analisados.

“Na medida em que difunde seus produtos a um número enorme e indistinto de pessoas, a mídia colabora de modo ativo para a configuração de um “consenso social” acerca de determinadas representações. Esse consenso social é um fator primordial na obtenção da hegemonia de determinados grupos sociais, auxiliando na manutenção de uma determinada relação de forças no interior da sociedade”. (GASTALDO 2002: 214)

Grandes empresas de comunicação costumam associar a cobertura jornalística de acontecimentos noticiosos a partir de valores como “imparcialidade”, “isenção” e “equilíbrio”. Nessa estratégia discursiva, que busca, entre outros motivos, a legitimação da audiência, a proposta, em tese, subentendida é a de compartilhamento e delegação de poder, em que cabe ao receptor, opinião pública ou destinatário de uma mensagem dar a palavra final sobre construções sociais da realidade apresentadas pela imprensa. Não negligenciamos esse viés da comunicação, ainda mais diante da crescente relevância comunicacional do ciberespaço, que envolve “não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo” (LEVY, 1999: 17).

No entanto, percebe-se, do ponto de vista da emissão, nas reportagens analisadas do “Fantástico”, tentativas de convencimento a partir de específicos vieses de representação sobre aquelas manifestações de rua aos domingos, em que se propõe o consumo de bens simbólicos, como a camisa amarela da seleção brasileira a bandeira e o hino nacionais sob novas conotações, já explicitadas neste trabalho. Essa lógica comunicacional não deixa de ter paralelos com os discursos publicitários, porém de forma não tão explícita como se vê nos informes comerciais.

Interessante notar, sendo algo que merece estudos mais aprofundados, como essa criação de uma comunidade de consumo em torno dessas novas conotações dos símbolos pátrios se traduziu, no ciberespaço, em uma multiplicação, a partir da campanha presidencial de 2018, de “emojis”³⁰ e imagens da bandeira nacional como

³⁰ “Emoji” é um termo de origem japonesa, composta pela junção dos elementos e (imagem) emoji (letra), e é considerado um pictograma ou ideograma, ou seja, uma imagem que transmite e resume a ideia de uma palavra ou frase completa. Atualmente, os emojis são muito populares nas redes sociais, como o “Facebook” e o “Instagram”, e em aplicativos de troca de mensagens instantâneas, como o “WhatsApp”.

identificação de perfis e status em redes sociais e aplicativos de conversas instantâneas; sendo parte deste perfis associada ao apoio à candidatura e, posteriormente, ao governo de Jair Bolsonaro.

É possível inferir que essas novas conotações e representações sobre os símbolos pátrios, como a camisa amarela da seleção brasileira de futebol continuam. Ao mesmo tempo, quem delas se beneficiou, tenta mantê-las. Pode-se supor isso dada a importância que o atual presidente tem conferido à sua relação, por exemplo, com a seleção brasileira, ao ter ido aos jogos do time durante a Copa América de 2019, sediada pelo Brasil, ter visitado Neymar, que se lesionou às vésperas do campeonato começar, ter entrado em campo na semifinal contra a Argentina em Belo Horizonte e ter erguido a taça conquistada no torneio e comemorado com os jogadores brasileiros no gramado. Mas não é possível garantir a longevidade desses laços.

“Como resultante da dinâmica entre diferentes forças sociais em conflito, a hegemonia nunca é definitiva, os significados e representações estão sempre sendo rearticulados de acordo com o processo social” (GASTALDO 2002:42)

REFERÊNCIAS:

ANTUNES, Fátima Martin Rodrigues Ferreira. **O futebol nas fábricas**. Revista USP. Dossiê Futebol, São Paulo, n. 22, p.102-109, jun./ago., 1994.

ALVITO, Marcos. **A parte que te cabe neste latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização**. Análise Social. Lisboa, n. 179, p. 451-474, 2006.

AVRITZER, L. **O que significa esquerda, direita e centro na política?** Estado de São Paulo, São Paulo, 18 de maio de 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,o-que-significam-direita-esquerda-e-centro-na-politica,70002314116> > Acesso em 14 de outubro de 2019

BARTHES,R. **Rhétorique de L'image**, in *Communications*, n.º 4, Seuil, 1964

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2014.

BRINATI, F.A.; MOSTARO, F. F. R. **Futebol, Mídia e Representação: A Seleção Brasileira pelos sites R7 e Globo Esporte nas Olimpíadas de Londres 2012**. Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

BENETTI, Marcia. **Análise do Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (Org.). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. 1ed.Petrópolis: Vozes, 2007, v. 1, p. 107-122.

BOMENY, Helena. **Quando os números confirmam impressões: desafios na educação brasileira**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2003. 29f.

BRAGA, Maria do Socorro Sousa; PASQUARELLI, Bruno. **Significados Da Chegada Do PT À Presidência Da República: Reflexões Iniciais**. Ideias - Campinas (SP), n. 3, 2011.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 1 ed. São Paulo: Companhia Das Letras, 2000.

CERQUEIRA, G, PIAZZI, G. **Conversa com Aldyr Schlee (parte II): a criação da camisa canarinho e seu recente uso político** FuLiA / UFMG, v. 3, n. 1, jan.-abr., 2018

DAMO, A. **A Magia da Seleção**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte - v.28 - n.1 - 2006

CHADE, J. **Política, Propina e Futebol: Como o Padrão Fifa ameaça o esporte mais popular do planeta**. 1ª Edição, Rio de Janeiro. Ed. Objetiva, 2015

CURI, M . **O Ritual Nacional Conflitivo do País do Futebol: Um Resumo da Copa do Mundo de 2014 no Brasil**. In: Ronaldo Helal & Edson Gastaldo. (Org.). Copa do mundo de 2014. Futebol, mídias e identidade nacional. 1ed.Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2017, v. 1, p. 69-85.

DAMO, A e R. OLIVEN, **O Brasil no horizonte dos megaeventos esportivos de 2014 e 2016: sua cara, seus sócios, seus negócios**, Horizontes Antropológicos,v.19, n.40, p19-64, 2013

FAURÉ, Y.-A. **Bonheur privé, carences publiques. Retour sur la fronde sociale de mars-juin 2013 au Brésil**, Problèmes d'Amérique latine, n°93, pp. 55-74, 2005.

FERES JUNIOR, João; SASSARA, Luna de Oliveira. **O terceiro turno de Dilma Rousseff**. Saúde debate, v. 40, Dec. 2016a, pp. 176-185.

FIORIN, J. **A construção da identidade nacional brasileira / The construction of the brazilian national identity** BAKHTINIANA, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 115-126, 1o sem. 2009

FISHMAN, Mark: **Manufacturing the news**. Austin University of Texas Press, 1990. 180p.

FREYRE, G. **Casa-Grande & Senzala**. Editora Record, Rio de Janeiro, 1998, cap. IV, 34.^a edição.

FREYRE, Gilberto. **Foot-ball mulato**. Diário de Pernambuco. Recife, 17 de junho de 1938.

GASTALDO, E. **Crônicas da Pátria Amada: futebol e identidades brasileiras na imprensa esportiva**. Antropolítica (UFF), v. 19, p. 147-163, 2006.

GASTALDO, E. **Futebol, mídia e interações sociais entre torcedores no Brasil: um estudo etnográfico**. Razón y Palabra, v. 69, p. 1-9, 2009.

GASTALDO, E. **O fato social total brasileiro: uma perspectiva etnográfica sobre a recepção pública da Copa do Mundo no Brasil**. Horizontes Antropológicos [Online], 40 | 2013.

GASTALDO, E. **Pátria, Chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. 1. ed. São Paulo: AnnaBlume, 2002. v. 1. 229p .

GASTALDO, E. **Ritos da nação: uma videoetnografia da recepção coletiva da copa do mundo no Brasil**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte , v. 31, p. 209-222, 2009.

GEHRINGER, Max. **Almanaque dos Mundiais por Max Gehringer: os mais curiosos casos e histórias de 1930 a 2006**. São Paulo: Globo, 2010.

GUEDES, Simone Lahud. **O futebol brasileiro: instituição zero**. Dissertação de Mestrado. Pós-Graduação em Antropologia Social. Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1977

GUEDES, S. **“O Brasil no campo do futebol: estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro”**. Niterói: EDUFF, 1998.

GUERRA, M.; MODESTO, C. **“A construção da identidade através das narrativas radiofônicas”**. Trabalho apresentado no GT Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**; Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro-11. ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006

HELAL, R. Futebol: **Mitos e Verdades (que nos ajudam a entender quem somos)**. Disponível em comunicacaoesporte.com/artigos

HELAL, R; SOARES, A. **O Declínio da Pátria de Chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002**. Disponível em: https://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/014338_o-declinio-da-patria-de-chuteiras-futebol-e-identidade-nacional-na-copa-do-mundo-de-2002.pdf . Acesso em 22 de novembro de 2019

HELAL, R; SOARES, A.; LOVISOLO, H. **A Invenção do País do Futebol: mídia, raça e idolatria**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. v. 1. 167p .

HELAL, R; Cabo, A; Silva C. **Pra frente Brasil! Comunicação e identidade brasileira em Copas do Mundo**. Esporte e Sociedade, v. 5, p. 1-21, 2009.

HURT, J. **O Brasil: um Estado-nação a ser construído. O papel dos símbolos nacionais, do império à república** MANA 18(3): 471-509, 2012

IANONI, M. **Para uma abordagem ampliada das coalizões**. Sinais Sociais, Rio de Janeiro, v.11 n. 33, jan.-abr. 2017, pp. 99-129.

JOLY, M. **Introdução à Análise da Imagem**, Lisboa, Ed.70, 2007

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999 264 p. Coleção TRANS.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

LÖWY, M. **Conservatism and far-right forces in Europe and Brazil**. Tradução de Deni Alfaro Rubbo e Marcelo Netto Rodrigues. Serv. Soc. Soc. no.124. São Paulo out./dez. 2015

MAFFESOLI, M. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2006.

MOSCOVICI, S. **A Representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, S. **Sobre representações sociais**. In. FORGAS, J. G. (org.) Social Cognition. Tradução de Cléia M. N Schulze. Londres: Academic Press, 1981.

MOSTARO, F. F. R. **A Seleção Brasileira como propaganda do Governo. Getúlio em 1938 e os militares em 1970**. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010

MOSTARO, F. F. R. ; AMARO, F; HELAL, R. **A camisa pesa?: A construção da identidade do uniforme amarelo da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo**. In: Ary José Rocco Júnior. (Org.). Comunicação e Esporte: Copa do Mundo 2014. 1ed.São Paulo: INTERCOM, 2014, v. 13, p. 60-88.

MOSTARO, F. F. R.; FONTENELLE, C. **“Patriota” ou “Manifestoche”: a camisa da seleção brasileira e sua reapropriação nas narrativas políticas**”. Trabalho apresentado no GT 4 durante o XV Poscom PUC-Rio, de 6 a 9 de novembro de 2018.

MOTTA, L. G. F. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. In: Cláudia Lago; Marcia Benetti. (Org.). Metodologia da pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007, v., p. 144-167.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 12^a Edição, Pontes Editores, Campinas, SP, 2015

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. **Footballmania - Uma História Social do Futebol no Rio de Janeiro, 1902-1938**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2000.

PIKETTY, T. **O Capital no Século XXI**. Tradução de Mônica Baumgarten de Bolle Intrínseca; Ed. 1, 2014.

PINTO, C. **A trajetória discursiva das Manifestações de Rua no Brasil (2013-2015)**. Lua Nova, v. 100, 2017.

PORTO, M. P.; **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**, E-Papers, Rio de Janeiro, 2007, p. 326.

PORTO, S. **A incompreensão das diferenças: 11 de setembro em Nova York**. Brasília, IESB 2002.

RIBEIRO, A.P.G. **Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 31, 2003, p. 147-160.

DAMO, A. **A Magia Da Seleção**. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, vol. 28, núm. 1, setembro, 2006, pp. 73-90

SCHUDSON, M. **A norma da objetividade no jornalismo americano**. In: Igor Sacramento e Letícia Cantarela Matheus. (Org.) História da Comunicação: experiências e perspectivas. Rio de Janeiro: Mauad, 2014, 360p.

SERBENA, C. A. **Reflexões sobre a relação entre o real e o imaginário a partir da modernidade do sujeito e da mídia**. In: Congresso internacional e IX Semana de Psicologia Coletividade e Subjetividade na Sociedade Contemporânea, 2007, Maringá.

SOLANO, E. ; ALCADIPANI, R. **Legitimação da violência performativa no Black Bloc paulistano**. In: Amanda Alves. (Org.). Não é por centavos: um retrato das manifestações no Brasil. 1ed. Rio de Janeiro: LIGA, 2014, v., p. 51-58.

SOUZA, D. A. **O Brasil entra em campo! Construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947)**. São Paulo: Anablume, 2008.

SOUZA, T. C. C. **Discurso e imagem: Perspectivas de análise não verbal**. Trabalho apresentado no 2º Colóquio Latino-americano de Analistas Del Discurso, La Plata e Buenos Aires, agosto/1997.

STUENKEL, O. **É preciso resgatar da extrema direita os símbolos nacionais**. “El País”. São Paulo. 15 de junho de 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/12/opinion/1560348817_282472.html . Acesso em 23 de novembro de 2019

TELLES, H. **Corrupção, antipetismo e nova direita: elementos da crise político-institucional**. *V-executivo*, v. 14, n. 2, p.36-39, 2015.

TOLEDO, L. H. **1 x 7 = 50: por onde escoaram as lágrimas da copa de 2014**. In: Ronaldo Helal & Edson Gastaldo. (Org.). Copa do mundo de 2014. Futebol, mídias e identidade nacional. 1ed. Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2017, v. 1, p. 123-134.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

“Apoiadores de Jair Bolsonaro, do PSL, participam de manifestações pelo Brasil”.

“Fantástico – Globo Play” 21 de outubro de 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7104155/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019

“Apoiadores se concentram em frente à casa de Jair Bolsonaro (PSL) no Rio”

“Fantástico – Globo Play” 28 de outubro de 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7120961/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

“Atos reúnem apoiadores de Bolsonaro em 17 estados e no DF”. “Fantástico –

Globo Play” 30 de setembro de 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7054925/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019

“Brasileiros no exterior fazem protestos contra o governo e a corrupção”.

“Fantástico – G1, o portal de notícias da Globo”. 15 de março de 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/03/brasileiros-no-exterior-fazem-protestos-contrao-governo-e-corruptao.html> . Acesso em 22 de novembro de 2019

“Brasileiros no exterior também protestaram neste domingo (13)”. “Fantástico –

G1, o portal de notícias da Globo”. 13 de março de 2016. Disponível em:

<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2016/03/brasileiros-no-exterior-tambem-protestaram-neste-domingo-13.html> . Acesso em 22 de novembro de 2019

“Brasileiros se manifestam em vários estados contra corrupção e governo”. “Fantástico – G1, o portal de notícias da Globo”. 15 de março de 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/03/brasileiros-manifestam-em-varios-estados-contracorrupcao-e-governo.html> . Acesso em 22 de novembro de 2019

“Cidades têm festa nas ruas após vitória de Bolsonaro”. “Fantástico – Globo Play” 28 de outubro de 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7121047/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

“Cidades têm manifestações em defesa de Sérgio Moro, da Lava Jato e de propostas do governo”. “Fantástico – Globo Play”. 30 de junho de 2019. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7730570/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

“Manifestações em apoio a Jair Bolsonaro e propostas do governo ocorrem pelo país”. “Fantástico – Globo Play”. 26 de maio de 2019. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7644845/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

“Manifestantes comemoram nas ruas o resultado das eleições presidenciais”. “Fantástico – Globo Play” 28 de outubro de 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7121103/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

“Manifestantes comemoram nas ruas o resultado das eleições presidenciais”. “Fantástico – Globo Play” 28 de outubro de 2018. Disponível em:

<https://globoplay.globo.com/v/7121103/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.

“Manifestantes vão às ruas a favor do impeachment da presidente Dilma”. “Fantástico – G1, o portal de notícias da Globo”. 13 de dezembro de 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/edicoes/2015/12/13.html#!v/4673502> . Acesso em 22 de novembro de 2019

“Multidão comemora a vitória de Jair Bolsonaro (PSL) no Rio”. “Fantástico – Globo Play” 28 de outubro de 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7120974/programa/> . Acesso em 22 de novembro de 2019.