



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HAB. JORNALISMO**

WALYSSON DE MELO SIQUEIRA

**COPA DO MUNDO DO BRASIL 2014:
O CARÁTER MULTICULTURAL DO EVENTO APRESENTADO PELO
TELEJORNALISMO DA REDE GLOBO**

**CAMPINA GRANDE
2016**

WALYSSON DE MELO SIQUEIRA

**COPA DO MUNDO DO BRASIL 2014:
O CARÁTER MULTICULTURAL DO EVENTO APRESENTADO PELO
TELEJORNALISMO DA REDE GLOBO**

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB.

Orientadora: Prof^ª Ms. Luciellen Souza Lima

**CAMPINA GRANDE
2016**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S565c Siqueira, Walysson de Melo.
Copa do Mundo do Brasil 2014 [manuscrito] : o caráter multicultural do evento apresentado pelo telejornalismo da Rede Globo / Walysson de Melo Siqueira. - 2016.
79 p. : il. color.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.
"Orientação: Profa. Dra. Luciellen Souza Lima, Departamento de Comunicação Social".

1. Multiculturalismo. 2. Copa do Mundo. 3. Telejornalismo.
4. Análise do discurso. I. Título.

21. ed. CDD 070.195

WALYSSON DE MELO SIQUEIRA

**COPA DO MUNDO DO BRASIL 2014:
O CARÁTER MULTICULTURAL DO EVENTO APRESENTADO PELO
TELEJORNALISMO DA REDE GLOBO**

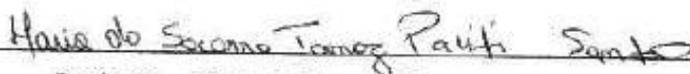
Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB.

Aprovado em 19 de maio de 2016.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Ms. Luciellen Souza Lima (orientadora) - UEPB



Profa. Dra. Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos (examinadora) - UEPB



Prof. Ms. Hipolito de Sousa Lucena (examinador) - UEPB

AGRADECIMENTOS

A Deus, amigo, pai e irmão, presença especial em minha vida, sem a qual nada teria feito, foi ele que planejou e permitiu essa vitória.

Aos amigos, que sempre incentivaram meus sonhos e estiveram sempre ao meu lado, em especial meus vizinhos Marieta, Ivanildo, Eunice e Hellen.

Aos meus principais colegas de classe (Leila, Samara, Eveline, Renata, Everton, Mara, Lucineide, Josivan, Priscila e Diogo) sempre presentes em minha jornada e demais formandos pela amizade e companheirismo que recebi.

A todos os professores que me acompanharam ao longo de todo o curso, em especial a professora Agda Patricia Pontes de Aquino que tanto me ajudou neste trabalho.

A professora Luciellen Souza Lima por aceitar me orientar nesse trabalho acreditando no meu potencial e transmitindo-me tranquilidade nos momentos mais complicados.

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a todos os meus familiares em especial a minha mãe Ana Lucia Gomes de Melo e o meu avô paterno Severino Lopes (In Memória).

“Jornalismo é como se fosse um fio, que liga as pessoas ao mundo”.
Calebe Lamonier

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo entender como o telejornalismo da Rede Globo abordou o caráter multicultural da Copa do Mundo de Futebol da FIFA realizada no Brasil em junho de 2014. Para isso, foi feita a análise do discurso de três reportagens exibidas no período de realização do evento. O estudo foi enriquecido com a utilização dos conceitos de cultura e elementos relacionados. Além disso, dialogamos com bibliografias referentes ao telejornalismo esportivo e à construção do discurso jornalístico. Partimos do pressuposto de que a televisão continua sendo o principal meio de comunicação de massa no Brasil. O telejornalismo então, tem grande força na disseminação de discursos com o poder de influenciar na opinião dos telespectadores. Durante a realização de grandes eventos mundiais as emissoras de televisão fazem uma cobertura especial para abastecer a grade de programação. As reportagens produzidas montam uma imagem acerca do evento, construindo conceitos diversos. A copa reuniu milhares de pessoas com culturas diferentes em diversas cidades do país. É nesse universo que esta pesquisa mergulha.

Palavras-chave: Multiculturalismo. Copa do Mundo. Telejornalismo. Análise do Discurso

ABSTRACT

This study aims to analyze how Rede Globo's telejournalism reported to the multicultural character of FIFA World Cup, performed in Brazil, on June 2014. On this search, was made an analysis on the speech of three reports, shown in the period the event was performed. The study was reinforced with the use of concepts of culture and related elements. Even more, it dialogues with biographies related to sport telejournalism and to the construction of the journalistic speech. We started from the assumption that TV is still, the main vehicle of mass communication in Brazil. Telejournalism then, is strong enough on discuss dissemination, with the power to influence on spectators' opinion. During the realization of big world events, television companies make a special cover, to fulfill the program schedule. The produced reports, build an image of the event, bringing up a variety of concepts. The world cup brought together thousands of people of different cultures, in many cities of the country. This is the universe this search goes on.

Keywords: Multiculturalism. World Cup. Telejournalism. Discourse Analysis.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Representação ilustrativa do termo cultura	14
Imagem 2 - Charge que representa uma situação etnocêntrica	17
Imagem 3 - Ilustração de símbolos religiosos de diferentes culturas.....	19
Imagem 4 - Esquema do processo de Aculturação.....	21
Imagem 5 - A evolução da qualidade das imagens com o passar dos anos.....	30
Imagem 6 - Globo Esporte sendo apresentado pela jornalista Cristiane Dias.....	39
Imagem 7 - Os jornalistas Alex Escobar e Glenda Koslowsky no comando do Esporte Espetacular	40
Imagem 8 - Millena Machado apresentando o Auto Esporte nas manhãs de Domingo da Globo.....	40
Imagem 9 - Flavio Canto recebendo convidados no estúdio do Corujão do Esporte	41
Imagem 10 - Clima de animação no estúdio do Central da Copa 2014.....	41
Imagem 11 - Evaristo Costa e Sandra Annenberg apresentando o Jornal Hoje.....	43
Imagem 12 - Fantástico 2014 sendo apresentado por Tadeu Schmidt e Renata Vasconcelos.....	44
Imagem 13 - O apresentador Caco Barcelos e sua equipe do Profissão Repórter.....	44
Imagem 14 - Representação simbólica da união entre futebol e nações.....	45
Imagem 15 - Essa é uma das imagens que aparecem na reportagem, o momento mostra a recepção calorosa dos brasileiros para os turistas estrangeiros.....	60
Imagem 16 - Uma das imagens que compõem a reportagem, refere-se ao momento em que o turista entrega o ingresso ao brasileiro com alegria.....	65
Imagem 17 - Outra imagem da reportagem mostrando Wellington e Eli sorridentes fazendo gestos de positividade.....	66
Imagem 18 - Imagem da reportagem mostrando os índios brasileiros torcendo pela Alemanha na final da Copa do Mundo 2014.....	70
Imagem 19 - Imagem da parte final da reportagem, mostra o momento em que os jogadores comemoram fazendo a dança que aprenderam com os índios da Aldeia Pataxó.....	71

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. EXPLORANDO OS CONCEITOS DE CULTURA E SEUS DERIVADOS	13
1.1 - ETNOCENTRISMO	15
1.2- RELATIVISMO CULTURAL, UMA CONTRAPOSIÇÃO A VISÃO ETNOCÊNTRICA	18
1.3 - ENDOCULTURAÇÃO	19
1.4 - ACULTURAÇÃO	20
1.4.1 - SINCRETISMO E TRANSCULTURAÇÃO	22
1.5 - MULTICULTURALISMO	23
1.6 - A CULTURA E A MÍDIA SE ENTRELAÇAM PARA O BEM E PARA O MAL.....	25
2. JORNALISMO: SURGIMENTO E CONCEITUAÇÃO	28
2.1 - TELEJORNALISMO	32
2.2 - O JORNALISMO ESPORTIVO CONQUISTA ESPAÇO E POPULARIDADE	35
2.3 - O JORNALISMO ESPORTIVO DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO	38
2.4 - A COPA DO MUNDO TAMBÉM PAUTA O TELEJORNALISMO	43
2.5 - POR DENTRO DAS COPAS DO MUNDO	44
2.5.1 - OS PRIMÓRDIOS	45
2.5.2 - AS COPAS	47
3. DESCRIÇÕES METODOLÓGICAS	53
3.1 - DISCURSOS MULTICULTURAIS NACOPA DO MUNDO DE 2014 CONSTRUÍDOS PELO TELEJORNALISMO DA GLOBO	56
3.1.1 - REPORTAGEM 1: “BRASILEIROS RECEBEM TURISTAS COM FESTA E ALEGRIA”	56
3.1.2 - REPORTAGEM 2: “MOTOBOY GANHA INGRESSO DE TURISTA PARA ASSISTIR A ABERTURA DA COPA”	61
3.1.3 - REPORTAGEM 3: “ÍNDIOS DA ALDEIA PATAXÓ TORCEM PARA A ALEMANHA DURANTE A FINAL DA COPA DO MUNDO”	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75

INTRODUÇÃO

Conviver com as diferenças sempre foi uma tarefa muito difícil para a humanidade. A não aceitação das variadas culturas existentes é um grande gerador de conflitos. Em decorrência de conceitos de juízo de valor a respeito de outras culturas, há pessoas que apelam para a violência através de agressões verbais e/ou as físicas. Algumas dessas agressões causam até mortes. São conceitos baseados nas aparências alheias e na visão de superioridade de uma cultura sobre a outra. Dessa forma, a tendência desse raciocínio é valorizar os iguais e desvalorizar os diferentes. Porém, compreender que o diferente também existe é válido e se faz necessário para que ações conflituosas sejam amenizadas, alcançando assim uma boa convivência e uma consciência de irmandade. Nenhum modo de vida deve se achar superior a outro. Entretanto, o difícil é fazer com que todos pensem assim.

Normalmente o preconceito e a discriminação são marcados pela ignorância e pela falta de conhecimento em relação ao outro. As causas estão relacionadas as crenças, aos sentimentos, e as tendências comportamentais. Segundo Allport (1954 apud SOUZA 2009), o preconceito é o resultado das frustrações das pessoas, que, em determinadas circunstâncias, podem se transformar em raiva e hostilidade. As pessoas que se sentem exploradas e oprimidas frequentemente não podem manifestar sua raiva contra um alvo identificável ou adequado, assim deslocam sua hostilidade para aqueles que estão ainda mais “baixo” na escala social. O resultado é o preconceito e a discriminação.

Preconceito racial, sexual, religioso, de classe social entre outros, ainda permeiam fortemente o mundo em pleno século XXI. Mas por outro lado o pensamento de entrar em contato com outras ideias, hábitos e costumes e principalmente, a intenção de aceitar o outro como ele é, são atributos que estão ganhando força atualmente. Segundo a Revista Estudos Feministas (apud BANDEIRA E BATISTA, 2002, p. 119). “Às portas do novo século a sociedade em geral torna-se cada vez mais consciente das diferenças e multiplicidades sociais emergentes que a compõem, bem como da necessidade de regular os vários aspectos envolvidos nos relacionamentos sociais decorrentes dessas diferenças”.

Isso se traduz em uma identificação quase obsessiva de reivindicações que estabelecem novas linhas de demarcação no domínio das interações sociais. Estas podem ser susceptíveis de regulação com base em novos valores que pretendem gerar uma ética de igualdade, baseada no respeito (moral) e no reconhecimento (direito) das diferenças e dos

pluralismos, que dependa cada vez menos de leis e procedimentos formais Sennett (apud BANDEIRA E BATISTA, 2002, p. 119).

Se buscarmos alguns fatos históricos sobre os aspectos citados anteriormente, é possível descobrir que muita coisa evoluiu, um exemplo bem interessante é em relação ao casamento entre pessoas do mesmo sexo na Irlanda. Primeiro país do mundo a consultar sua população a respeito da temática, o referendo aconteceu em maio de 2015, os votos a favor somaram 62% enquanto os votos contra somaram 38%.

O futebol pode ser considerado hoje em dia, uma paixão mundial que tem seu ápice com a realização do maior evento esportivo do gênero, a da Copa do Mundo, ela acaba interferindo em todos os setores da rotina das pessoas durante o mês em que acontece. O trabalho, os estudos, a programação dos veículos de comunicação e a própria convivência familiar acaba se adequando ao clima que o evento propõe. É muito difícil não se envolver.

Enxergamos a tv, o jornalismo esportivo e o telejornalismo de generalidades, como elementos de forte potencial em relação as funções sociais que eles podem oferecer, como: contribuir nos processos de mudança social, formação educacional e de consolidação da identidade cultural. Embora muitas vezes peque no conteúdo em detrimento da busca pela audiência sem se preocupar com a qualidade, torna-se possível e é importante que a TV e a mídia em geral abram espaço para produções que influenciem uma reflexão educativa e positiva em relação as diferenças culturais que permeiam a sociedade e a convivência harmoniosa entre elas. Esse pensamento é reforçado por Braga e Calazans (2001), faz-se relevante à educação cultural apropriar-se da forma crítica e criativa das mídias (e ou das tecnologias midiáticas), de modo a torná-las multiplicadoras e circuladoras dos saberes.

Chamamos a atenção para o fato de que a televisão continua sendo o principal meio de comunicação de massa no Brasil. Tomando como base essa constatação, nossa pesquisa visa disseminar a noção de que toda cultura é válida e a interação entre elas ajuda a combater a visão etnocêntrica. No nosso caso apoiamo-nos em duas vertentes: o sentido multiculturalista que as copas do mundo oferecem e a cobertura que a mídia pode fazer sobre o evento nesse mesmo sentido, especificamente a copa realizada no nosso país em 2014 e a TV Globo, emissora de grande estrutura que ainda mantém elevados índices de audiência.

Para uma melhor compreensão das temáticas abordadas nesta pesquisa, foi necessário utilizar alguns conceitos bibliográficos que ajudaram a realizar e dar suporte a análise de discurso de três reportagens da Rede Globo de televisão exibidas durante a realização da competição em três programas jornalísticos da sua grade. Reacendendo o debate acerca do

papel educativo que os meios de comunicação podem desempenhar na construção de valores morais, éticos e sociais da massa.

O clipe de encerramento dos jogos da Copa do Mundo do Brasil 2014 veiculado pela TV Globo na data final da transmissão do evento mostrava todo o clima festivo do mesmo através da alegria e emoção dos torcedores e jogadores. Somando a isso o lado positivo da convivência multicultural que foi observada durante todo o período da competição, através de acontecimentos mostrados pelo telejornalismo da emissora em questão motivaram a elaboração desta pesquisa. Como um evento que reúne o diferente pode dar certo? Nações do mundo todo juntas e misturadas em um mesmo espaço convivendo harmoniosamente, isso é possível? Tentamos responder a essas questões. Além disso a busca por novos conhecimentos a respeito da relação entre sociologia, antropologia e jornalismo observados pelo olhar cultural além de uma simpatia e identificação pessoal justificam a realização desse trabalho bem como a intenção de contribuir para os estudos dos campos das áreas exploradas.

1. EXPLORANDO OS CONCEITOS DE CULTURA E SEUS DERIVADOS

Falar de cultura é sempre desafiador pois trata-se de um tema amplo com fortes raízes históricas e que possui várias linhas de pensamento de acordo com os seus pesquisadores e estudiosos, áreas como a sociologia, a filosofia e antropologia possuem suas definições de cultura mas de fato o que seria cultura? Qual delas seria a certa ou a errada? Existe uma cultura mais importante que outra? Conceituar esse termo não é uma tarefa fácil, seria uma espécie de leque informacional, pois cada indivíduo assume uma significação própria para tal.

Para o senso comum por exemplo, o termo adquire diversos significados: pode ser o volume de conhecimento intelectual que cada indivíduo possui, pode ser a arte, os hábitos do cotidiano a ciência enfim, qualquer um desses termos não apontam uma definição errada, contudo existe um certo empobrecimento sobre a compreensão do que seja cultura, mas é possível explorar mais e melhor o que ela seria e a qual a sua importância na compreensão do mundo em que vivemos.

Cultura é uma preocupação contemporânea, bem viva nos tempos atuais. É uma preocupação em entender os muitos caminhos que conduziram os grupos humanos às suas relações presentes e suas perspectivas de futuro. Diz respeito à humanidade como um todo e ao mesmo tempo a cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos. Considera-se como cultura todas as maneiras de existência humana (SANTOS, 2006, p. 7).

Ainda de acordo com o autor citado anteriormente, existem duas concepções básicas que ajudam a entender melhor a cultura, a primeira estaria relacionada a todos os aspectos de uma realidade social e a outra estaria ligada ao conhecimento, as ideias e as crenças de um povo.

Vejamos então outras definições para cultura: Edward B. Tylor (1871), foi o primeiro a formular um conceito de cultura em sua obra *Cultura Primitiva*. Ele propôs: “Cultura... é aquele todo complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral a lei, os costumes e todos os outros hábitos e aptidões adquiridos pelo homem como membro da sociedade”. Esse conceito de Tylor predominou no campo da antropologia durante várias décadas.

Kroeber e Kluckhohn (1952), referem-se à cultura como “uma abstração do comportamento e não deve ser confundida com atos do comportamento ou com artefatos materiais como ferramentas, recipientes, obras de arte e demais instrumentos que o homem fabrica e utiliza”.

Tendo em vista essas definições, fica claro que não existe uma uniformidade na hora de conceituar o que seria cultura, porém essas colocações divergentes ao longo do tempo ajudam a compreendê-la sobre os mais diferentes enfoques.

A cultura portanto, pode ser analisada, ao mesmo tempo, sob vários enfoques: ideias (conhecimento e filosofia); crenças (religião e superstição); valores (ideologia e moral); normas (costumes e leis); atitudes (preconceito e respeito ao próximo); padrões de conduta (monogamia, tabu); abstração do comportamento (símbolos e compromissos); instituições (família e sistemas econômicos); técnicas (artes e habilidades); e artefatos (machado de pedra, telefone). Os artefatos decorrem da técnica mas a sua utilização é condicionada pela abstração do comportamento. As instituições ordenam os padrões de conduta que decorrem de atitudes condicionadas em normas e baseadas em valores determinados tanto pelas crenças quanto pelas ideias (MARCONI, 2010, p. 24).

É através da cultura que nos diferenciamos de outros povos e assumimos a nossa própria identidade. A cultura faz do homem humano, eleva-o e prepara seu espírito; fortalece o caráter e o “conhecer” abre portas para o respeito aos semelhantes e estimula-o para a evolução. O que certifica unidade ao homem “(...) é a sua aptidão à variação cultural”. Ou seja, “(...) aquilo que os seres humanos têm em comum é a sua capacidade para se diferenciar uns dos outros, para elaborar costumes, línguas, modos de conhecimento, instituições, jogos profundamente diversos” (LAPLANTINE, 1994, p. 22). Sem a cultura possuímos apenas nossa primeira natureza: a natureza biológica, somos “homem”, considerando a classificação das espécies animais, ou seja, gênero (Homo), espécie (Sapiens).



Imagem 1 - Representação ilustrativa do termo cultura¹

¹ Disponível em: http://www.parquesantocristo.org.br/index.php?pagina=noticia_completa&id=80

Vivemos numa sociedade mista em todos os sentidos, pois não há uma uniformidade na conduta das pessoas. Primeiro porque o ser humano é singular e isto o faz totalmente “outro”. E em segundo, porque a diversidade de conhecimento, de experiências religiosas, ideológicas, políticas, etc. não cabem dentro da uniformidade (SILVA, 2012).

Não existe uma definição certa ou errada, para designar a cultura, ela ganha novos contornos com o passar do tempo, também não se pode afirmar que determinada cultura é superior a outra, elas simplesmente existem e é importante que sejam compreendidas e respeitadas, embora na prática não seja tão fácil.

Vale salientar que o mundo é formado por uma grande pluralidade cultural. (SANTOS, 2006) a diversidade das culturas existentes acompanha a variedade da história humana, expressa possibilidades de vida social organizada e registra graus e formas diferentes de domínio humano sobre a natureza. Em toda cultura há riqueza de elementos, condutas, sentimentos e práticas a serem questionados por outra cultura ou por si mesma. Sendo assim torna-se difícil porém não impossível manter uma condição de respeito em torno desse conjunto.

O desenvolvimento da humanidade está marcado por contatos e conflitos entre modos diferentes de organizar a vida social, de se apropriar dos recursos naturais e transformá-los, de conceber a realidade e expressá-la. A história registra com abundância as transformações por que passam as culturas, seja movidas por suas forças internas, seja em consequência desses contatos e conflitos, mais frequentemente por ambos os motivos. Por isso, ao discutirmos sobre cultura temos sempre em mente a humanidade em toda a sua riqueza e multiplicidade de formas de existência. São complexas as realidades dos agrupamentos humanos e as características que os unem e diferenciam, e a cultura as expressa. Saber em que medida as culturas variam e quais as razões da variedade das culturas humanas são questões que provocam muita discussão (SANTOS, 2006).

Para os fins desta pesquisa utilizaremos o conceito de cultura referente a análise de atitudes (preconceito e respeito ao próximo) direcionando assim a busca por uma sociedade saudável e mais justa. Carvalho, (2009), em qualquer âmbito, a inclusão social se apoia em valores de tolerância e respeito às diferenças. Por outro lado, a falta desses valores está na base de muitos problemas sociais, como a xenofobia, o preconceito, o racismo, os conflitos religiosos e a marginalização de grupos minoritários em geral.

1.1 ETNOCENTRISMO

Ainda sobre conflitos entre os diferentes modos de organização social é importante apontar uma prática comum e porque não dizer causadora de boa parte de conflitos a cerca do tema, trata-se da ação de valorizar a própria cultura tomando-a como parâmetro para avaliar e julgar as demais, antropologicamente falando seria o etnocentrismo um fenômeno universal que pode atingir proporções drásticas quando determinadas culturas consideradas mais frágeis entram em contato com culturas consideradas superiores. Foi ele o responsável pela geração de intolerâncias e preconceitos nas mais variadas áreas, como política, religião, etnias e claro a própria cultura.

Etnocentrismo é uma visão do mundo onde o nosso próprio grupo é tomado como centro de tudo e todos os outros são pensados e sentidos através dos nossos valores, nossos modelos, nossas definições do que é a existência. No plano intelectual, pode ser visto como a dificuldade de pensarmos a diferença; no plano afetivo, como sentimentos de estranheza, medo, hostilidade, etc. Perguntar sobre o que é etnocentrismo é, pois, indagar sobre um fenômeno onde se misturam tanto elementos intelectuais e racionais quanto elementos emocionais e afetivos (ROCHA, 1988, p. 5).

A questão etnocêntrica acontece através de um choque cultural, tomando como base a seguinte situação: de um lado está o grupo do “eu” o “nosso grupo” que possui os mesmos hábitos, come igual, veste igual, gosta de coisas parecidas empresta a vida significados comuns, compactuando da semelhança na sua identidade cultural. Ai de repente se depara com o grupo do “outro” que apresenta diferenças, que comumente faz coisas contrárias ao nosso grupo, enxerga-se estranho o fato de saber que o outro sobrevive aquela maneira, a sua maneira, gosta dela e está presente no mundo, ou seja o diferente também existe e isso causa um verdadeiro choque.

Este choque gerador do etnocentrismo nasce, talvez, na constatação das diferenças. Grosso modo, um mal-entendido sociológico. A diferença é ameaçadora porque fere nossa própria identidade cultural. O monólogo etnocêntrico pode, pois, seguir um caminho lógico mais ou menos assim: Como aquele mundo de doidos pode funcionar? Espanto! Como é que eles fazem? Curiosidade perplexa? Eles só podem estar errados ou tudo o que eu sei está errado! Dúvida ameaçadora?! Não, a vida deles não presta, é selvagem, bárbara, primitiva! Decisão hostil! (ROCHA, 1988, p.5).



Imagem 2 - Charge que representa uma situação etnocêntrica²

Percebe-se então que o grupo do “eu” aponta uma visão superior, a melhor, a correta e natural. O grupo do “outro” fica nessa lógica do anormal, absurdo e até engraçado (ROCHA, 1988). De qualquer forma, a sociedade do “eu” é a melhor, a superior. Representada como o espaço da cultura e da civilização por onde existe o saber, o trabalho, o progresso. A sociedade do “outro” é atrasada. E o espaço da natureza. São os selvagens, os bárbaros. São qualquer coisa menos humanos, pois, estes somos nós. O barbarismo evoca a confusão, a desarticulação, a desordem.

No entanto o etnocentrismo não pode ser considerado em sua totalidade como algo extremamente negativo, ele apresenta um ponto positivo que está relacionado a valorização do próprio grupo, seus integrantes consideram e aceitam o seu modo de vida como o melhor e mais saudável refletindo um bem estar individual e coletivo também. O problema então é saber dosar o etnocentrismo, pois ele pode manifestar-se de através de comportamentos agressivos, violentos e discriminatórios em atitudes de superioridade e hostilidade.

É um problema muito difícil de se resolver? O ser da sociedade do “eu” e os da sociedade do “outro” devem estar mais perto do espelho onde as diferenças se olham como escolha, esperança e generosidade. Devem estar, também, mais longe das hierarquias que se traduzem em formas de dominação. O “eu” e o “outro” se podem olhar como iguais, onde a comparação se traduz num enriquecimento de possibilidades existenciais, é o plano mais

² Disponível em: <http://pt.slideshare.net/taynnabarcellos/etnocentrismo-24857753>

amplo e profundo de um humanismo do qual o etnocentrismo se ausenta (ROCHA, 1988). O percurso para enfraquecer o aspecto negativo do etnocentrismo é o conhecimento, abrir os olhos e a mente para as possibilidades, é preciso que as diferenças se encontrem, o “eu e “outro” caminhando para uma compreensão do ser humano.

1.2 RELATIVISMO CULTURAL, UMA CONTRAPOSIÇÃO A VISÃO ETNOCÊNTRICA

Comumente se houve a expressão “temos que relativizar”. Porém o que seria Relativizar? Genericamente pode-se dizer que é a compreensão de que não existindo normas e valores absolutos não se deve avaliar a partir de seus próprios valores e normas, como se eles fossem um padrão a ser copiado.

Nos estudos culturais é comum perceber frequentemente a presença do termo relativismo cultural. A lógica é a mesma do parágrafo anterior, porém envolvendo a observação da cultura do outro. O relativismo cultural atua na contramão da prática etnocêntrica.

O relativismo cultural é em seguida compreendido como um princípio ético, que preconiza a neutralidade em relação às diferentes culturas . Em virtude deste princípio ético Herskovits, que foi aliás o primeiro a utilizar, nos anos trinta, a expressão relativismo cultural, submeteu a ONU em 1974, em nome da American Anthropological Association uma recomendação para exigir o respeito absoluto de cada cultura particular (CUCHE, 1999, p. 240).

Segundo Lakatos e Marcone (2010), os padrões ou valores de certo ou errado, dos usos e costumes, das sociedades em geral, estão relacionados com a cultura da qual fazem parte. Dessa maneira, um costume pode ser válido em relação a um ambiente cultural e não a outro e, mesmo, ser repudiado. Exemplo: no Brasil, come-se manteiga; na África, ela serve para untar o corpo. Pescoços longos (mulheres-girafas da Birmania), lábios deformados (indígenas brasileiros nariz furado (indianas), escarificação facial (entre australianos), deformações cranianas (índios sul-americanos) são valores culturais para essas sociedades. Esses tipos de adornos significam beleza.

O relativismo cultural é uma teoria muito difundida desde o seu surgimento, até os dias atuais. Palavras como pluralismo, respeito, multiculturalismo, tolerância, e aceitação assumiram uma importância significativa à medida que os limites da cultura têm se expandido. Por isso é importante assimilar o que ela propõe com o intuito de buscar uma convivência mais pacífica entre os povos.

Toda a cultura é considerada como configuração saudável para os indivíduos que a praticam. Todos os povos formulam juízos aos modos de vida diferentes dos seus. Por isso, o relativismo cultural não concorda com a ideia de normas e valores absolutos e defende o pressuposto de que as avaliações devem ser sempre relativas a própria cultura onde surgem (LAKATOS, MARCONE 2010, p. 135).

Pode-se inferir então que a principal intenção do relativismo cultural é apontar a necessidade de nos afastarmos de possíveis julgamentos, evitando classificar a cultura do outro como inferior, feia, errada, atrasada ou algo nessa direção. Essa ideia nos conduz a um sentimento de profundo respeito à estrutura de funcionamento peculiar a cada cultura. O pensamento de superioridade é condenado. O relativismo cultural atua de forma importante para que as culturas não sejam classificadas através de camadas hierárquicas.



Imagem 3 – Ilustração de símbolos religiosos de diferentes culturas³

1.3 ENDOCULTURAÇÃO

O comportamento cultural dos indivíduos depende de um aprendizado, de um processo denominado endoculturação. Trata-se do modo de vida específico e particular que os mesmos são condicionados, seus sistemas de valores que são próprios de sua cultura.

O processo de aprendizagem e educação em uma cultura desde a infância é chamado endoculturação, tanto por Felix Keesing quanto por Hoebel e Frost. Herskovits emprega o termo enculturação para conceituar a mesma coisa, significando, além disso, o processo que estrutura o condicionamento da conduta, dando estabilidade a cultura. Cada indivíduo adquire as crenças, o comportamento, os modos de vida da sociedade a que pertence. Ninguém aprende, todavia, toda a cultura, mas esta condicionado a certos aspectos particulares da transmissão de seu grupo. As sociedades não permitem que seus membros ajam de forma diferenciada. Todos os atos, comportamentos e atitudes de seus membros são controlados por ela (PREZOTTO, 2006, p. 47).

³ Disponível em: <http://georesumos2014.blogspot.com.br/2014/08/aula-29-continuacao-2-ano-em.html>

Endoculturação significa interiorização, assimilação, apropriação, absorção, aprendizagem. Através dela o homem aprende a romper as diferenças ambientais e dar vazão a criação. Assim cada cultura tem o gênio que é capaz de produzir de acordo com suas possibilidades e necessidades. Este processo de aprendizagem de uma cultura é permanente, inicia na infância e se completa com a morte.

A cultura é um processo acumulativo, resultante de toda a experiência histórica das gerações anteriores. Este processo limita ou estimula a ação criativa do indivíduo. Os gênios são indivíduos altamente inteligentes que têm a oportunidade de utilizar o conhecimento existente ao seu dispor, construído pelos participantes vivos e mortos de seu sistema cultural, e criar um novo objeto ou uma nova técnica. Nesta classificação podem ser incluídos os indivíduos que fizeram as primeiras invenções, tais como o primeiro homem que produziu o fogo através do atrito da madeira seca; ou o primeiro homem que fabricou a primeira máquina capaz de ampliar a força muscular, o arco e a flecha etc. São eles gênios da mesma grandeza de Santos Dumont e Einstein. Sem as suas primeiras invenções ou descobertas, hoje consideradas modestas, não teriam ocorrido as demais. E pior do que isto, talvez nem mesmo a espécie humana teria chegado ao que é hoje (LARAIA, 2001, p. 25).

1.4 ACULTURAÇÃO

Durante muito tempo o conceito de aculturação serviu para avaliar o processo de contato entre duas culturas diferentes.

A aculturação é o conjunto de fenômenos que resultam de um contato contínuo e direto entre grupos de indivíduos de culturas diferentes e que provocam mudanças nos modelos (patterns) culturais iniciais de um ou dos dois grupos. Redfield, Linton, Herskovits (apud CUCHE, 1999, p. 115).

Com o aprofundamento dos estudos culturais ao longo dos anos, a visão de que as transformações poderiam afetar apenas um dos grupos acabou sendo cada vez mais criticada e debatida, não só no âmbito antropológico mas também por outros estudiosos da área das ciências humanas. O motivo para isso é que chegou-se a conclusão de que é extremamente equivocada a ideia de que uma cultura em contato com outra perde os seus valores por inteiro, desaparecem, no entanto não é bem assim que funciona, pois uma cultura consiste em um conjunto de valores, práticas e signos no interior de uma sociedade, ela pode assimilar fatores da outra cultura mas não necessariamente se extinguir em decorrência disso. Através da junção das duas é possível ainda criar uma nova cultura. Um exemplo disso é a cultura

romana que por adquirir influência da cultura grega acabou recebendo o nome de cultura greco - romana.

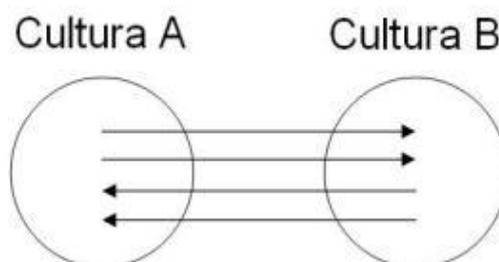


Imagem - 4 Esquema do processo de Aculturação⁴

Nesse processo, uma cultura se caracteriza como doadora e a outra como receptora, o que não significa dizer que o processo é de “via única” por que ambas as culturas podem sofrer mudanças, pois ocorre aí um processo de influxo recíproco. (ULLMANN. 1991)

Fortemente conduzida pela globalização, a aculturação vem tornando-se comum na atual realidade social, a proximidade a grandes culturas e a rapidez de comunicação entre os diferentes países do mundo faz com que cada cultura altere um pouco a sua identificação cultural e social aderindo em parte a outras culturas. Um exemplo disso é cultura ocidental similar em muitos países. Contudo, sabe-se que a aculturação não tira totalmente a identidade social de um povo, crendo assim que talvez no futuro não exista mais uma diferença cultural tão acentuada como as que ainda se observa entre alguns países.

O processo de aculturação ocorre em todas as suas formas de representação, no entanto, é muito mais recorrente quando se trata do plano material da cultura. A música a seguir ficou bastante conhecida na voz de José Gomes Filho (Jackson do Pandeiro), chamada "chiclete com banana" e interpretada por vários outros artistas também. Percebe-se que a música sugere uma fusão entre elementos próprios da cultura brasileira e elementos inerentes à cultura norte-americana (FERNANDO, 2015).

⁴ Disponível em: <https://sociologados.wordpress.com/2010/04/03/a-formacao-da-diversidade/>

Chiclete Com Banana

Jackson do Pandeiro

Eu só boto bebop no meu samba
 Quando Tio Sam tocar um tamborim
 Quando ele pegar
 No pandeiro e no zabumba.
 Quando ele aprender
 Que o samba não é rumba.
 Aí eu vou misturar
 Miami com Copacabana.
 Chiclete eu misturo com banana,
 E o meu samba vai ficar assim:

Turururururi bop-bebop-bebop
 Turururururi bop-bebop-bebop
 Turururururi bop-bebop-bebop
 Eu quero ver a confusão

Tururururururi bop-bebop-bebop
 Tururururururi bop-bebop-bebop
 Tururururururi bop-bebop-bebop
 Olha aí, o samba-rock, meu irmão

É, mas em compensação,
 Eu quero ver um boogie-woogie
 De pandeiro e violão.
 Eu quero ver o Tio Sam
 De frigideira
 Numa batucada brasileira.

1.4.1 - SINCRETISMO E TRANSCULTURAÇÃO

Ainda dentro do processo de aculturação é possível destacar outras noções, o sincretismo e a transculturação. O primeiro se refere a um conjunto de doutrinas que se unem para formar uma nova, podendo ser de caráter filosófico, cultural e religioso. O sincretismo está ligado as relações de comunicação entre grupos sociais com diferentes costumes e tradições. Quando estes passam a conviver juntos surgem adaptações nos mais variados aspectos culturais fazendo com que um grupo absorva características comuns ao outro.

Josué Tomasini Castro diz que:

“ao pensar em sincretismo, pode-se pensar em: negociação, interação, confronto, transmissão, mistura, adaptação, assimilação, sondagem, transposição, identificação, simbiose, fusão, amálgama, alienação, dinamismo, confluência, interação, etc.” (CASTRO, 2006, p, 29).

Sob a ótica religiosa por exemplo, Castro (2006), diz que seria a fusão de dois elementos culturais análogos (crenças e práticas) de culturas distintas ou não, a Umbanda contém traços do catolicismo, do fetichismo africano e indígena e do espiritismo.

Já a transculturação acontece quando um determinado grupo social recebe e se adapta as formas culturais oriundas de outro grupo, essa transição acontece em diversas fases durante as quais, inevitavelmente, alteram-se certos elementos da cultura original. O conceito foi desenvolvido pela primeira vez em 1940 pelo antropólogo cubano Fernando Ortiz Fernández. Ele foi considerado o responsável por abraçar a noção no âmbito dos seus estudos sobre o contato cultural entre grupos ou comunidades diferentes.

O termo pretendia substituir expressões como mudança cultural, difusão, migração e osmose cultural, por considerá-las pouco representativas desses fenômenos sociais que constroem toda uma reviravolta cultural, causando impacto nas diversas civilizações ao longo da história. Para Ortiz (1940 apud MALINOWSKI, 1987, p.5), a transculturação “É um processo no qual as duas partes da equação saem modificadas”. Um processo a partir do qual emerge uma nova realidade, composta e complexa, uma realidade que não é nem a glomeração mecânica dos caracteres, nem um mosaico, mas trata-se de um fenômeno novo, original e independente”.

Toma-se como exemplo a seguinte situação, uma pessoa brasileira passa a morar em outro país, naturalmente ela irá transmitir alguns elementos de sua cultura, seus hábitos, valores, sua maneira de viver assim como também aprenderá elementos da cultura desse país em que agora se encontra. A transculturação é um fenômeno que está inserido no multiculturalismo.

1.5 MULTICURALISMO

Assim como o termo cultura confere variações e amplas interpretações, o termo multiculturalismo também apresenta significações particulares de acordo com os seus estudiosos. Vejamos aqui algumas explanações sobre o que é multiculturalismo e um pouco do seu contexto histórico.

O multiculturalismo não é um fenômeno recente e está diretamente ligado à globalização. A mundialização de culturas contribui de forma dinâmica para fragilizar a noção

estática de cultura. Deste modo, a globalização e a mundialização de culturas apresentam uma série de desafios para a sociedade civil no contexto contemporâneo do tratamento das diferenças e reconhecimento das especificidades dela (Cf. KYMLICKA, 1995; SEMPRINI, 1999).

De acordo com Gonçalves e Silva (2006), o multiculturalismo teve origem em países nos quais a diversidade cultural é vista como um problema para a construção da unidade nacional. Nestes países, essa construção tem sido realizada através da imposição a todos os membros da sociedade de uma cultura dita superior, através de processos autoritários. Assim, o multiculturalismo aparece como princípio ético na orientação da ação dos grupos culturalmente dominados, aos quais foi negado o direito de preservarem suas características culturais. No início, os movimentos multiculturalistas expressavam exclusivamente a reivindicação de grupos étnicos.

Para Silva e Brandim (2008) o multiculturalismo iniciou-se nos Estados Unidos em meados do século XX e se difundiu pelo mundo ocidental

(...) como forma de enfrentamento dos conflitos gerados em função das questões econômicas, políticas, e, mormente, étnico-culturais, na tentativa de combater discriminações e preconceitos, haja vista as dificuldades de indivíduos e grupos de acolher e conviver com a pluralidade e as diferenças culturais (SILVA & BRANDIM, 2008, p. 52).

A necessidade da condição de respeito e pacificidade na convivência entre culturas diferentes, através do multiculturalismo em sua visão plural, é o ponto chave que rege a importância desse trabalho acadêmico, tendo em vista a observação do comportamento de comunhão que houve dentro do território brasileiro durante a Copa do Mundo de 2014, situações registradas pela mídia televisiva, especificamente a Rede Globo, confirmam essa boa convivência entre povos de diferentes países e conseqüentemente suas culturas diferentes.

Para Alain Touraine (1992), pode-se compreender o multiculturalismo como a manutenção da unidade social reconhecendo a pluralidade de culturas e tendo-as em permanente intercâmbio entre atores sociais com visões de mundo diferenciadas (algo que está além da mera coexistência ou convivência). Tal noção rechaça a desigualdade entre culturas: superior, avançada, primitiva ou subdesenvolvida e substitui a noção de preservação cultural pela de equiparação entre diversas culturas.

O multiculturalismo busca promover uma igualdade entre os diversos grupos por meio do reconhecimento de suas diferenças, evitando assim o sentido de grupos oprimidos. Atuando como um importante instrumento teórico dos desfavorecidos, que querem ver

assegurada a sua dignidade, através da igualdade de oportunidades e do respeito a sua identidade.

1.6 A CULTURA E A MÍDIA SE ENTRELAÇAM PARA O BEM E PARA O MAL

O fenômeno da globalização e conseqüentemente o avanço da tecnologia alteraram significativamente o modo de vida das sociedades, os hábitos e estilos de vida passaram a ser influenciados por grandes transformações nos mais variados âmbitos como transportes, saúde, agricultura e comunicação este último o mais importante para a compreensão desse trabalho. Com isso a cultura passou a ser disseminada com mais facilidade, a mídia foi e é até hoje o grande difusor do que se refere a cultura, esse processo recebe o nome de comunicação de massa que se desenvolveu tanto a ponto de ofuscar outros tipos de cultura alternativas e anteriores a ela. Segundo Corrêa (2001), a comunicação de massa, envolve empresas, profissionais e formas de comunicação complexas e diversificadas, o seu potencial de difusão e alcance, influenciam e determinam muitos dos comportamentos individuais e coletivos do público para o qual são dirigidos.

Segundo Lévy (1999), a tecnologia reestruturou relações sociais e de trabalho e acelerou a disseminação da cultura e da informação veiculada através da mídia. O desenvolvimento e a expansão das tecnologias da informação e comunicação têm papel preponderante na reestruturação da identidade contemporânea, modificando pensamentos e comportamentos.

Theodor W. Adorno e Max Horkheimer foram os criadores do termo indústria cultural. Em meados dos anos 40 estes analisam a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção de cultura como mercadoria. Os produtos culturais ilustram a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo. Segundo Matterlat (1995:77), “Previu-se algo para cada um a fim de que ninguém possa escapar”. Cada setor da produção é uniformizado e todos o são em relação aos outros. A civilização contemporânea confere a tudo um ar de semelhança (MATTERLAT, 1995).

Diversas configurações culturais apareciam em destaque antes da cultura de massa/ indústria cultural, como a popular numa contraposição a erudita, a cultura nacional que atuava como a identidade de um povo e de um modo geral o conjunto de valores morais e estéticos das sociedades. O surgimento da cultura de massa / indústria cultural no século XX, acabou

dominando essas noções culturais. Através dos veículos de comunicação, os diferentes padrões de culturas em grande parte passaram a ser homogeneizados.

De acordo com Kellner (2001), as narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje. A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global. Essa cultura é constituída por sistemas de rádio e reprodução de som (discos, fitas Cds e seus instrumentos de disseminação, como aparelhos de rádio, gravadores, etc); de filmes e seus modos de distribuição (cinemas, videocassetes, apresentação pela TV); pela imprensa que vai de jornais a revistas; e pelo sistema de televisão, situado no cerne desse tipo de cultura. Os vários meios de comunicação privilegiam ora os meios visuais, ora os auditivos, ou então misturam os dois sentidos, jogando com uma vasta gama de emoções, sentimentos e ideias.

A televisão acabou atingindo um patamar maior frente aos outros veículos de comunicação, e graças ao seu advento a mídia se transformou em força dominante. Kellner (1990), a TV a cabo e por satélite, o videocassete e outras tecnologias de entretenimento doméstico, além do computador pessoal mais recentemente aceleraram a disseminação e o aumento do poder da cultura veiculada pela mídia.

Com tanto poder assim, toda a produção da cultura da mídia possui interesses não muito claros. Segundo Kellner (2001), os produtos da cultura da mídia, portanto não são entretenimento inocente, mas tem cunho perfeitamente ideológico e vinculam-se à retórica, a lutas, a programas e a ações políticas. Em vista de seus efeitos políticos, é importante aprender a interpretar a cultura da mídia politicamente a fim de decodificar suas mensagens e efeitos ideológicos. Como argumentos até agora, interpretar politicamente a cultura da mídia exige que se amplie a crítica ideológica para abranger intersecção de sexo, sexualidade, raça e classe e ver que a ideologia é apresentada na forma de imagens, figuras, códigos genéricos, mitos e aparato técnico de cinema, televisão, música e outros meios, bem como por intermédio de ideias ou posições teóricas.

Essas produções apresentam características que agradam e seduzem, trata-se de uma espécie de espetáculo que leva o público a identificar-se com opiniões, atitudes e sentimentos e também o induzem ao consumo. Kellner (2001), a cultura de consumo oferece um deslumbrante conjunto de bens e serviços que induzem os indivíduos a participar de um sistema de gratificação comercial. A cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas no

sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e as práticas vigentes.

Numa tentativa de fugir da alienação é importante entender que:

O público pode resistir aos significados e mensagens dominantes, criar sua própria leitura e seu próprio modo de apropriar-se da cultura de massa, usando a sua cultura como recurso para fortalecer-se e inventar significados, identidade e forma de vida próprios. Além disso, a própria mídia dá recursos que os indivíduos podem acatar ou rejeitar na formação de sua identidade em oposição aos modelos dominantes. Assim a cultura veiculada pela mídia induz os indivíduos a conformar-se à organização vigente, da sociedade, mas também lhes oferece recursos que podem fortalecê-los na oposição a essa mesma sociedade (KELNNER, 2001, p. 11).

Os dois lados de uma mesma moeda, essa expressão pontua bem o debate e os efeitos a cerca da cultura da mídia. Afinal ela faz bem? Faz mal? Ou um pouco dos dois? Sobre o aspecto negativo a indústria cultural é acusada de alienar, mascarando a realidade, levando o indivíduo a perder e até não criar uma imagem ou identidade própria perante a sociedade. Defendendo o aspecto positivo existem os que argumentam a tese de que não se trata de fator de alienação pois essas produções acabam por beneficiar o desenvolvimento do homem. Toma-se como exemplo, as crianças que hoje dominam muito mais cedo a linguagem graças aos veículos de comunicação em especial a televisão e rapidamente estas migram para a internet, isso possibilita a elas uma compreensão mais rápida do mundo.

Quem tem razão nessa história toda? De acordo com Coelho (1980), há dois caminhos para se chegar a uma eventual conclusão sobre qual das correntes está com a razão embora a razão quase nunca esteja de um lado só. Um deles consiste em examinar o quê diz ou faz a indústria cultural. O outro opta por saber, não que é dito ou feito, mas como é dito ou feito. O estudo do o quê exige uma análise caso a caso, levando em consideração situações específicas. A análise do como tem alcance mais geral na medida em que parte do pressuposto segundo o qual os veículos da indústria cultural têm, cada um deles, uma natureza que permanece idêntica a si mesma em todas as manifestações desse veículo e um modo de operar que pode permanecer estável em determinadas situações.

2. JORNALISMO: SURGIMENTO E CONCEITUAÇÃO

Parando para pensar no percurso histórico do jornalismo até os dias de hoje é inegável reconhecer a importância que ele adquiriu e torna-se até complicado imaginar como estaríamos vivendo sem a existência dele. De acordo com Alves (2015), antes do jornalismo o homem que vivia em aldeias tribais por exemplo só tinha conhecimento do mundo que o cercava, não tinha a mínima noção do que se passava fora do seu habitat a única fonte de informação que existia eram os viajantes que frequentavam essas tribos por causa do comércio, eles contavam sobre tribos rivais, mortes e nascimentos e sobre o desenvolvimento das caça e da pesca. O papel desses viajantes era fundamental para a sobrevivência desses homens, o problema é que como eles viajam a pé ou em lombos de cavalos essas preciosas informações demoravam bastante para chegar. Esse relato serve para constatar e compreender a necessidade de viver informado.

O primeiro jornal que se conhece no mundo foi a *Acta Diurna*. De acordo Veronezzi (2015), era uma publicação oficial do Império Romano, criada no ano de 59 A.C. durante o governo imperial de César. Ela trazia notícias diariamente para a população de todos os cantos do Império (e de fora dele) falando principalmente de conquistas militares, ciência e de política. Para poder escrever a *Acta Diurna*, surgiram os primeiros profissionais de jornalismo do mundo, os chamados Correspondentes Imperiais. Eles foram enviados para todas as regiões e províncias Romanas para acompanhar e escrever as notícias.

Segundo Veronezzi (2015), apesar de inaugurar o conceito e o formato geral dos jornais e do jornalismo modernos, a *Acta Diurna* tinha algumas curiosidades: Como não existiam tecnologias de impressão no Império Romano e nem mesmo papel em quantidade suficiente (a fabricação de papel, usando a tecnologia da época era muito cara), a *Acta Diurna* era publicada em grandes placas brancas de papel e madeira (estilo Outdoor). Embora a *Acta Diurna* fosse publicada todos os dias, sempre divulgava notícias de dias ou semanas atrás daquela época. Como era uma publicação de jornalismo oficial, a *Acta Diurna* romana não era imparcial, nunca propagava notícias negativas de derrotas do Exército Romano e nem escândalos envolvendo pessoas públicas e aliadas ao Imperador.

A criação da prensa de tipos móveis por Guttenberg em 1439 foi o primeiro passo para o surgimento da imprensa levando posteriormente ao nascimento do jornalismo, foi através desse meio técnico que tornou-se possível propagar as informações de forma multiplicada. Alguns autores dizem que essa invenção transferiu o mundo da Idade Média para a era da Renascença. Estritamente relacionado ao desenvolvimento da industrialização e do

capitalismo, os jornais impressos configuram o início de uma “indústria da informação” um produto típico da cultura de massa seguido pelo surgimento do rádio, da televisão e mais recentemente da internet.

A medida que a tecnologia da prensa de papel de Gutemberg ia sendo disseminada e copiada por seus concorrentes, a publicação de livros e jornais se tornou cada vez mais popular. A própria atividade de jornalismo também passou a ser muito mais profissional com o surgimento dos primeiros cursos de jornalismo nas Universidades da Europa. Com a profissionalização do jornalismo, começou também a surgir a necessidade de regulamentar a profissão e sua atividade, surgindo nesta época o conceito de Liberdade de Imprensa⁵ (VERONEZZI, 2015 p. 1).

Outra grande invenção que influenciou tecnologicamente o avanço do jornalismo foi a criação do telégrafo em 1844, ele possibilitou que textos fossem repassados as redações pelos profissionais de jornalismo em questões de minutos tarefa essa que antes levaria horas e a até dias. O “pai da comunicação” como ficou conhecido o telégrafo tornou o jornalismo mais ágil um acontecimento pela manhã seria facilmente divulgado a tarde em um jornal, para a época isso seria uma evolução tamanha e a tendência seria a invenção de novos meios tecnológicos que consolidariam a atividade jornalística. O período entre 1890 e 1920 é conhecido como a “Era de Ouros dos Jornais”.

De acordo com Veronezzi (2007), em 1920 a atividade do jornalismo tradicional sentiria bastante a chegada de um novo canal de comunicação, o rádio, seu surgimento fez com que os jornais perdessem anunciantes, publico e até mesmo profissionais da área que acabaram migrando para a nova mídia, essa seria a primeira vez que os jornais impressos passaram a ter um concorrente de peso.

Segundo Veronezzi (2007), ainda no século XX um novo veículo surgiria para aumentar ainda mais a disputa entre rádio e impresso, a televisão veio para derrubar a hegemonia dos métodos tradicionais dos jornais e do jornalismo, de imediato poucas pessoas tinham condições de comprar os aparelhos de TV, a qualidade das imagens e sons também não eram tão boas e o rádio ainda era a preferência, mas com o aperfeiçoamento da tecnologia os televisores tiveram seus preços reduzidos e começaram a ser produzidos em larga escala e acabaram se popularizando e conquistando de vez o público, passando a carregar a partir de 1950 o status de principal veículo de comunicação do mundo, posição essa que ocupa até hoje.

⁵ A liberdade de imprensa estabelece um ambiente no qual, sem censura ou medo, várias opiniões e ideologias podem ser manifestadas e contrapostas, ensejando um processo de formação do pensamento. Disponível http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10287&revista_caderno=9



Imagem 5 - A evolução da qualidade das imagens com o passar dos anos⁶

De acordo com Veronezzi (2007), a chegada dos computadores e da internet em 1980 o jornalismo se reinventa mais uma vez dando início ao chamado web jornalismo que apresenta características como agilidade da linguagem, o baixo custo de produção e a velocidade de atualização. Apesar da sua expansão, popularidade e crescimento esse tipo de mídia ainda não ultrapassou a hegemonia da televisão que continua se mantendo como preferência na busca por informação, esportes, entretenimento entre outros.

Mesmo enfrentando todas essas novas mídias o jornalismo tradicional continua firme e forte a nível global, uma pesquisa divulgada em 2010 pela a WAN (World Association of Newspapers) associação que cuida da atividade do jornalismo no mundo calculou que 900 milhões de pessoas liam jornais diariamente, sendo mais comum em países como a China e o Japão onde o costume de ler jornais é bem presente em suas culturas para se ter uma ideia 7 entre 10 jornais mais lidos no mundo são de origem oriental.

É inegável a força das mídias móveis, assim como não há dúvidas que o jornal impresso morre um pouquinho a cada dia desde o surgimento destes aparelhos. Mas a roda do mundo não vai parar de girar. E o fazer jornalístico do impresso precisa girar com ela, atentar-se às mudanças, mudar o que precisa ser mudado. Além disso, deve saber existir em harmonia com o novo de uma maneira que ambos reconheçam suas diferenças e, a partir destas, reconstruam um jornalismo de qualidade digno de atravessar o tempo (MELO, 2014, p. 01).

O jornalismo adquiriu muita importância ao longo da história, inegavelmente contribuindo para a construção e o desenvolvimento das sociedades, e o fazer jornalismo acabou se transformando no principal ramo profissional de muitas pessoas, isso fez com que a busca pela informação obedecesse alguns critérios que até hoje compõem o jornalismo, a notícia, a busca pela verdade, a independência, a objetividade e o serviço público. Essas

⁶ Disponível: <http://www.tecmundo.com.br/projetor/2397-historia-da-televisao.htm>

características permeiam os dois polos do campo jornalístico: O polo econômico que retrata a notícia como negócio e o polo ideológico que retrata a notícia como serviço público. Vejamos algumas definições do que é jornalismo.

Para Azevedo (1979), o jornalismo é o mais poderoso meio de comunicação social. O conhecimento do homem pelo homem, de suas conquistas e aspirações, de suas tragédias e alegrias, das descobertas mais sensacionais, tudo isso faz parte do dia-a-dia do leitor interessado em melhorar sua vivência com o próximo, através da leitura rápida e simples das notícias.

Nesta definição a seguir o autor traz uma versão mais simples e direta do que é o jornalismo (TRAQUINA, 2004) é histórias acerca da vida, das estrelas, das tragédias e dos espetáculos dos congressos [...] “o jornalismo e os jornalistas tem poder, consoante a sua posição na hierarquia profissional. Quer seja quer não , o jornalismo é um “Quarto Poder” que, sobretudo devido ao acesso habitual às fontes oficiais, sustenta o poder instituído e o *status quo*⁷ (TRAQUINA, 2004, p. 208).

A principal função do jornalismo é informar e o produto que resulta na captação das informações recebe o nome de notícia, estas ajudam a partilhar a noção do que é atual e importante ou não é, despertando pontos de vista sobre a realidade, gerando conhecimento entre outros aspectos. De acordo com (SOUSA. 2002), as notícias, ao surgirem no tecido social por ação dos meios jornalísticos, participam da realidade social existente, configuram referentes coletivos e geram determinados processos modificadores dessa mesma realidade.

Sobre os critérios de noticiabilidade CAMPBELL (2004), apresenta alguns argumentos sobre o conceito de valores notícia. Para ele os valores notícia determinam a seleção dos acontecimentos e, ao mesmo tempo, a seleção de fatos noticiosos também determina os valores-notícia. Portanto valores-notícia seriam causa e consequência da seleção.

Vários pesquisadores a partir de seus estudos elencam os atributos que fazem com que um fato torne-se notícia. Iremos utilizar alguns desses critérios que justificam a construção das matérias veiculadas pelo telejornalismo da Rede Globo durante a Copa do Mundo de 2014 e que foram selecionadas para a realização desse trabalho, como novidade, raridade, ineditismo, e atualidade. Tais matérias serão mais detalhadas no capítulo 3. Silva (2005), elabora um quadro em que apresenta alguns autores que tratam dessa temática, bem como os valores-notícia propostos por cada um. Vejamos:

⁷ Status quo é a forma abreviada da expressão do Latim in statu quo res erant ante nellum (“no estado em que as coisas estavam antes da guerra”). Significam “no mesmo estado que antes”, o “o estado atual das coisas, seja em que momento for. Disponível em <http://www.dicionarioinformal.com.br/status%20quo/>

Stieler: novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo
Erbolato: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura/conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/ invenções, repercussão, confidências.
Lage: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.
Warren: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.
Chaparro: atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
Gans: importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.

A prática do jornalismo é múltipla, multiconceitual e variada. Quando se pensa ou se discute jornalismo, é preciso levar em conta estas especificidades que cada produção, cada sujeito e cada ambiente comunicacional apresenta: “há a considerar que no mundo existem vários conceitos de jornalismo, que possuem uma natureza simultaneamente social, ideológica e cultural” (SOUSA, 2002:28).

2.1 TELEJORNALISMO

O telejornalismo é a modalidade de transmissão de informação que fomenta a construção desse trabalho, por isso é significativo compreender o mesmo, suas características e entender a sua importância. A inserção da televisão em nosso cotidiano ganha força através das suas diversas significações e das experiências que estas nos possibilitam experimentar. A televisão em especial o telejornalismo atua na da realidade social do mundo.

Diariamente, durante meia hora do horário nobre da TV, quase toda a população assiste ao telejornal: ele dá a impressão de transmitir os fatos mais importantes do dia de forma condensada. Assim acontece no mundo inteiro: um ou dois apresentadores, com expressão séria e tom de voz solene,

intercalam notícias, imagens ou mapas, reportagens locais, nacionais e internacionais (MARCONDES, 1988, p. 52).

Para Aronchi de Souza (2004), o telejornalismo é um programa que apresenta características próprias e evidentes, com apresentador em estúdio chamando matérias e reportagens sobre os fatos mais recentes, é um gênero da categoria da informação.

[...] “a transmissão das mensagens jornalísticas através da TV é hoje um importante instrumento para a transformação dos indivíduos em cidadãos do mundo. Assim, os indivíduos assistem às mensagens jornalísticas e assimilam conhecimento, sentindo-se parte. Pelos monitores muitos acompanham o desdobramento dos fatos, muitas vezes em tempo real, se informam, formam opinião, enfim adquirem conhecimento. Vemos o mundo de dentro de casa: a televisão pode em tese nos conectar a tudo o que acontece na nossa esquina ou do outro lado do planeta” (MARTINS, 2008, p.2).

A notícia na televisão é diferente principalmente se comparada ao jornal impresso e a internet, pois nestes o público busca a leitura e a adequa ao seu tempo, escolhendo o conteúdo como bem entende, indo ao encontro daquilo que o interessa, pois as opções estão lá disponíveis.

A notícia de televisão é radicalmente diferente. Ao contrário da notícia de jornal, que não é concebida para ser lida na totalidade, embora adquirindo inteligibilidade, a notícia de televisão é concebida para ser completamente inteligível quando visionada na sua totalidade (WEAVER apud TRAQUINA, 1999, p. 299).

Patrick Charaudeau no livro *Discurso das Mídias* (2006), elenca características específicas do telejornal em comparação com outros gêneros, são os aspectos dominantes da encenação discursiva entre eles está o contato entre estúdio e telespectador:

O contato: entre o estúdio e o telespectador se estabelece desde a abertura do jornal, por saudações do apresentador que se acha instalado em seu lugar de exercício profissional, em posição frontal, e anuncia o sumário. Depois durante todo o desenrolar do jornal, ele construirá uma imagem de enunciador personalizado (um eu) que se expressa como se estivesse falando diretamente a cada indivíduo da coletividade dos telespectadores: ora participando sua própria emoção com relação aos acontecimentos dramáticos do mundo (enunciação elocutiva), ora solicitando sua atenção ou o seu interesse, e mesmo interpelando-o (enunciação alocutiva), tudo isso com o auxílio de movimentos do rosto (mesmo os mais discretos), de certos tons de voz, da escolha de determinadas palavras. Pode ser que constituam estratégias particulares, mas o discurso personalizado é um dos traços desse gênero (CHARAUDEAU, 2006, p. 229).

Assim como no rádio a televisão apresenta a instantaneidade da informação, esta deve ser entendida pelo público exatamente no momento em que se é transmitida. De acordo com

Rezende (2000), pelo processo do aqui e agora na divulgação e recepção de uma cobertura jornalística, a televisão propicia uma participação instantânea e sem intermediários, que, por si só, constitui-se num elemento de inestimável poder de mobilização.

O texto do telejornalismo deve ser na linguagem coloquial, escrito para ser falado pelo locutor e entendido pelo telespectador. Ele deve compreender a informação de uma vez, caso isso não aconteça o objetivo de transmitir a informação acaba fracassando.

Pelo coloquial atinge-se, portanto, o propósito máximo da comunicação de massa: uma mensagem acessível do ponto de vista intelectual pela clareza das informações divulgadas e emocional pela simulação de um contato interpessoal, próprio da função fática da linguagem, tocando afetivamente o telespectador (REZENDE, 2000, p. 97).

O jornalista de TV conta uma história para alguém através da junção da palavra com a imagem. Segundo Rezende (2000), com a transmissão direta de imagens e sons, a TV realiza a sua obra jornalística máxima. O entrosamento entre imagem e palavra no momento da reportagem jornalística, é imprescindível na construção da notícia. Permite ao telespectador testemunhar um fato como se estivesse presente no local. A televisão

[...] oferece a prova da imagem em movimento como o próprio acontecimento, o enquadramento referencial da palavra e ligação com o espaço e o tempo transmissão direta. Esses três componentes tornam a televisão o grande documento do cotidiano. A imagem em movimento tem o dinamismo da vida, uma sincronização do acontecimento. As pessoas andam, falam, tropeçam na tela como na realidade. Sendo ao vivo ou um registro imediato de um acontecimento, a TV ganha um elevado grau de veracidade, de poder referencial (MORÁN, 1996, p.21 apud REZENDE, 2000, p. 73).

Ainda que seja considerado um casamento perfeito entre imagem e palavra, para uma melhor compreensão da notícia no jornalismo televisivo, não se pode negar que a imagem se sobrepõe a palavra como alerta Maciel (1995), embora texto e imagem devam sempre andar juntos, a imagem é mais forte que a palavra, porque permanece gravada no cérebro do telespectador depois que a notícia já foi esquecida.

Sobre a forma de produzir o telejornalismo Rezende (2000), afirma que não existe uma fórmula única, pois fatores de natureza diversa, horário do telejornal, características da audiência, condições de cobertura de um fato acabam influenciando a confecção da notícia. Porém, nem mesmo a evolução tecnológica na área da televisão é capaz de eliminar a forma talvez mais simples de apresentação de notícias no vídeo: o apresentador lê um texto.

Wolton (2006) acredita que a força da televisão esteja na ligação dos níveis da experiência individual e coletiva por ser a única atividade a fazer uma ligação equânime entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, cultos e menos cultos. A televisão, portanto, acaba por promover o que o autor acredita ser uma de suas funções: atua como um laço social na sociedade, unindo indivíduos e público que tudo tende a separar.

Aplicando a importância da televisão e do telejornalismo aqui no Brasil, uma pesquisa realizada em 60 países pela agência de notícias Reuters, da BBC, e dos Media Centre Poll da Globescan, constatou que para 56% do povo brasileiro, o telejornalismo ocupa um lugar de destaque como a principal fonte de informação (BRASIL, 2006: 31). Levando em consideração esse dado estatístico pode-se pensar que seria importante que as emissoras de televisão veiculassem mais conteúdos com temáticas sócio culturais e educacionais.

2.2 O JORNALISMO ESPORTIVO CONQUISTA POPULARIDADE E ESPAÇO

Analisando historicamente, o jornalismo esportivo rapidamente se consolidou dentro da atividade jornalística, logo despertou a atenção dos leitores, os jornais impressos optaram por ele para incrementar o produto na disputa com o recém chegado veículo rádio, essa modalidade jornalística ganhou cada vez mais importância e espaço a medida em que os veículos de comunicação surgiam e evoluíam.

O momento mais importante de todo esse processo acontece justamente através do impacto dos meios de comunicação de massa. Esta ação promove o crescimento do esporte enquanto espetáculo proporcionado pela mídia especializada, que ao informar sobre o fato esportivo tem a necessidade de fazê-lo com qualidade (CAMARGO, 2005, p. 9).

Os homens sempre foram mais atraídos pela temática, já as mulheres em detrimento de questões culturais e do preconceito direcionados a elas se mantiveram mais distantes.

Excluídas de uma efetiva participação na sociedade, da possibilidade de ocuparem cargos públicos, de assegurarem dignamente sua própria sobrevivência e até mesmo impedidas do acesso à educação superior, as mulheres no século XIX ficavam trancadas, fechadas dentro de casas ou sobrados, mocambos e senzalas, construídos por pais, maridos, senhores. Além disso, estavam enredadas e constringidas pelos enredos da arte e ficção masculina. Tanto na vida quanto na arte, a mulher do século passado aprendia a ser tola, a se adequar a um retrato do qual não era a autora (PRIORE, 2000, p. 408).

Essa realidade mudou e vem mudando até hoje, as mulheres e até as crianças passaram a se afeiçoar mais pelos esportes e suas variadas modalidades. A mulher passou a integrar a produção jornalística do esporte, características que evoluíram junto com o tempo culturalmente e tecnologicamente falando. Um exemplo desse desenvolvimento todo é a Copa do Mundo de futebol que hoje envolve a atenção das pessoas independente de sexo e faixa etária, o evento passou a englobar todos os tipos de públicos.

Mas porque o esporte ganhou tanta notoriedade dentro da mídia? Esporte vende, atrai publicidade e conseqüentemente consumidores. De acordo com CALADO (2007) o esporte, como negócio, hoje é encarado com seriedade, pois tem um prestígio que advém da imagem e da reputação que o mesmo proporciona tanto ao atleta como a empresa. A indústria esportiva mundial movimenta bilhões de dólares anualmente e o segmento esportivo é amplo e complexo, tendo em vista que existem mais de 140 modalidades esportivas sendo praticadas em todo o mundo. Por este motivo a mídia abre cada vez mais espaço para o esporte e para o jornalismo esportivo. Como afirma Alcoba (1980), não são apenas algumas páginas, mas publicações inteiras, não apenas alguns minutos dentro de um programa, mas programas inteiros dentro da grade de programação da televisão.

Porém não é só a questão financeira que faz o esporte ser especial dentro da mídia. O esporte consegue unir as pessoas de diferentes raças, religiões e ideologias. Um exemplo disso aconteceu nas cerimônias de abertura dos Jogos Olímpicos de Atenas em 2004 e Sidney em 2000, quando as delegações da Coreia do Norte e da Coreia do Sul desfilaram juntas. Estes dois países são históricos inimigos políticos, mas graças ao esporte conseguiram apresentar uma imagem de paz e confraternização. Através dele pessoas de diferentes partes do mundo acabam conhecendo e mantendo contato com outras culturas.

Se existem 22 homens de 22 países, que falam diferentes línguas, pertencem a raças diferentes e professam religiões diversas, se lhes dão uma bola e um árbitro, têm muitas possibilidades de entenderem-se, jogar e divertirem-se (ZALDIVIA apud Yanez, 1995, p. 50).

A comunicação integra o mundo esportivo e o seu crescimento é proveniente da comunicação que surge em decorrência dele próprio. Como sugere Luis Castro (1995), o esporte em si mesmo é um veículo de comunicação, pois os esportistas, com suas atuações, comunicam alegrias e tristezas, força ou debilidade, vontade ou indecisão: enfim muitos sentimentos que transmitem aos demais. Com isso a mídia se utiliza desses sentimentos e reações provocadas pelos esporte para disseminar conceitos e ideias.

O futebol por exemplo povoa várias dimensões, pois ele faz parte de nossa formação cultural, criativa e simbólica. Na televisão, o esporte é tratado com diferencial e possui amplo espaço, com vários programas especializados, a temática futebolística comumente domina entre as modalidades esportivas exibidas por esses programas. Para Bourdieu (1997), nos últimos anos tanto a televisão quanto os jornais têm dado o primeiro lugar, quando não é todo o lugar, às variedades e às notícias esportivas.

(...) O esporte é hoje muito mais mercadorizado do que há alguns anos, sobretudo por causa do notável crescimento dos meios de comunicação e da indústria do entretenimento. A isso se agrega o fato de que entretenimento, informação e “cultura” misturam-se no mesmo caldo produtivo, sendo o esporte um exemplo marcante deste processo. Lembre-se, por exemplo, da exclusividade da transmissão das partidas do selecionado brasileiro de futebol na Copa do Mundo de 2002 por uma emissora de televisão, que também apresentava parte de seus telejornais da Coréia e do Japão (VAZ, 2006, p. 18).

Como vimos no tópico anterior deste trabalho, na televisão a imagem é o grande diferencial em relação ao rádio por exemplo, e essa característica potencializa o esporte favorecendo a noticiabilidade do mesmo. Ele pode oferecer imagens como a torcida vibrando e se confraternizando, imagens dos atletas, a presença de celebridades, políticos e do próprio espetáculo, que podem compor um vasto material para exibição. Ronaldo Helal explica que

[...] o esporte é também um fenômeno específico da comunicação de massa, proporcionando os mesmos debates e sofrendo os mesmos questionamentos suscitados pelo impacto da mídia na modernidade. Além disso, o esporte é rico em imagens e mensagens representativas da comunidade, podendo ser entendido como um poderoso sistema de comunicação capaz de unir 7 diferenças e proporcionar um espetáculo ritual de grande significado para aqueles que dele participam (HELAL, 1997, p 6-7).

Por possuir muitas modalidades o esporte apresenta termos peculiares e regras diferentes de acordo com cada uma dessas modalidades, além de uma linguagem própria, por causa disso as notícias da temática geralmente são construídas por jornalistas especializados na área, pois além de informar é preciso que eles realmente entendam do que estão falando. Segundo o Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte (2007), “o jornalismo esportivo é exercido por jornalistas com conhecimento em esportes em geral ou em aspectos esportivos. [...] a cobertura jornalística esportiva, na sua maioria, é setORIZADA, podendo incidir sobre clubes, modalidades, entidades dirigentes ou outros aspectos esportivos importantes.” (TUBINO e GARRIGO, 2007, p. 719).

É importante ressaltar que mesmo possuindo especificidades na cobertura jornalística esportiva, é preciso obedecer os critérios básicos que caracterizam a construção da notícia. Barbeiro e Rangel atentam que “Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa. A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público” (2006:13).

Sobre a função do Jornalismo Esportivo:

“O jornalismo esportivo é o responsável por divulgar tudo o que acontece em relação ao esporte. O que vai desde o conceito de esporte como ferramenta de inclusão social até os noticiários especializados em modalidades esportivas de alto rendimento, onde estão condicionados aspectos como entretenimento e profissionalismo. Todo assunto de interesse da sociedade que envolva esporte é objeto do jornalismo esportivo” (CARVALHO apud PENA, 2005, p. 81).

2.3 O JORNALISMO ESPORTIVO DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO

Assim como é peculiar em todo o seu jornalismo, o padrão Globo de qualidade também sempre esteve presente em seu Departamento de Jornalismo Esportivo, o processo de apuração das notícias esportivas segue a mesma linha dos métodos de apuração de informações exibidas em seus telejornais por exemplo. Como explica os Princípios Editoriais do Grupo Globo⁸.

A emissora que é uma das maiores do mundo e conta com uma grande estrutura, sempre dedicou espaço para o esporte através dos programas específicos e transmissões das mais variadas modalidades. O futebol é o carro chefe na preferência do público aqui no país através dos principais campeonatos e as transmissões de futebol internacional como Copa Libertadores da América, Copa das Confederações, a Copa do Mundo e mais recente a Liga dos Campeões da Europa. Dentre outras transmissões estão o Voleibol, a Fórmula 1, o Basquete e as lutas do UFC. Os programas destinados a temática dentro da emissora são, o Globo Esporte, o Esporte Espetacular, o Auto Esporte, o recém chegado Corujão do Esporte e o Central da Copa que vai e volta na grada da emissora, sendo exibido durante a realização das Copas do Mundo e de outras competições nas quais a seleção brasileira de futebol participa.

⁸ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.pdf>

Globo Esporte - Existe desde 14 de agosto de 1978 e transmite a cobertura dos eventos esportivos no Brasil e no mundo. Apresenta também matérias de teor humorístico, inclusão social, superação e emoção. A partir da década de 1990 o programa passou a mudar a sua linguagem transformando o fato esportivo em uma mistura de informação com entretenimento. A informalidade e o humor ganharam mais espaço dentro do Globo Esporte com a chegada do jornalista Tiago Leifert que revolucionou a forma de apresentação. Alguns estados possuem as suas edições próprias da atração. A nível nacional quem o apresenta com mais frequência é a jornalista Cristiane Dias.



Imagem 6- Globo Esporte sendo apresentado pela jornalista Cristiane Dias⁹

Esporte Espetacular - É o programa esportivo mais antigo da emissora que continua no ar. Surgiu no dia 8 de dezembro de 1973 com a missão de abrir mais espaço para outras modalidades do esporte já que o futebol sempre predominou nos noticiários. Atualmente possui o formato de revista eletrônica. O Esporte Espetacular também abre espaço para a transmissão de competições menos populares como skate, ciclismo e triatletismo e corridas. Atualmente é apresentado por Alex Escobar e Glenda Koslowsky.

⁹ Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/vem-ai/noticia/2014/03/vem-ai-saiba-o-que-globo-prepara-para-cobertura-da-copa-do-mundo.html>



Imagem 7 - Os jornalistas Alex Escobar e Glenda Koslowsky no comando do Esporte Espetacular¹⁰

Auto Esporte – Em 2002 a Globo lançou o Auto Esporte com objetivo passar informações sobre o setor automobilístico, náutico e motociclístico, mostrando os lançamentos e as novidades dessas categorias no Brasil e no mundo. Atualmente ele é apresentado pela jornalista Millena Machado.



Imagem 8 - Millena Machado apresentando o Auto Esporte nas manhãs de Domingo da Globo¹¹

Corujão do Esporte - Criado em 2010 o programa foi exibido nos dias dos jogos da seleção masculina de Vôlei pelo mundial no mês de setembro. Mas só em fevereiro de 2011 a emissora introduziu o programa em sua grade oficial da madrugada de sexta para o sábado, mantendo-se no ar até hoje, porém, com uma troca de dia da semana, em setembro de 2014 ele passou a ser exibido nas madrugadas de quarta para quinta. Participam da atração, cantores, atletas e artistas variados. O ex-judoca Flavio Canto é quem comanda a atração atualmente.

¹⁰ Disponível em: <http://noticiasemais.net/esporte-espetacular-10-01-2016-confira-os-destaques-deste-domingo/>

¹¹ Disponível em: <https://tevconectados.wordpress.com/tag/auto-esporte-domingo-31012016/>



Imagem 9 - Flávio Canto recebendo convidados no estúdio do Corujão do Esporte¹²

Central da Copa - É um programa não fixo na grade da emissora que cobre eventos ligados a seleção brasileira de futebol e foi lançado em 2010 no período da Copa do Mundo da África. Seguiu para 2013 cobrindo o período da Copa das Confederações e retornou em 2014 na Copa do Mundo do Brasil. O forte da Central da Copa é a interação dos apresentadores com os internautas, além disso faz uso de modernos recursos tecnológicos para mostrar e analisar os principais lances. O Central da Copa é apresentado por Ernesto Lacombe, Alex Escobar, e Tiago Leifert.



Imagem 10 - Clima de animação no estúdio do Central da Copa 2014¹³

O jornalismo esportivo da Globo mudou bastante ao longo dos anos. Para se ter uma ideia, assim que começou a ser exibido em 1978, o Globo Esporte na época apresentado por Léo Batista mantinha características do jornalismo tradicional de TV com direito a bancada, leitura de teleprompter¹⁴ e a figura do apresentador sentado. Após três décadas seguindo o mesmo modelo e sofrendo com a baixa audiência, a emissora resolveu adotar mudanças na

¹² Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4407121/>

¹³ Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/televisao/2014-06-26/o-dia-acompanha-central-da-copa-com-tiago-leifert.html>

¹⁴ O Teleprompter tem por objetivo facilitar a leitura de textos para pessoas que trabalham frente às câmeras. Inicialmente, jornalistas (repórteres) e apresentadores, em estúdios de TV. Disponível em: <http://teleprompter.online24hs.com.br/>

forma como os programas esportivos iam ao ar. Um dos responsáveis por essas mudanças significativas como já sinalizamos anteriormente, foi o jornalista Tiago Leifert que ajudou na transformação da linguagem do jornalismo esportivo da emissora, a informalidade, o humor e o improviso agora se tornariam comuns criando assim uma proximidade com o público numa espécie de bate-papo.

Transformar uma linguagem não é fácil. O erro é pensar que basta ser engraçado ou tentar ser engraçado para fazer um programa de esporte, mas vai muito além disso. As pessoas demoraram para entender que existe todo um trabalho por trás deste conceito, que leva muito em conta a edição e produção dos programas¹⁵.

Além da linguagem os cenários também mudaram, abandonando o estilo mais clássico e passando a utilizar recursos tecnológicos. Uma outra característica marcante dessas reformulações ao longo dos anos no jornalismo esportivo da Globo foi a introdução da mulher na produção, na apresentação e nas reportagens desses programas.

A relação entre televisão e esporte sempre rendeu muito sucesso financeiramente. O desenvolvimento da televisão provocou mudanças no mercado publicitário. Aqui no Brasil por exemplo, em 1962 a TV era o segundo maior veículo de comunicação que recebia investimento publicitários perdendo apenas para as revistas, realidade que mudou em 1964, quando a mesma passou de vez a arrecadar a maior renda publicitária do país. O esporte conseguia e ainda consegue atrair audiência por este fator se explica a presença constante de programas e transmissões do gênero na televisão.

Se alguma vez houve um casamento feito nos céus, foi entre a televisão e o esporte. O sucesso comercial de cada um deles era quase diretamente atribuível ao outro. A proporção de esporte na TV aumentou desde a década de 1940 até hoje. Eles não só cresceram em escala e em popularidade, mas também foram modificados para um teatro virtual. E o esforço da TV para concentrar a atenção dos espectadores no esporte vendeu muito bem em termos de audiência (CAPARELLI, 2004, p. 157).

Não é de se espantar então, a disputa que as emissoras fazem para obter a exclusividade nas transmissões esportivas mesmo custando preços elevados, pois o retorno da audiência que implica em lucro financeiro acaba superando o valor gasto pela compra desse direito da exibição. A Copa do Mundo por sua importância e movimentação que causa na sociedade a nível mundial é um exemplo de transmissão lucrativa para a Rede Globo que apesar de dividir a transmissão do evento com a Rede Bandeirante de televisão aqui no país,

¹⁵ Disponível em: <http://www.gruporbs.com.br/noticias/2013/08/09/tiago-leifert-palestra-no-15%C2%BA-congresso-da-acaert/>

consegue manter satisfatórios índices de audiência e conseqüentemente de anúncios publicitários. A inserção do programa Central da Copa na grade de atrações da emissora durante o período da competição ajuda a reforçar essa tese do bom e lucrativo casamento entre televisão e esporte.

2.4 A COPA DO MUNDO TAMBÉM PAUTA O TELEJORNALISMO

Durante a realização da Copa do Mundo o evento se torna o centro das atenções, sendo o principal tema abordado nos programas de jornalismo esportivo. Porém o telejornalismo de generalidades também acaba sendo pautado pela copa, na verdade a maior parte da programação das emissoras são inundadas pelo conteúdos originados por essa competição esportiva. No caso do telejornalismo de generalidades as informações geralmente são sobre outros olhares que não sejam referentes a dinâmica comum do evento podemos tomar como exemplo um compacto mostrando como foi determinado jogo e o resultado dele pois o programa esportivo já faz isso, mas sim curiosidades e fatos inusitados, acontecimentos paralelos as partidas de futebol.

Como conteúdo fundamental para a realização desse trabalho separamos alguns registros de cunho multicultural e que possuem as características citadas anteriormente apresentados por alguns programas do telejornalismo de generalidades da Rede Globo que serão melhor explorados posteriormente. As reportagens foram extraídas dessas três produções da emissora: Jornal Hoje, Fantástico e Profissão Repórter.



Imagem 11 - Evaristo Costa e Sandra Annenberg apresentando o Jornal Hoje¹⁶

¹⁶ Disponível em: <http://otvfoco.com.br/evaristo-costa-e-sandra-annenberg-completam-10-anos-juntos-no-jornal-hoje/>



Imagem 12 - Fantástico 2014 sendo apresentado por Tadeu Schmidt E Renata Vasconcelos¹⁷



Imagem 13 - O apresentador Caco Barcelos e sua equipe do Profissão Repórter¹⁸

2.5 POR DENTRO DAS COPAS DO MUNDO

Seleções de futebol de vários países se reúnem de quatro em quatro anos para disputar o evento que ficou conhecido como Copa do Mundo de Futebol da Fifa. Apesar de se equiparar a um outro grandioso evento esportivo (as Olimpíadas), é enorme o poder de movimentação e notoriedade que a Copa do Mundo vem despertando ao longo dos anos e principalmente em suas últimas edições, o evento só cresce e ganha cada vez mais prestígio e popularidade.

¹⁷ Disponível em: http://pt-br.fantastico.wikia.com/wiki/Arquivo:Fant2014_cenario_com_Renata_e_Tadeu_2.jpg

¹⁸ Disponível em: http://www.usp.br/cje/jorwiki/exibir.php?id_texto=228



Imagem 14 - Representação simbólica da união entre futebol e nações¹⁹

2.5.1 OS PRIMÓRDIOS

O evento surgiu a medida em que o futebol se disseminava internacionalmente, Segundo Granger (2014), a primeira partida de futebol internacional aconteceu entre a Escócia e Inglaterra em 1872 nessa época o futebol era muito pouco conhecido fora do Reino Unido. Aos poucos ele foi se expandido e acabou ganhando demonstrações nas Olimpíadas de 1900 e 1904 ainda sem medalhas, em Maio de 1904 a FIFA (Fédération Internationale de Football Association) foi então criada e contava com a participação de sete países da Europa Continental.

Em 21 de maio de 1904, dirigentes de sete países como a Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Holanda, Suécia e Suíça, se reuniram em Paris, na França, e fundaram a Fédération Internationale of Football Association (Federação Internacional das Associações de Futebol), entidade que é conhecida até hoje pela sigla FIFA. A referência ao “Football Association” é pelo fato de que na época da fundação da FIFA existiam duas vertentes do futebol. Um era controlada pela Football Association e outra era controlada pela Rugby Football Union, atualmente conhecida somente por rugby²⁰.

A FIFA tentou organizar um torneio fora das competições olímpicas na Suíça em 1906, mas não passou de um grande fiasco. Já o Torneo Internazionale Stampa Sportiva, foi disputado em 1908 na cidade italiana de Torino, com a participação de times/clubes e não

¹⁹ Disponível em: <http://esporte.hsw.uol.com.br/copa-do-mundo.htm>

²⁰ Disponível em: <http://www.travinha.com.br/eventos-desportivos/149-copa-do-mundo-de-futebol/180-fifa-a-historia>

seleções que representam as nações, por isso não são reconhecidos como antecessores diretos da Copa do Mundo, embora muitos considerem o evento como sendo a primeira delas.

Ainda em 1908 o futebol passou a ser uma competição oficial dentro dos jogos Olímpicos de Verão sendo organizada pelos ingleses que foram os grandes campeões e repetiram o feito em 1912. Só no ano de 1914 a FIFA passou a reconhecer e coordenar o futebol na Olimpíada como um Campeonato Mundial de Futebol para Amadores. Com isso os anos foram se passando e cada vez mais esse esporte foi se firmando dentro dos Jogos Olímpicos de Verão tendo como marco histórico a primeira disputa intercontinental de futebol ocorrida em 1920 e que foi vencida pela Bélgica, em sequência o Uruguai venceu as competições em 1924 e 1928.

Divergências entre o comitê organizador dos Jogos Olímpicos de Verão e a FIFA eclodiram no fim da parceria, o comitê não queria mais inserir o futebol nos Jogos de Verão pois acreditava que o mesmo tinha uma baixa popularidade nos Estados Unidos. Eles divergiam também sobre a definição da categoria de atleta amador com isso o futebol acabou ficando de fora da competição. Esse foi o ponto de partida para a criação da primeira Copa do Mundo.

A junção de alguns administradores franceses do ramo futebolístico liderados por Jules Rimet acabou culminando na ideia de reunir as melhores seleções de futebol do mundo para disputarem o título de campeões mundiais e conquistar a taça de ouro que recebeu o nome do idealizador do evento. Houve uma votação feita em uma Conferência em Amsterdã no dia 26 de Maio de 1928 onde por vinte e cinco votos a favor e cinco contra, ficou definido que o evento aconteceria.

Finalmente em 1930 depois de tudo organizado a competição foi realizada no Uruguai, e nessa primeira edição contou apenas com treze times participantes. Por conta da Segunda Guerra Mundial a competição foi interrompida pelo período de doze anos. O anúncio da segunda edição da competição foi dado pelo então presidente da FIFA, o francês Jules Rimet. Aconteceu quatro anos mais tarde, na Itália, onde os donos da festa levaram a Taça Jules Rimet. O recorde de permanência de título mundial no futebol foi obtido pela Itália que ficou de 1938 a 1950, em virtude da paralisação por conta da Segunda Guerra Mundial. Duarte (2012), com a eclosão da Segunda Guerra Mundial o evento foi interrompido. A edição de 1942, que seria realizada no Brasil, e a de 1946 oficialmente não existiram. História do Futebol (2015), depois que foi retomada, a Copa do Mundo avançou rapidamente e hoje carrega o status de maior evento de futebol do mundo.

2.5.2 AS COPAS

Nesta parte específica do trabalho segue um breve histórico da Copa do Mundo da FIFA para servir de contextualização sobre o evento abordado pelas reportagens analisadas. O texto a seguir foi elaborado com base em informações da internet que podem ser encontradas nas seguintes referências (COPACABANA RUNNERS, 2016), (HISTÓRIA DAS COPAS, 2016), (PORTAL 2014, 2016).

URUGUAI: COPA DE 1930

O Uruguai foi escolhido para sediar a primeira edição da competição por ter sido o país vencedor nos anos de 1924 e 1928 durante as competições olímpicas e também por ser um presente da FIFA em comemoração ao centenário da independência do mesmo. Por causa da longa viagem transatlântica apenas quatro seleções europeias participaram, Bélgica, França, Iugoslávia e Romênia. Já as outras seleções eram sul-americanas. Houve um certo amadorismo nessa primeira edição, não houve eliminatórias e sim convites, os sorteios das chaves foi feito quando todas as seleções chegaram ao país sede, além disso as partidas foram realizadas em apenas 3 estádios na capital uruguaia Montevidéu, a disputa foi entre 13 seleções que jogaram apenas 18 partidas. O grande vencedor da Copa foi o próprio Uruguai.

ITÁLIA: COPA DE 1934

A Itália foi a responsável pela segunda edição da Copa do Mundo. O país estava vivendo o período facista e a realização do evento acabou servindo de vitrine política nas mãos do ditador Benito Mussolini. Muitos foram os indícios de fraudes que favoreciam a Itália possibilitando-a vencer fortes seleções e conquistar a taça. Nesta edição participaram 16 seleções que competiram no estilo “mata-mata” em 17 partidas.

FRANÇA: COPA DE 1938

Em 1938 a Copa voltaria a ser disputada na Europa mais precisamente na França, essa decisão gerou mal-estar envolvendo alguns países sul-americanos, pois eles acreditam que deveria existir uma alternância entre Europa e América do Sul, por causa disso a Argentina e o Uruguai não disputaram essa edição. Apenas o Brasil e Cuba representaram a região. Participaram 15 seleções que disputaram 18 jogos. A Itália se consagrou bicampeã. Essa seria a última edição antes da Segunda Guerra Mundial.

BRASIL: COPA DE 1950

Marcando o retorno das competições após a Segunda Guerra Mundial, a Copa do Mundo de 1950 foi sediada pelo Brasil. Participaram 13 seleções e foram realizados 22 jogos distribuídos em 6 cidades. Nessa época o estádio Maracanã foi erguido, tornando-se o grande palco da final entre Brasil e Uruguai. Os uruguaios venceram o jogo e se tornaram bicampeões do mundo.

SUÍÇA: COPA DE 1954

Foi uma Copa marcada pelo futebol encantador da seleção da Hungria, considerada a favorita para vencer o mundial. Mas contrariando todas as expectativas, a Alemanha derrotou o favoritismo da adversária e conquistou o seu primeiro título em Copas do Mundo, esse feito ficou conhecido como o “Milagre de Berna”. Esta edição contou com a participação de 16 seleções. Pela primeira os jogadores entraram em campo trajando camisas numeradas e a transmissão foi feita pela televisão.

SUÉCIA: COPA DE 1958

A escolha da Suécia para sediar a copa aconteceu anos atrás em um Congresso da FIFA realizado em Londres. A parceria dos jogadores Pelé e Garrincha rendeu o primeiro título do Brasil na competição em cima da própria Suécia. Essa foi a primeira Copa depois da morte do seu fundador Jules Rimet, que faleceu dois anos antes, em 1956. Competiram 16 seleções.

CHILE: COPA DE 1962

A Copa do Chile marcou o início de um futebol mais duro onde vários de seus jogos apresentaram cenas de violência. O país teve problemas para conseguir ser escolhido, pois muitos acreditavam que por ser um país pobre a qualidade do evento estaria comprometida. 16 seleções disputaram a taça. O Brasil se tornou bicampeão mesmo sem a participação de Pelé que estava contundido. Essa foi a última Copa em que a FIFA permitiu que jogadores defendessem outra seleção que não a do seu país de origem e pela qual já atuara.

INGLATERRA: COPA DE 1966

Enfim os inventores do futebol conseguiram sediar e conquistar a Copa do Mundo apesar de toda uma polêmica em torno de um dos gols na final contra a Alemanha, suspeita-se que arbitragem favoreceu os ingleses. Nesta participaram 16 seleções que disputaram 32 jogos espalhados em 8 cidades. Aqui foi criada a figura do “Mascote da Copa” e foi também a última vez que o Pelé e o Garrincha jogaram juntos pela seleção brasileira.

MÉXICO: COPA DE 1970

A FIFA escolheu o México para sediar a Copa ainda em 1964 durante as Olimpíadas de Tóquio, dando continuidade ao rodízio de continentes. Participaram 16 seleções. O Brasil venceu a disputa pela terceira, porém esse sucesso foi utilizado como propaganda política na ditadura militar que o país vivia na época. A Copa de 1970 marcou o início das transmissões a cores na televisão brasileira.

ALEMANHA: COPA DE 1974

Por conta do envolvimento com a Segunda Guerra Mundial e prejudicada pelo regime nazista a Alemanha nunca havia conseguido se tornar sede do mundial, mas isso mudou em

1974. 16 seleções competiram. O estilo “mata-mata” foi deixado de lado e os 8 times finalistas passaram a ser divididos em 2 grupos de 4 nos quais os primeiros colocados iriam à final e os segundos colocados disputariam o terceiro lugar. Depois que o Brasil conquistou definitivamente a taça Jules Rimet em seu tricampeonato, foi preciso criar uma nova taça FIFA. A Alemanha conquistou o novo troféu.

ARGENTINA: COPA DE 1978

Uma Copa marcada por muitos protestos por conta do regime militar que assumiu o comando do país dois anos antes da realização do evento. Sob a alegação de que futebol e política não se misturavam a FIFA manteve o mundial na Argentina. Na ocasião o regime militar acabou usando o evento como instrumento político. Denúncias, subornos e pressões marcaram essa copa, o que levava a crer que a Argentina não poderia de maneira alguma perder a chance de conquistar a sua primeira Copa do Mundo ainda mais em casa, e realmente não perdeu, foram campeões em cima da Holanda. Nessa Copa participaram 16 seleções.

ESPANHA: COPA DE 1982

Foi a primeira vez que 24 seleções participaram da Copa.. A forma de disputa também foi diferente das edições anteriores, com um triangular após a primeira fase do qual saiam os semifinalistas. A seleção brasileira era favorita ao título pois tinha um grande elenco, mas no fim quem levou a taça para casa foi a seleção da Itália.

MÉXICO: COPA DE 1986

Após o presidente da Colômbia desistir de sediar a Copa por não aceitar as condições da FIFA o México assumiu a responsabilidade mais uma vez, por já ter uma boa estrutura para receber os jogos já que o mesmo havia sediado o mundial de 1970. 24 seleções participaram. Essa Copa foi marcada pelo belo futebol do jogador Maradona pela seleção Argentina que levou a taça pra casa se consagrando bicampeã.

ITÁLIA: COPA DE 1990

Com o abandono das candidaturas de outras fortes cidades, a Itália recebeu mais uma vez a Copa do mundo. 24 seleções participaram do Mundial. As surpresas dessa edição foram as seleções de Camarões e Colômbia que chegaram a ser cotadas para o título mas no fim a Alemanha conquistou pela terceira vez a taça.

ESTADOS UNIDOS: COPA DE 1994

O país sempre teve a fama de que não gostava do futebol, mas contrariando a fama a Copa do Estados Unidos foi um grande sucesso em organização e em público. 24 seleções participaram. Essa Copa marcou a história do futebol de forma negativa também. Um jogador da Colômbia foi assassinado e especula-se que a morte tenha sido encomendada por conta de um gol contra que o mesmo teria feito no jogo contra os Estados Unidos, um grupo de apostadores teria perdido dinheiro com a derrota ocasionada por esse gol. Maradona manchou o seu fim de carreira ao ser pego no exame antidoping. O Brasil com a dupla Romário e Bebeto.

FRANÇA: COPA DE 1998

O país recebe o evento pela segunda vez. O número de seleções subiu para 32. A França após 68 anos de espera conseguiu conquistar o mundial idealizado pelo conterrâneo Jules Rimet. O grande destaque foi o jogador francês Zinedine Zidane que marcou dois gols na final contra o Brasil.

JAPÃO E CORÉIA DO SUL: COPA DE 2002

Uma Copa com muitas novidades em relação as anteriores. Pela primeira vez o continente asiático foi escolhido e dois países dividiram a organização do mesmo. Foi uma copa de primeiro nível. 32 seleções que disputaram. O Brasil chegou ao pentacampeonato com a dupla de Ronaldos numa final emocionante contra a Alemanha.

ALEMANHA: COPA DE 2006

A Alemanha sedia a Copa do mundo pela segunda vez, agora em um clima mais harmonioso com um país unificado. Foram 32 equipes participantes. O grande acontecimento que marcou essa edição foi a agressão cometida pelo jogador francês Zidane, ele deu uma cabeçada no peito de um rival da seleção italiana, foi expulso, a Itália foi campeã nos pênaltis e se tornou tetra campeã mundial.

ÁFRICA DO SUL: COPA DE 2006

Seguindo a ideia de rodízio entre continentes a FIFA optou pelo África do Sul para esta edição. Faltando agora apenas a Oceania realizar o evento. A diversidade cultural do país, as atrações turísticas e a figura de Nelson Mandela contribuíram fortemente para essa escolha. Participaram 32 seleções. A Espanha, que estreou na competição perdendo, no final conseguiu conquistar pela primeira vez a taça em cima da Holanda.

BRASIL: COPA DE 2014

Essa Copa quebrou a tradição da realização do evento na Europa a cada 8 anos. Cercada por desconfiança da própria FIFA, dos estrangeiros e até do povo brasileiro o evento rompeu o clima de pessimismo e as adversidades e alcançou o status de Copa das Copas. As marcas registradas dessa edição foram a simpatia e hospitalidade do povo brasileiro, bem como o carisma recíproco dos estrangeiros. A Holanda e a Alemanha fizeram bastante sucesso no contato com a população local. O país teve como investimento inicial mais de R\$ 4,5 bilhões apenas nos estádios. No total foram 12, cada um em uma cidade diferente. A realização da Copa no Brasil gerou muitos protestos em todos os cantos do país antes e até mesmo durante o evento. Participaram 32 seleções. A seleção brasileira não convenceu em nenhuma das suas vitórias. A derrocada aconteceu na semifinal contra a Alemanha em um incrível e humilhante placar de 7x1. A Alemanha chegou até a final contra a Argentina e levantou a taça pela quarta vez.

3. DESCRIÇÕES METODOLÓGICAS

A pesquisa bibliográfica integrou a nossa metodologia e serviu como um suporte para a nossa análise.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto (FONSECA, 2002, p. 32).

Este trabalho consiste numa pesquisa qualitativa.

Na pesquisa qualitativa, o cientista é ao mesmo tempo o sujeito e o objeto de suas pesquisas. O desenvolvimento da pesquisa é imprevisível. O conhecimento do pesquisador é parcial e limitado. O objetivo da amostra é de produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que ela seja capaz de produzir novas informações (DESLAURIERS, 1991, p. 58).

Segundo Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Dentro do universo da pesquisa qualitativa trabalhamos com a análise de discurso.

A Análise do Discurso é uma disciplina que surgiu na França na década de 1960 e teve o estudioso Michel Pêcheux como iniciador. É uma área do conhecimento que entrelaça três vertentes: a Linguística, a Psicanálise e o Marxismo histórico. A proposta de Pêcheux inaugurou um novo período de reflexão não só sobre linguagem mas também sobre a ideologia e sobretudo das relações possíveis de natureza intervalar, entre essas concepções através da formulação da noção de discurso.

Trata-se de uma teoria que tem como objeto de estudo o próprio discurso. Apresenta-se como um entrecruzamento de diversos campos disciplinares, com destaque para a linguística, o materialismo histórico (por situar a linguagem na história) e a psicanálise (que introduz a noção de sujeito discursivo), (FERNANDES, 2008); (ORLANDI, 1999). O discurso, por si só, é de natureza tridimensional, envolvendo a linguagem, a história e a ideologia. Sua produção acontece na história, por meio da linguagem, uma das instâncias por onde a ideologia se materializa (CAREGNATO; MUTTI, 2006).

Segundo Orlandi (1999), a análise de discurso começa por um recorte, que consiste na identificação de fragmentos de corpus dotados de sentido (associações semânticas). Assim faremos mais adiante o recorte de fragmentos nas reportagens selecionadas para compreendermos o sentido multiculturalista presentes nas mesmas.

O discurso estudado neste trabalho é o jornalístico, que tem características próprias. De acordo com Marques (2016), o discurso jornalístico é sobretudo o relato que é produzido como notícia e que circula regularmente no nosso dia a dia através dos diferentes dispositivos da informação. E, por isso, o resultado de um processo social de construção da realidade, definido por certas condições factuais, regras e convenções narrativas, que vão desde as regras sintáticas e semânticas até as normas ético-pragmáticas do falar. São estas regras e convenções que funcionam como estruturas do discurso jornalístico e que constituem os pressupostos de um contrato de leitura entre o jornalista e o leitor.

Compreendemos o jornalismo como um lugar de circulação e produção de sentidos. Segundo Benetti (2007), as principais características do discurso jornalístico são:

Dialógico: toda linguagem é dialógica, diz Bakhtin (1979;1981), e o dialogismo pode ser pensado em dois planos que interessam ao jornalismo: por um lado, a relação entre discursos; por outro, a relação entre sujeitos (BRAIT, 1997). O primeiro diz respeito à interdiscursividade, conceito associado aos estudos sobre sentidos. O segundo diz respeito à intersubjetividade, o discurso não existe por si mesmo, ele só existe em um espaço entre sujeitos.

Polifônico: O discurso jornalístico é, idealmente polifônico, por ele circulam diversas vozes. De imediato, podemos citar como vozes as fontes, o jornalista indivíduo que assina o texto e o jornalista instituição, quando o texto não é assinado, o leitor que assina a carta publicada. O jornalismo é por definição, um campo de interação.

Opaco: Se o discurso depende dos sujeitos para existir, isso significa que é produzido por esses sujeitos não apenas pelo autor da fala ou enunciador, mas também pelo sujeito que lê, o discurso é assim opaco, não transparente, pleno de possibilidades de interpretação.

Ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos: O fato de o discurso ser construído de forma intersubjetiva exige compreendê-lo como histórico e subordinado aos enquadramentos sociais e culturais. Se o vemos deste modo, necessariamente somos obrigados a abandonar uma outra visão ingênua, a de que o discurso poderia ser analisado sem considerar o contexto de produção de sentidos. O dizer do homem é afetado pelo sistema de significação em que o indivíduo se inscreve. Este sistema é formado pela língua, pela cultura, pela ideologia e pelo imaginário.

Elaborado segundo condições de produção e rotinas particulares: o jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, em um processo de contínua e mútua interferência. De forma mais restrita, a notícia é uma construção social que depende basicamente de seis condições de produção ou existência: a realidade, ou os aspectos manifestos dos acontecimentos; os constrangimentos impostos aos jornalistas no sistema organizacional; as narrativas que orientam o que os jornalistas escrevem; as rotinas que determinam o trabalho; os

valores notícia dos jornalistas; as identidades das fontes de informação utilizadas e seus interesses (BENETTI, 2007, p. 107-110).

Para realizar a análise, consideramos principalmente a contribuição metodológica da pesquisadora Márcia Benetti (2007), que trata da análise de discurso especificamente no jornalismo. Para este trabalho faremos o uso da análise dos sentidos do discurso jornalístico, utilizando os conceitos de Benetti (2007:111), “é preciso visualizar a estrutura do texto, compreendendo que esta estrutura “vem de fora”: o texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior. O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. A conjunção de forças que compõem o texto nem sempre é aparente, diríamos mesmo que raramente é visível por si mesma, e só o método arqueológico do analista de discurso pode evidenciar esta origem”.

A autora Benetti (2007) sugere iniciar a análise a partir do próprio texto, por meio da identificação das formações discursivas (FDs), que são os sentidos nucleares constituídos por pequenos significados, os quais estão em relação com o contexto de produção desses discursos. A identificação das FDs se organiza metodologicamente na reiteração do mesmo sentido (paráfrase) que constitui uma FD.

Sobre a forma que o pesquisador deve construir o seu trabalho, Benetti (2007) lembra que cada um deve encontrar o seu modo particular porém,

[...] normalmente, numeramos as formações discursivas (FD1, FD2, FD3 etc) e as nomeamos indicando o sentido principal. Evidentemente, a análise sempre será feita em torno de um problema de pesquisa que o analista irá mapear. O que fazemos é localizar as margens discursivas do sentido rastreado, ressaltando as que o representam de modo mais significativo. Depois de identificar os principais sentidos e reuni-los em torno de formações discursivas mínimas, o pesquisador deve buscar, fora do âmbito do texto analisado, a constituição dos discursos “outros” que atravessam o discurso jornalístico (BENETTI, 2007, p. 113).

Denomina-se de sequência discursiva (SD) o trecho que arbitrariamente recorta-se para análise e depois utiliza-se no relato de pesquisa. As sequências discursivas são responsáveis pela organização interna do texto. Elas comprovam o que se pretende afirmar através de uma formação discursiva. Vejamos o exemplo dado por Benetti (2007), em uma suposta análise, poderíamos chamar de “ FD1 – incompetência”. É necessário evidenciar as marcas discursivas da FD, ou seja, as expressões que constroem o caminho em direção ao

sentido nuclear da FD. Para fins metodológicos assim como se faz nas FDs, é habitual numerar cada SD, para facilitar a organização do corpus de pesquisa.

3.1 DISCURSOS MULTICULTURAIS NA COPA DE 2014 CONSTRUÍDOS PELO TELEJORNALISMO DA GLOBO

A seguir vamos explorar e analisar as três reportagens que foram selecionadas para a concepção desse trabalho, atentando para a construção do discurso de multiculturalidade presentes nessas produções, feitas e exibidas pelo telejornalismo da Rede Globo de Televisão durante a realização da Copa do Mundo 2014 aqui no Brasil.

3.1.1 REPORTAGEM 1: BRASILEIROS RECEBEM TURISTAS COM FESTA E ALEGRIA

A Reportagem 1 foi exibida no Jornal Hoje no dia 13 de junho de 2014. O Jornal Hoje é um dos mais antigos telejornais da Rede Globo. O JH, como é popularmente conhecido, entrou no ar pela primeira vez em 21 de abril de 1971. Inicialmente era restrito ao Rio de Janeiro, mas em 1974 passou a ser exibido em todo o Brasil, e permanece na programação da emissora até hoje. É exibido de segunda à sábado, às 13h20min. Atualmente é apresentado por Evaristo Costa e Sandra Annenberg. O JH apresenta uma linguagem mais leve e informal em relação aos outros telejornais da emissora, além de abordar os principais acontecimentos do dia no Brasil e no mundo, também abre espaço para temas como moda, arte, culinária, cidadania, defesa do consumidor, entre outros.

Com o título “Brasileiros recebem turistas com festa e alegria”, a Reportagem 1 mostra como a foi a calorosa e festiva recepção feita por alguns brasileiros para pessoas que chegaram ao país no intuito de prestigiar a Copa do Mundo. A reportagem foi feita pela repórter Monica Teixeira nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Tem duração de 2 minutos e 20 segundos. A seguir vejamos a transcrição da Reportagem 1:

Apresentadora: O legal de receber a Copa do Mundo né aqui no Brasil é que a gente tem a chance de ver os jogos assim de pertinho né? E tem muita festa no país inteiro.

Apresentador: E a gente tem que ser sincero também, nós brasileiros recebemos muito melhor os turistas né? Que qualquer outro (risos).

Repórter: Na Lapa, bairro tradicional da boemia carioca, o ritmo que esquentava a noite é genuinamente argentino. Tem um pouco do mundo todo e muito verde amarelo. O clima é de integração.

Entrevistado 1/ turista estrangeiro: I love Brasil (manda um beijo para a câmera com a mão).

Entrevistado 2/ turista estrangeiro: Muito bem, muito bem, bonita, bonita.

Repórter: Todos os torcedores são bem-vindos.

Entrevistado 3/ turista estrangeiro: (canta o hino nacional).

Repórter: Mas o argentino atrevido levou um chega pra lá. (As imagens mostram um rapaz pegando uma moça para dar um beijo na boca e levando um tapinha). Nada que cause uma crise internacional, na Copa do Brasil o gringo ganha dupla nacionalidade.

Entrevistado 4/ turista estrangeiro: Soy brasileiro, hoy soy brasileiro. Brasil e Honduras.

Repórter: Em São Paulo o trio elétrico é brasileiro e mexicano, colombiano, todos queriam mandar o seu recado.

Entrevistado 5/ turista estrangeiro: Um alô para todas as muchachas la Buenos Aires.

Entrevistado 6/ turista estrangeiro: I love São Paulo, I love Brasil.

Repórter: Alegria de noite e de dia. Nas ruas o bom humor vence a rivalidade.

Entrevistado 7/ turista estrangeiro: Colômbia 5 Grécia 0.

Repórter: Grécia e Colômbia se enfrentam amanhã. E enquanto o jogo não começa a torcida brasileira pode contar com o reforço desses colombianos que estão em Belo Horizonte.

Entrevistado 8/ turista estrangeiro: Apoiando o Brasil, sábado Colômbia.

Entrevistado 9/ turista estrangeiro: Os brasileiros são pessoas muito acolhedoras, eu me sinto em casa.

Passagem/ Repórter Mônica Teixeira: Em campo a Copa reúne seleções de 32 países que falam 15 idiomas diferentes. Mas, nas ruas do país essa mistura é ainda maior e a festa não é só do futebol. Com seleção ou sem seleção na disputa, ninguém quer perder a chance de estar aqui.

Repórter: O norueguês se diverte com a réplica da taça, a única que ele vai poder levar pra casa.

Aplicando a análise dos sentidos nos discursos desta Reportagem 1, segundo Benetti (2007), percebe-se:

Formação Discursiva 1 - Receptividade

Sequência Discursiva 1- Nós brasileiros recebemos muito melhor os turistas né? Que qualquer outro (risos).

Sequência Discursiva 2- Todos os torcedores são bem vindos.

Sequência Discursiva 3- Os brasileiros são pessoas muito acolhedoras, eu me sinto em casa.

Formação Discursiva 2 - Clima de festa

Sequência Discursiva 1 - E tem muita festa no país inteiro.

Sequência Discursiva 2 - Alegria de noite e de dia, nas ruas o bom humor vence a rivalidade.

Formação Discursiva 3 - Clima multicultural

Sequência Discursiva 1- Na Lapa bairro tradicional da boemia carioca o ritmo que esquentar a noite é genuinamente argentino. Tem um pouco do mundo todo e muito verde amarelo, o clima é de integração.

Sequência Discursiva 2 - Na copa do Brasil o gringo ganha dupla nacionalidade.

Sequência Discursiva 3 - Em São Paulo o trio elétrico é brasileiro e mexicano, colombiano.

Sequência Discursiva 4 - Enquanto o jogo não começa a torcida brasileira pode contar com o reforço desses colombianos.

Formação Discursiva 4 - O Brasil é bom

Sequência Discursiva 1 - Cita o nome do Brasil seguido de um beijo.

Sequência Discursiva 2- Turista dizendo “soy brasileiro, hoy soy brasileiro. Brasil e Honduras”.

Sequência Discursiva 3 - “I love São Paulo, I love Brasil”.

Sequência Discursiva 4 - Ninguém quer perder a chance de estar aqui.

Contextualização e considerações:

A Rede Globo de televisão é detentora dos direitos de transmissão da Copa do Mundo na TV aberta brasileira, uma parceria de longa data com a FIFA que começou em 1970.

“Por mais de 40 anos, FIFA e REDE GLOBO desenvolvem uma bem sucedida parceria com significantes resultados para ambos. Durante esses anos, a FIFA conseguiu fazer do futebol um esporte com enorme audiência

por todo o mundo e a GLOBO se orgulha de ter contribuído para isso. O mais importante para a Globo é permitir que nossos telespectadores se sintam parte do evento como se eles estivessem no estádio. Por essa razão, estamos orgulhosos com a continuidade dessa parceria” (MARINHO. Uol Esporte. 2012. Disponível em: < http://forum.esporte.uol.com.br/rede-globo-disse-ter-adquirido-direitos-das-copas-2018-e-2022-investigadas-pelo-fbi-sem-citar-inte_t_3465352>. Acesso em: 05 maio 2016).

Levando isso em consideração, não seria interessante para a Globo tratar o evento de forma negativa, ainda mais na edição de 2014 que aconteceu no país de origem da emissora. Segundo Rede Globo (2014), a maior e mais desafiadora cobertura esportiva já feita pela Globo teve a missão de levar a Copa do Mundo FIFA 2014 para a casa de cada brasileiro e de ser os olhos de cada torcedor em tudo que acontece no Brasil durante o mundial.

A reportagem analisada mostra ao telespectador questões muito positivas do evento, um país bom com pessoas hospitaleiras, alegres e festivas. As expressões faciais e linguísticas dos apresentadores, bem como o próprio texto que eles usam ao chamar a matéria, reforçam esses aspectos. Seguindo da repórter através da forma como ela conduz toda a produção, ou seja, texto e postura. Ainda sobre os apresentadores percebemos o que Patrick Charaudeau (2006), classifica como o “contato” entre estúdio e telespectador, onde o jornalista se expressa como se estivesse falando diretamente a cada indivíduo da coletividade dos telespectadores. É possível perceber também o discurso polifônico lembrado por Benneti (2007), que é característico do discurso jornalístico, com a presença de diversas vozes compondo essa reportagem, destacamos aqui o jornalista que assina o texto e as fontes consultadas. As respostas que são dadas pelos entrevistados, todos eles bastante eufóricos também confirmam a positividade do evento.

As imagens que formam a reportagem ajudam a reforçar o texto utilizado, característica peculiar da notícia na televisão, como bem citamos ao longo desta pesquisa sobre o importante casamento entre texto e imagem. Todas elas justificam o caráter multicultural do evento: aglomeração de pessoas, sorrisos e abraços, beijos, a presença de bandeiras dos países participantes, bem como imagens de pessoas tocando alguns instrumentos musicais unidos as conversas paralelas, todos falando ao mesmo tempo, ocasionando assim um enorme barulho porém em um perceptível clima de pacificidade.



Imagem 15 - Essa é uma das imagens que aparecem na reportagem, o momento mostra a recepção calorosa dos brasileiros para os turistas estrangeiros²¹

Numa visão generalista, o Brasil e o brasileiro abraçaram o variado leque cultural que é resultado da chegada dos turistas de várias partes do mundo, estes são recebidos como celebridades que merecem todo um tratamento especial. Toda essa receptividade positiva é uma representação do que chamamos de relativismo cultural, pois os brasileiros receberam os turistas sem classificar as culturas dos mesmos como boa ou ruim, superior ou inferior a sua. O clima de festa contribui para esse relativismo, as pessoas acabam ficando mais receptivas umas com as outras. Consideramos importante que em eventos como a Copa do Mundo esse relativismo aconteça de forma a influenciar os outros acontecimentos da vida quando o clima de festa não está mais presente, seria o bom exemplo semeado no evento perpetuando após o seu fim. No prosseguimento da vida, no cotidiano das pessoas. As convivências que foram mostradas pela reportagem nas três cidades em que ela foi realizada atuam justamente se opondo ao pensamento etnocentrista.

Em relação a aculturação, pode-se destacar o momento em que o turista estrangeiro tenta cantar trechos do hino nacional brasileiro em português, este que é o idioma oficial do nosso país. Isso caracteriza a existência de uma assimilação por parte desse turista em relação a esses aspectos da identidade sociocultural brasileira, ou seja, o aprendizado do hino e do idioma. Vale salientar também que o hino nacional de qualquer país remete ao patriotismo e consequentemente os contextos naturais dentro dele como a emoção, o respeito e o orgulho. Portanto, torna-se “curioso” (este que é considerado um critério de noticiabilidade segundo alguns autores que citamos durante esta pesquisa), ver um turista estrangeiro cantando o “patriotismo” de um país que não seja o seu de origem.

²¹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/3416156/>

Os desdobramentos da reportagem deixam claro o caráter multicultural presente na Copa do Mundo passando para os telespectadores a noção do que realmente propõe o multiculturalismo, o respeito ao diferente e a possibilidade de uma convivência proveitosa e de grande harmonia, por se tratar de muitas culturas diferentes reunidas em um mesmo lugar, isso ajudou a dar mais ênfase ao sentido multicultural da reportagem. O telejornalismo aqui cumpriu a função de disseminador de conteúdos, na ocasião conteúdo esse que atua na contramão de uma visão preconceituosa entre culturas.

3.1.2 REPORTAGEM 2: MOTOBOY GANHA INGRESSO DE TURISTA PARA ASSISTIR A ABERTURA DA COPA.

A Reportagem 2 foi exibida no Fantástico no dia 15 de Junho de 2014. Fantástico é uma revista eletrônica semanal da Rede Globo. O Show da Vida como também é conhecida, entrou no ar em 5 de agosto de 1973. A intenção da emissora era criar um programa diferente de tudo que existia na televisão brasileira na época. A junção do jornalismo e do entretenimento caracterizam o programa que permanece no ar até hoje nas noites de domingo e vai ao ar por volta das 20h45min, possuindo no mínimo duas horas de duração, tendo sua exibição a nível nacional. Nos dias de hoje é apresentado pelos jornalistas, Poliana Abritta e Tadeu Schmidt. Reunindo os mais variados temas, o Fantástico apresenta um quadro chamado Me Leva Brasil que mostra situações inusitadas que acontecem no nosso país, este quadro está no ar desde o ano 2000 sendo apresentado pelo jornalista Maurício Kubrusly.

Inserida no quadro Me Leva Brasil, a Reportagem 2 mostrou a história de um turista americano que presenteou um brasileiro, até então desconhecido dele, com um ingresso para assistir o jogo de abertura da Copa entre Brasil e Croácia. O brasileiro mora bem próximo ao estádio onde o jogo aconteceu, mas por conta do alto preço do ingresso ele não iria prestigiar a partida pessoalmente se não tivesse ganhado o presente. Eles acabaram se tornando amigos e o turista deixou o hotel que estava hospedado para então se instalar na casa do mais novo amigo brasileiro. A reportagem de Maurício Kubrusly intitulada, “Motoboy ganha ingresso de turista para assistir à abertura da Copa”, teve a duração de 3 minutos. Vejamos a transcrição da Reportagem 2:

Repórter: Quinta feira, abertura da copa no Itaquerao, o motoboy Wellington tava numa alegria só.

Entrevistado/ Wellington: Ele me deu o ingresso e a gente tá aqui agora cara, nossa eu nem imaginava que eu ia tá assistindo esse jogo do Brasil, pra mim to realizando um sonho, eu moro aqui do lado aqui e jamais eu ia imaginar tá aqui dentro do estádio assistindo o jogo do Brasil.

Repórter: Estamos em Itaquera bairro da zona leste de São Paulo, é aqui ao lado do estádio que mora Welington, o sortudo premiado com o ingresso. Agora tem uma coisa, tem milhões de pessoas aqui no Itaquerão.

Entrevistado/ Wellington: Milhões, milhões, milhões do mundo.

Repórter: E vc foi a única pessoa que ganhou o ingresso?

Entrevistado/ Wellington: Graças a Deus do meu amigo.

Repórter: O amigo é esse americano gente fina Eli, até o dia da abertura eles eram completos desconhecidos.

Entrevistado/ Eli: Amigos toda vida.

Repórter: Eli que é de São Francisco nos Estados Unidos ganhou dois ingressos da empresa que trabalha, um colega dele não conseguiu vir, sobrou um ingresso, muita gente quis comprar.

Entrevistado /Eli: Japonês, francês, alemão, todo mundo disse: vc tem um ingresso extra? Eu te dou mil dólares, dois mil dólares.

Repórter: Mas era mesmo o dia do Welington.

Entrevistado/ Eli: Eu falei eu vou dar para alguém do Brasil, pra alguém daqui.

Repórter: Eli resolveu dar uma volta pelo bairro, passou em frente a casa do Wellington, gostou do clima e foi entrando.

Entrevistada/ Débora esposa do Wellington: Ele fez um sinal, ai eu falei ah acho q ele tá querendo tirar foto com a gente né? Um gringo né ele subiu ai a gente começou tentando entender o que ele tava falando, ai ele falou assim que queria uma companhia pra assistir o jogo com ele.

Entrevistado/ Wellington: Não cê tá brincando, é sério mesmo? O que eu queria era entrar dentro desse estádio meo.

Repórter: Eles entraram, cantaram, torceram, se divertiram! Do encontro inesperado surgiu uma bela amizade.

Entrevistado/ Wellington: Que presente, amigo pro resto da vida.

Repórter: Eli gostou tanto que mesmo com hotel pago no centro de São Paulo, decidiu ficar em Itaquera.

Entrevistado/ Eli: Meus amigos ficaram me chamando, ei vem pro hotel, o hotel é legal, mas eu falei não eu tenho o meu amigo aqui.

Repórter: A família do Wellington fez questão de hospedar.

Entrevistado/ Wellington: Tá meio bagunçado mas a gente deu um jeito aqui, pegou um cobertor, um travesseiro.

Entrevistado/ Eli: É perfeito, é bom estar com amigos é uma felicidade.

Repórter: E é nessa felicidade que eles vão se comunicando! Você tá falando um pouco de português.

Entrevistado/ Eli: Un pouco, muy pouco.

Repórter: Um pouco, tá aprendendo.

Entrevistado/ Wellington: Entende, entende, entende a gente consegue, consegue se comunicar.

Repórter: Um dia de sorte que Wellington nunca vai esquecer.

Entrevistado/ Wellington: Com certeza, graças a Dios e ele, agradeço muito, amigo pra sempre Fantástico!

Aplicando a análise dos sentidos nos discursos da Reportagem 2 segundo Benetti (2007), percebe-se:

Formação Discursiva 1 - Receptividade

Sequência Discursiva 1: Passou em frente a casa do Wellington, gostou do clima e foi entrando.

Sequência Discursiva 2: Eli gostou tanto que mesmo com hotel pago no centro de São Paulo, decidiu ficar em Itaquera.

Sequência Discursiva 3: A família do Wellington fez questão de hospedar.

Formação Discursiva 2 - O evento aproxima pessoas de culturas diferentes

Sequência Discursiva 1: Até o dia da abertura eles eram completos desconhecidos.

Sequência Discursiva 2: Eu falei eu vou dar para alguém do Brasil, pra alguém daqui.

Formação Discursiva 3 - Convivência Pacífica

Sequência Discursiva 1: Amigos toda vida.

Sequência Discursiva 2: Que presente, amigo pro resto da vida.

Sequência Discursiva 3: Meus amigos ficaram me chamando, ei vem pro hotel, o hotel é legal, mas eu falei não eu tenho o meu amigo aqui.

Sequência Discursiva 4: É perfeito, é bom estar com amigos é uma felicidade.

Formação Discursiva 4 - Clima de festa

Sequência Discursiva 1: Eles entraram, cantaram, torceram, se divertiram.

Formação Discursiva 5 - Idiomas diferentes não impedem uma compreensão mútua

Sequência Discursiva 1: Japonês, francês, alemão, todo mundo disse: vc tem um ingresso extra?

Sequência Discursiva 2: Ele fez um sinal, ai eu falei ah acho q ele tá querendo tirar foto com a gente né? Um gringo né ele subiu ai a gente começou tentando entender o que ele tava falando, ai ele falou assim que queria uma companhia pra assistir o jogo com ele.

Sequência Discursiva 3: E é nessa felicidade que eles vão se comunicando! Você tá falando um pouco de português.

Sequência Discursiva 4: Un pouco, muy pouco.

Sequência Discursiva 5: Um pouco, tá aprendendo.

Sequência Discursiva 6: Entende, entende, entende a gente consegue, consegue se comunicar.

Formação Discursiva 6 – Desigualdade Social

Sequência Discursiva 1: Ele me deu o ingresso e a gente tá aqui agora cara, nossa eu nem imaginava que eu ia tá assistindo esse jogo do Brasil, pra mim to realizando um sonho, eu moro aqui do lado aqui e jamais eu ia imaginar tá aqui dentro do estádio assistindo o jogo do Brasil.

Sequência Discursiva 2: Não cê tá brincando, é sério mesmo? O que eu queria era entrar dentro desse estádio meo.

Contextualização e considerações:

A reportagem aponta para um encontro multicultural bastante inusitado, tendo como base o clima de festa que é peculiar a esse evento tão consolidado. Esse é o ponto de partida para o desenrolar da história. Geralmente as pessoas que não vão aos estádios se reúnem em bares, ruas, residências, etc, para assistirem às partidas da Copa. Esse clima por si só já é de integração. Foi esse aspecto que despertou a atenção do turista americano protagonista dessa história, fazendo com que ele adentrasse a residência do motoboy Wellington sendo bem

recebido por ele e por sua família, chegando ao ponto do turista posteriormente deixar o hotel que estava hospedado para ficar na casa do Wellington o seu mais novo amigo brasileiro, e a receptividade é uma característica que está inserida no contexto multicultural e foi demarcada em algumas das formações discursivas que observamos na reportagem.

As imagens que compõem toda a matéria ajudam a consolidar o clima pacífico existente entre os dois personagens da história, a todo momento mostram o motoboy Wellington feliz e sorrindo, fazendo sinais de positividade com as mãos, e o turista Eli alegre e orgulhoso pela boa atitude que teve, abraços e sorrisos entre eles são constantes. Esses registros tornam a reportagem leve e divertida, certamente levando o telespectador a compartilhar daquele clima presente naquela ocasião. Esse fato pode ser considerado uma “novidade” que gerou muita “repercussão” (critérios de noticiabilidade segundo alguns autores que citamos durante a pesquisa), já que não é comum pessoas darem ingressos da Copa a desconhecidos, é tanto que não houve por parte da mídia divulgações de outros casos como este na Copa do Mundo do Brasil, é uma “raridade” (outro critério de noticiabilidade) que podemos destacar.



Imagem 16 - Uma das imagens que compõem a reportagem, refere-se ao momento em que o turista entrega o ingresso ao brasileiro com alegria ²²



Imagem 17 - Outra imagem da reportagem mostrando Wellington e Eli sorridentes e fazendo gestos de positividade ²³

²² Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/3421608/>

A história contada relata a princípio um choque de culturas enorme, porém bem aceito por todos os envolvidos na situação. Não houve um julgamento do contato dessas duas formas culturais e isso configura um processo de relativismo cultural. Nem mesmo os idiomas opostos foram capazes de intervir, havendo assim uma troca de peculiaridades culturais, certamente depois desse contato ambos saíram modificados, seria um exemplo do processo de transculturação. Não se enxerga uma presença etnocêntrica na situação.

Apesar de ter fortes marcas do positivismo multicultural comprovadamente através da análise dos sentidos, é importante destacar também a fragilidade econômica do motoboy num país em desenvolvimento já que o estádio bastante moderno fica localizado em uma região mais popular da Zona Leste de São Paulo, o bairro de Itaquera. A figura do americano como salvador da pátria é bem marcante na reportagem, o mesmo saiu como um verdadeiro herói através da sua boa ação, afinal mesmo morando bem próximo ao estádio o motoboy Wellington só pode assistir ao jogo por causa do presente que ganhou de Eli, pois ficou claro em sua fala que ele não teria como arcar com o valor exorbitante do preço do ingresso. Portanto a Copa do Mundo é multicultural mas também é um evento elitista. As formações discursivas que retiramos dessa reportagem confirmam os aspectos propostos pelo multiculturalismo e pelo evento assim como a notória desigualdade social entre os personagens da história demarcada em uma dessas formações.

Levando em consideração algumas condições da elaboração do discurso jornalístico citadas por Benetti (2007), na metodologia adotada na pesquisa, podemos destacar nesta reportagem a “realidade” da situação exposta já que o fato realmente aconteceu. A “narrativa” positiva que orientou o jornalista na hora de relatar a situação. Os “valores notícias do jornalista”, neste caso histórias incomuns são marcas características do repórter Maurício Krubrusly dentro do seu quadro do Fantástico. E também com relação às “identidades das fontes utilizadas e seus interesses”, aplicando nessa reportagem, temos um brasileiro e um americano configurando uma interação multicultural e, quanto ao interesse dessas fontes, sabemos que compartilha com a intenção da emissora em passar sempre uma imagem muito positiva do evento, isso devido ao seu vínculo contratual com a FIFA.

No geral a reportagem apresenta aos telespectadores alguns dos aspectos do multiculturalismo, de forma a comprovar a possibilidade de uma convivência harmônica entre

²³ Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/06/motoboy-ganha-ingresso-de-americano-que-queria-companhia.html>

pessoas com formações culturais tão distintas, o idioma por exemplo que parecia ser uma barreira não atrapalhou em nada que os personagens da matéria fossem para o estádio juntos, assistir, comentar e comemorar os gols da seleção brasileira na partida ou simplesmente dividir o mesmo ambiente por alguns dias como aconteceu posteriormente. A reportagem também reforça, de forma discreta, a ideia de que o Brasil é um país em desenvolvimento, cheio de desigualdades sociais e que a Copa do Mundo da FIFA é um evento para a elite.

3.1.3 REPORTAGEM 3: ÍNDIOS DA ALDEIA PATAXÓ TORCEM PARA A ALEMANHA DURANTE A FINAL DA COPA DO MUNDO

A Reportagem 3 foi exibida no Profissão Repórter no dia 18 de julho de 2014. Antes de se tornar um programa da emissora, o Profissão Repórter era um quadro exibido todos os domingos dentro do Fantástico e teve início em maio de 2006. Um mês antes de estreiar no dominical o formato já havia sido testado em um especial sobre o trânsito levado ao ar no Globo Repórter. Por conta do sucesso que fez em ambas as oportunidades acabou ganhando espaço na grade semanal da emissora em junho de 2008. O intuito do programa os bastidores da notícia e os desafios das reportagens, abordando os mais variados assuntos, Em 2016 o Profissão Repórter chega a sua nona temporada no ar só que com uma novidade, sendo exibido agora nas noites de quarta-feira por volta das 23h30min. Nos outros anos o programa ia ao ar no mesmo horário só que nas terças-feiras.

O programa do dia 18 de Julho de 2014 mostrou os bastidores da final da Copa do Mundo no Brasil entre Argentina e Alemanha. Dentre as matérias exibidas, escolhemos uma intitulada índios da aldeia pataxó torcem para a Alemanha durante a final da Copa do Mundo, que mostrava a preparação desses índios para assistirem a essa última partida, o resultado da boa convivência entre os índios e a seleção alemã durante o período em que esteve aqui no país participando do evento justificam a torcida deles. O centro de treinamento dos jogadores era bem próximo da aldeia. A reportagem tem a duração de 2 minutos e 7 segundos. A reportagem é de Paula Akemi.

Segue a transcrição da Reportagem 3:

Repórter: E aqui no sul da Bahia os jogadores da seleção alemã também conquistaram a simpatia dos índios da aldeia pataxós e eu combinei de assistir a final da copa aqui na aldeia deles. E essa camisa aí?

Entrevistado 1: Eu que ganhei no primeiro dia que a gente foi lá, fizemos uma apresentação pra eles, eles tiraram a camisa a gente pediu a camisa a eles, eles tiraram e entregaram pra gente.

Repórter: Quantas pessoas moram aqui na aldeia?

Entrevistado 2: Olha em coroa vermelha são cerca de 5,800 indígenas, fizemos uma decoração assim meio básica com as cores da Alemanha.

Repórter: Então essas cores aqui são as cores de vocês?

Entrevistado 2: Já são nossa a muito tempo.

Repórter: E vocês estão torcendo pra Alemanha porque eles foram simpáticos aqui, porque eles jogam bem futebol? Porque (risos).

Entrevistado 2: Os dois, por tudo (risos).

Repórter: Quem é o seu jogador favorito David?

Entrevistado 3: Lucas Podolski, Muller, Klose pra fora, pra fora, pra fora.

Entrevistados 4: Gritos comemorando a vitória da Alemanha.

Repórter: Então aue para comemorar a vitória da Alemanha.

Aplicando a análise dos sentidos nos discursos da Reportagem 3 segundo Benetti (2007), percebe-se:

Formação Discursiva 1 - A troca de simpatia entre o brasileiro e o estrangeiro

Sequência Discursiva 1: E aqui no sul da Bahia os jogadores da seleção alemã também conquistaram a simpatia dos índios da aldeia pataxós.

Sequência Discursiva 2: Fizemos uma apresentação pra eles, eles tiraram a camisa a gente pediu a camisa a eles, eles tiraram e entregaram pra gente.

Formação Discursiva 2 - Convivência Pacífica

Sequência Discursiva 1: Eu que ganhei no primeiro dia que a gente foi lá.

Sequência Discursiva 2: E vocês estão torcendo pra Alemanha porque eles foram simpáticos aqui, porque eles jogam bem futebol? Porque (risos).

Sequência Discursiva 3: Os dois, por tudo (risos).

Formação Discursiva 3 - Coincidência simbólica que une

Sequência Discursiva 1: Fizemos uma decoração assim meio básica com as cores da Alemanha.

Sequência Discursiva 2: Então essas cores aqui são as cores de vocês?

Sequência Discursiva 3: Já são nossa a muito tempo.

Contextualização e considerações:

Essa convivência entre os índios e os jogadores da seleção alemã traduz bastante o que é o multiculturalismo. Dois povos extremamente diferentes conseguiram dialogar e conviver de forma harmoniosa durante o período de realização do evento. Obviamente a Alemanha sabia que estaria instalando sua sede próxima a aldeia desses índios brasileiros. Esse contato pode ser entendido como proposital e isso dentro da lógica multiculturalista é bastante louvável, houve uma intenção por parte deles de se aproximarem dos índios, conhecendo a cultura deles. Como não houve resistência de nenhuma das partes, a visão etnocêntrica aqui não pode ser observada. Aqui o idioma também não foi um problema que afetasse a integração entre eles, mesmo que tivesse pessoas ajudando na conversação, sabemos que a capacidade de percepção do ser humano através de gestos pode facilitar o processo de comunicação.

Os índios sofreram por muito tempo durante o período da colonização no Brasil. Foram mortos, escravizados e utilizados para pescar, preparar alimentos e transportar cargas. Com isso perderam espaço e liberdade, ficaram cada vez mais dependentes do homem branco e tiveram costumes de outras culturas introduzidos, como por exemplo a catequização feita pelos Jesuítas em meados do século XVI.

Os poucos que ainda existem no Brasil lutam por mais direitos já que sempre foram desvalorizados. Antes da chegada dos alemães no período da Copa do Mundo de 2014 eles andavam esquecidos pela nossa mídia e porque não dizer por nós mesmos, povo brasileiro, um esquecimento de algo tão importante que fomenta tão bem a nossa cultura, as nossas origens, eles são um patrimônio histórico cultural do nosso país.

As imagens que formam a Reportagem 3 mostram a preparação dos índios para assistir à partida final da Copa do Mundo que foi disputada entre a Alemanha e a Argentina. Trajando camisas doadas pelos jogadores da seleção alemã e usando cocares nas cabeças, além de outros acessórios próprios, os índios enfeitaram o local com balões e bandeiras com as cores da Alemanha que coincidentemente são as mesmas que representam a Aldeia dos Pataxós e isso também ajudou a estreitar a relação entre eles.

Com a vitória da seleção alemã, os momentos finais da reportagem mostram imagens da comemoração dos índios e dos jogadores da Alemanha que em determinado momento fazem uma dança que aprenderam com esses índios. Isso é um exemplo claro de transculturação já que demonstraram a incorporação de um elemento que não faz parte da cultura alemã. Essas imagens justificam o que o texto da reportagem diz, principalmente as respostas que foram dadas pelos índios entrevistados, mesmo não participando diretamente da produção feita pela Globo os jogadores da seleção alemã retribuíram o carinho dos índios para com eles através da homenagem feita em campo no ato da comemoração da taça. Confirmando assim todo o contexto da reportagem.



Imagem 18 - Imagem da reportagem mostrando os índios brasileiros torcendo pela Alemanha na final da Copa do Mundo 2014²⁴



Imagem 19 - Retirada da parte final da reportagem, mostra o momento em que os jogadores comemoram fazendo a dança que aprenderam com os índios da Aldeia Pataxó²⁵

²⁴ Disponível em: <http://www.itapebiacontece.com/mobile/?menu=noticias&id=3988>

²⁵ Disponível em: http://radar64.com/noticia/alemanha-comemora-com-danca-pataxo-no-maracana_24633.html

Dentro dos critérios de noticiabilidade expostos por alguns autores durante o decorrer desta pesquisa, podemos destacar na reportagem a “surpresa” pela atitude da Seleção da Alemanha de aproximação com os índios e já que essas duas culturas tão diferentes conviveram harmoniosamente e ninguém esperava por isso. A “notoriedade” já que ambos viraram notícia por diversas vezes durante a cobertura do evento. O culto de heróis já que os índios trataram os alemães nessa perspectiva pela valorização que tiveram por parte dos estrangeiros e também pelo bom futebol apresentado, afinal os alemães venceram a Copa do Mundo. “Raridade” porque não é comum jogadores estrangeiros interagirem por longos períodos com os índios durante competições esportivas aqui no nosso país. Percebemos também o discurso polifônico que é comum no discurso jornalismo, como nos lembra Benetti (2007), através dos entrevistados e da repórter que conduziu a matéria.

Essa mistura positiva entre índios e alemães pautou bastante a mídia durante a realização da Copa do Mundo, a medida em que a seleção alemã avançava na competição a convivência com índios aumentava, estreitando os laços multiculturais entre eles. Pra se ter uma ideia dessa proximidade, antes de voltarem pra Alemanha os jogadores foram se despedir dos índios e de presente deram a eles um cheque no valor de 10 mil euros, os índios então retribuíram com uma festa. A reportagem reforça o multiculturalismo existente no evento, a intenção da emissora de qualifica-lo positivamente e a ideia que de que é possível conviver em paz com o diferente, nesta situação em especial, culturas amplamente diferentes e com fortes traços históricos sendo dois protagonistas no mínimo impensáveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho percorremos o conceito de cultura e seus derivados, exaltando a importância da interação entre elas na construção das formações sociais, utilizamos o esporte, em especial o evento Copa do Mundo como fio condutor de conteúdos multiculturais e a televisão como veículo disseminador desses conteúdos através de telejornais de generalidades da Rede Globo. Entrelaçamos essas três vertentes para que fosse possível chegar até aqui.

Constatamos que as três reportagens escolhidas tinham como pano de fundo o discurso multicultural em seus textos e somados a eles o poder das imagens bem como os sons ambientes que propositalmente ajudavam a confirmar esse discurso. Esses fatores caracterizam o telejornalismo, contribuindo assim para a transmissão da mensagem de multiculturalidade, como nos lembra Rezende (2000), essa união entre texto e imagem permite ao telespectador testemunhar um fato como se ele estivesse presente no local.

Embora justifique-se o fato da emissora produzir matérias que caracterizam o positivismo da Copa do Mundo por conta do seu contrato com a FIFA, não podemos deixar de valorizar o intuito multicultural dessas produções. Vivemos em mundo no qual os mais variados tipos de preconceito ainda persistem e porque não utilizar a TV como uma aliada na contramão da prática do etnocentrismo? Sim isso é possível, ficou claro nas reportagens que é realizável conviver e respeitar o diferente. A construção de uma imagem positiva do brasileiro como povo acolhedor e receptivo também é observada em todas as reportagens.

Observamos também o contraditório discurso entre a Reportagem 1 do Jornal Hoje e a reportagem do Fantástico, quando a apresentadora Sandra Annenberg diz que "O legal de receber a Copa do Mundo né aqui no Brasil é que a gente tem a chance de ver os jogos assim de pertinho né"? O termo pertinho sugere que é possível ver os jogos dentro dos estádios já que a competição ocorre dentro do nosso país, mas na verdade nem todo mundo tem essa chance, só quem vai aos estádios são a elite, os que possuem um bom poder aquisitivo e que pagam os preços exorbitantes dos ingressos que dão acesso aos estádios. A Reportagem 2 do Fantástico mostra justamente essa situação, confrontando-se com o discurso de Sandra, o motoboy Wellington mora "pertinho" do estádio, mas só foi ao jogo por ter ganhado o ingresso de um turista estrangeiro.

Já na Reportagem 3 do Profissão Repórter observou-se uma convivência extremamente pacífica de dois grupos com culturas bem opostas, desmistificou-se dois mitos,

tantos os índios quanto os alemães carregam notabilidades negativas. Os índios sempre foram taxados de selvagens e os alemães de rabugentos e frios com estrangeiros. Essas características não foram observadas no contato entre eles e isso chamou a atenção da imprensa durante toda a Copa prova disso foi a torcida dos índios pela seleção da Alemanha durante a partida final do evento.

Ainda que o peso multicultural do evento seja marcante e é esse o foco do nosso trabalho, não podemos passar despercebido o efeito capitalista existente na Copa do Mundo, tanto em relação a situação da Globo na parceria com a FIFA na hora de divulgar positivamente o evento como foi citado no segundo parágrafo desse texto, os excelentes patrocinadores que a exibição das partidas atraem, por isso o esporte na TV é tão frutífero, também citamos isso durante esse trabalho. Bem como essa contradição percebida nas análises das reportagens do Jornal Hoje e do Fantástico já que constatou-se que as classes sociais são segregadas no evento sob a ótica financeira. Participa melhor dele quem tem um bom poder aquisitivo.

O multiculturalismo é temática presente na Copa do Mundo, porém este evento tem duração de um mês apenas, nesse período o clima de festa identificado nas reportagens, contribuem para o clima multicultural e de harmonia entre nações, porém quando o evento acaba, esse clima de festa também acaba e a realidade muda, a vida vai voltando ao normal, vem a rotina, os interesses econômicos, políticos e sociais incitando os problemas referentes às trocas culturais negativas. Percebe-se então uma carência sobre assuntos que remetam a cultura em geral, o multiculturalismo visto no evento passa a ser esquecido.

A TV brasileira em especial não investe tanto em produções que nos levam a observar a presença da temática, esta pesquisa serve como uma proposta que conduza a oportunidade de uma melhoria nesse aspecto, chamando a atenção e incentivando a construção de uma sociedade mais justa através deste veículo de comunicação tão forte, é possível unir o fator econômico que tanto interessa as emissoras ao conteúdo de qualidade voltado para uma conscientização positiva e educacional dos telespectadores.

Sobre a importância da TV vejamos o que diz Rocha e Oliveira (2015), ela é, enquanto elemento de uma cultura, responsável por uma rica troca de significados. Existe entre ela e seus telespectadores uma interação na qual estes recebem, interpretam e apreendem as variadas mensagens expostas pelo meio, ressignificando-as na construção de uma identidade individual e coletiva, nos processos de apreensão do mundo, no entendimento e na prática de quadros de relevância socialmente compartilhados.

Concluimos que a Rede Globo através das três reportagens do seu telejornalismo de generalidades e que foram analisadas aqui, conseguiu apresentar fortes características do multiculturalismo, utilizando o discurso e as imagens necessárias para transmitir ao telespectador, todo o positivismo da Copa do Mundo e das possíveis relações multiculturais que ela oferece. Embora de forma simplória tendo em vista que o peso maior dessa difusão sobre a temática se justifique pelo elo financeiro entre a emissora e a poderosa FIFA. Porém essa veiculação se torna válida do ponto de vista de que a propagação de conteúdos sobre os aspectos positivos do multiculturalismo abrem um caminho para a redução do pensamento etnocentrista e das consequências que ele pode trazer. Contudo não há como negar o fato de que o multiculturalismo está inserido na atmosfera do evento Copa do Mundo.

É preciso reiterar que as reportagens utilizadas nesta pesquisa são bastante superficiais, o próprio tempo de veiculação comprova isso como por exemplo a Reportagem 3 do Profissão Repórter que tem apenas 2 minutos e 7 segundos de duração sendo a menor entre as três que foram selecionadas. Essa superficialidade está dentro das características do telejornalismo e por isso elas fazem um recorte restrito da realidade, não aprofunda e por falta de contextualização muita coisa é deixada de fora, levando o telespectador a pensar que a realidade é muito simples como é mostrada. Os aspectos negativos existem como citamos a questão da desigualdade social porém outros aspectos negativos não aparecem na reportagem. Mas como já foi dito, a emissora tem total interesse em mostrar apenas os fatores positivos que permeiam a Copa do Mundo e um deles é o multiculturalismo.

Sobre a nossa pesquisa cabe realçar que, [...] “do estudo qualitativo, não se espera que ocorra plena concordância dos observadores, mas que haja alguma concordância de que essa forma de representação da realidade é aceitável, embora possam existir outras igualmente aceitáveis” [...] como explicam Ludke e André (1986, p.52). Portanto, compartilhando do pensamento de Duarte e Ribeiro (2006), temos consciência da impossibilidade de apresentar descrições e conclusões indiscutíveis, mas buscamos oferecer informações que permitam a cada leitor, com as questões e evidências apuradas, estabelecer interpretações e hipóteses. Como todo estudo de caso, esta pesquisa é única e singular e, portanto, limitada. Apesar de a generalização não ter relevância neste tipo de estudo, esperamos contribuir para que cada um dos interessados faça sua própria interpretação, proponha novas ideias, significados, compreensões e hipóteses, adaptando-a a outros contextos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCOBA, López Antonio. **El Periodismo desportivo em la Sociedad Moderna**. Madrid: El autor, 1980.

ALLPORT, G. W. *The Nature of Prejudice* Reading, 1954. Mass.: Addison-Wesley apud SOUZA, R. C. **Atitude, preconceito e estereótipo**, 2009. Brasil Escola. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/psicologia/atitude-preconceitoestereotipo.htm>. Acesso em 23.jan.2016.

ALVES, Fagner. **Qual é a origem do jornalismo**. 2015 Disponível em < http://www.curiosidadesjornalisticas.com.br/2013/05/como-surgiu-o-jornalismo_9284.html>. Acesso em: 17.jan.2016.

AZEVEDO, A. Vivaldo de. **Noções de Jornalismo Aplicado**. Rio de Janeiro: Ed. Ouro, 1979.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. Ed. Contexto, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. Tradução de Cássia R. da Silveira e Denise Moreno Pegorim. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990. _____ **Sobre a Televisão – a influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e Educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001.

CALADO, G. **Marketing esportivo**. Palestra. Fortaleza. 26 set. 2007. Disponível em: <http://marketingvendas.blogspot.com.br/2007/09/marketing-esportivo.html>. Acesso em 25 abril. 2016.

CAMARGO, Vera Regina. **O pensamento de Antonio Alcoba e sua importância na trajetória dos estudos e pesquisas sobre o Jornalismo Esportivo no Brasil**. Palestra apresentada no NP18 – Comunicação e Esporte no V Encontro de Núcleos e Pesquisa da Intercom, 2005. Documento eletrônico disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1815-1.pdf>

CAMPBELL, Vicent. **News values and news selection. In Information age journalism**. London: Arnold, 2004.

CAPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão: desafios da pós globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

CAREGNATO, Rita C.A., MUTTI, Regina. **Pesquisa Qualitativa: Análise de discurso versus análise de conteúdo**. Texto & contexto – Enfermagem, v. 15, n 4, 2006 doi: 10.1590/S0104-07072006000400017.

- CASTRO, Josué T. **Discursos Herero Sobre Uma África Cristã. Contribuições antropológicas para a compreensão de fenômenos sincréticos.** Porto Alegre: PUC/RGS/ Dep C. Sociais, 2006. Monografia de conclusão da graduação no C. C. Sociais.
- CASTRO, Luis ¿Comunicación deficiente, deporte deficiente?. **Chasqui: revista latino americana de comunicación.** Quito: Ciespal, n. 51, p.56-57. Júlio 1995.
- CARVALHO, R. E. **Removendo barreiras para a aprendizagem: educação inclusiva.** 9. ed. Porto Alegre: Mediação, 2009.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** Tradução Angela S. M. Corrêa. - São Paulo: Contexto, 2006.
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria Cultural.** 1ª Edição, editora brasiliense 1980.
- COPA DO MUNDO - **História de Todas as Copas do Mundo.** 2016. Disponível em: <<http://www.copacabanarunners.net/copa-do-mundo.html>>. Acesso em: 15.abri.2016.
- CUCHE, Denys. **A Noção de Cultura nas Ciências Sociais.** Bauru: Edusc, 1999.
- DESLAURIERS, J. & KÉRISIT, M. **O delineamento de pesquisa qualitativa.** In: POUPART, Jean et al. A pesquisa qualitativa: Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008 (p. 127/153).
- DUARTE, Jorge e RIBEIRO, Rosa M. **Comunicação em ciência e tecnologia: estudos de Embrapa.** editores. Brasília, DF, 2006, p. 622.
- FERNANDO. André. **Processos Culturais: Endoculturação e Aculturação.** 2015. Disponível em: < <https://prezi.com/b4kzkon8yxmi/processos-culturais-endoculturacao-e-aculturacao/>>. Acesso em: 12.jan.2016.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso: Reflexões introdutórias.** São Carlos: Editora Claraluz, 2008.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV.** Editora Autêntica: Belo Horizonte, 2001.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GERHARDT, Tatiana E. e SILVEIRA, Denise T. **Métodos de Pesquisa.** 2009. UFRGS. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 10.mai.2016.
- GLOBO ESPORTE.** História das Copas do Mundo. [20.abr.2016?]. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/historia/copa-do-mundo-1930-uruguai.html>>. Acesso em: 20.abr.2016.
- GONÇALVES, Luiz Alberto Oliveira; SILVA, Petronilha Beatriz Gonçalves e. **O jogo das diferenças: o multiculturalismo e seus contextos.** 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. 112 p. (Coleção Cultura Negra e Identidades).

GRANGER. **Copa do Mundo de Futebol. Você sabe como tudo começou?** 2014. Disponível em: <http://www.ururau.com.br/copadomundo43985_Copa-do-Mundo-de-Futebol.-Voc%C3%AA-sabe-como-tudo-come%C3%A7ou>. Acesso em: 05.mai.2016.

HELAL, Ronaldo. **O Que é Sociologia do Esporte** - São Paulo, Brasiliense, 1990
 _____. **Passes e Impasses: futebol e cultura de massa no Brasil** - Petrópolis, Vozes, 1997

HUDEC, Vladimir. **O que é Jornalismo?** Trad. Maria Manuel Ricardo. 2ª ed. Lisboa: E. Caminho, 1980.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia - Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós moderno** / Douglas Kellner ; tradução de Ivone Castilho Benedetti Bauru, SP: EDUSC, 2001.

_____. **Câmera Política**. Indiana: Indiana University Press, 1990.

KYMLICKA, Will. **Multicultural Citizenship: a liberal theory of minority rights**. Oxford: Oxford University, 1995.

LAGO, Claudia e BENETTI Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3 ed. Petrópolis, RJ: Vozes. 2010.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Sociologia Geral** 7ª Ed.. Atlas S.A Editora, São Paulo. pp. 130-146. 2010.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. Ed. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Ed, 2001.

LÉVY, Pierre. **A inteligência Coletiva**. São Paulo, Loyola, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo, Editora Moderna, 1988.

MARQUES, Ester. **Estruturas do Discurso jornalístico**. [11.mai.2016?]. Disponível em: <http://alb.com.br/arquivo-morto/anais-jornal/jornal2/Textos/Mesa_Redonda_Dia30/SALA3-EsterMarques.htm>. Acesso em: 11.mai.2016.

MARTINS, Simone. **Da audiência presumida ao espectador participativo: Telejornalismo e Identidade Local no Jornal da Alterosa Edição regional**. Revista Estação Científica. Juiz de Fora, n.05, 2008, p. 1-13.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da Comunicação**. Tradução Luiz Paulo Rouanet. Edições Loyola, 1995.

MELO, Sueli. **Roda viva: jornal impresso versus mídias digitais**. 2014
 Disponível em: < <http://vtcontar.blogspot.com.br/2014/06/roda-viva-jornal-impresso-versus-midias.html>>. Acesso em: 12.mar.2016.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

O GLOBO. **Brasil: mídia é mais confiável que o governo.** 31 de Maio de 2006. Rio de Janeiro.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos.** Campinas, Pontes, 1999.

PENA, F. **Jornalismo.** Coleção 1000 Perguntas. Rio de Janeiro: Editora Rio-Universidade Estácio de Sá, 2005.

PORTAL 2014. História das Copas. [22.abri.2016?]. Disponível em: <<http://www.portal2014.org.br/historia-das-copas/1962-chile/>>. Acesso em:22.abr.2016.

PRIORE, Mary del (org.). **História das mulheres no Brasil.** 3º ed. São Paulo: Contexto, 2000.

REZENDE, Guilherme de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** São Paulo. Summus, 2000.

ROCHA, Everardo. **O que é Etnocentrismo,** Ed. Brasiliense, 1984.

SANTOS, José Luiz dos, 1949- **0 que é cultura /** José Luiz dos Santos. São Paulo : Brasiliense, 2006. - - (Coleção primeiros passos ; 110)

SEMPRINI, A. O nó górdio epistemológico. In Semprini, A. **Multiculturalismo.** Bauru, S.P.: EDUSC, 1999, p.81-96.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo.** Rio de Janeiro: Record, 1999. Apud BANDEIRA E BATISTA. **Preconceito e discriminação como expressões de violência.** 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v10n1/11632.pdf>>. Acesso em: 19. Abr.2016.

SILVA, M. J. A. da; BRANDIM, M. R. L. **Multiculturalismo e educação: em defesa da diversidade cultural.** Diversa. Ano I, nº 1, p. 51-66, jan/jun. 2008.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** Estudos em jornalismo e mídia, v.2, n.1. Florianópolis: Insular, 2005, p.95-106.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da Notícia e do Jornalismo.** Chapecó: Argos, 2002.

SOUZA, Jose Carlos Aronchi de. **Gêneros e Formatos na televisão brasileira.** São Paulo, Summus, 2015.

TOURAINÉ, Alain. **Critique de la modernité.** Paris, Fayard, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2004, 2v.v1: Porque as notícias são como são.

TUBINO, M. J. G.; TUBINO, F. M. e GARRIDO, F. A. C. G. **Dicionário Enciclopédico Tubino do Esporte.** 2001. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd43/econom.htm>>. Acesso em: 03.mai.2016.

TYLOR, Edward Barnett: **Primitive Culture** (1871)

KROEBER, A. L. and C. KLUCKHOHN: **Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions** (1952)

ULLMANN, Reinholdo Aloysio. **Antropologia: o homem e a cultura**. Petrópolis: Vozes, 1991.

VAZ, A.F. “**Teoria crítica do esporte: origens, polêmicas, atualidade.**” In: Revista Esporte e Sociedade. n. 1, Nov2005/Fev2006.

VERONEZZI, Felipe. **A Origem dos Jornais e do Jornalismo**. 2016.

Disponível em: <<http://www.guiadacarreira.com.br/historia/jornais-jornalismo/>>. Acesso em: 19.fev.2016.

WEAVER, Paul H. **A notícia de jornal e as notícias de televisão**. In TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999, 360 p.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público**. São Paulo: Ática, 2006.

YANEZ, Carlos Ivan. El balon puede esperar. **Chasqui: revista latino-americana de comunicación**. Quito: Ciespal, n. 51, p. 48-51. Júlio 1995.