

Vozes e silenciamento em *Veja* e *Época*: o uso político das fontes na cobertura da Copa do Mundo em um ano eleitoral

Voices and silencing in *Veja* and *Época*: the political use of sources on the World Cup coverage in an election year

Juliano Vasconcelos Tavares¹, Teresinha Carvalho Cruz Pires²

1 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da PUC-MG.
E-mail: julianotavarespuc@gmail.com.

2 Professora do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG).
E-mail: pires@pucminas.br.

Resumo

O artigo analisa estratégias discursivas utilizadas no âmbito do jornalismo de revista com o fim de expressar e formar a opinião pública em um contexto de Copa do Mundo e eleições presidenciais. Para tanto, foram investigadas as falas de pessoas comuns nas coberturas de *Época* e *Veja*. Assim, por meio de uma análise de enquadramento, pôde-se perceber o uso político dessas falas e, em alguns momentos, o seu silenciamento.

Palavras-chave

Opinião pública, fontes, jornalismo de revista.

Abstract

This article analyzes discursive strategies used in the field of magazine journalism, to express and form the public opinion in a context of World Cup and presidential elections in Brazil. For such, we analyzed the discourse of ordinary people on the coverage made by the magazines *Época* and *Veja*. Thus, using framing analysis we could perceive the political use of those discourses, and in a few moments, their silencing.

Keywords

Public opinion, sources, magazine journalism.

A pesquisa identifica e analisa estratégias discursivas utilizadas no âmbito do jornalismo impresso, a fim de expressar e formar a opinião pública no contexto da Copa do Mundo. Assim, debruçou-se sobre as seguintes estratégias acionadas pelas revistas *Época* e *Veja*: apresentação, fala e silenciamento de pessoas comuns, ou, nos termos de Couldry (2002), dos “ordinários”. Segundo o autor (COULDRY, 2002), o ordinário está presente na mídia às vezes, mais especificamente quando algo o leva à posição de sujeito – por exemplo, quando realiza algo de extraordinário. No caso em exame, embora não necessariamente isso tenha ocorrido, vozes de pessoas comuns ganharam visibilidade em ambas as revistas, tanto às vésperas como durante o Mundial. O modo como essas vozes foram trazidas, seja na qualidade de “o povo fala”, seja como personagens ficcionalizados, bem como o intuito com que foram acionadas, é objeto de estudo deste artigo.

O *corpus* é constituído por 24 reportagens, publicadas entre 14 de maio e 14 de julho de 2014 nas seções Copa e Momento Esportivo das revistas *Veja* e *Época*, respectivamente. Aplicando a metodologia sugerida por Benetti (2007), mapeou-se e analisou-se as falas de um tipo específico de fonte: as pessoas comuns que ganharam visibilidade nas edições selecionadas para exame. Observou-se, ainda, outro elemento apontado pela autora: o silenciamento; afinal, o não-dito tem tanta força quanto o dito.

Já no exame das reportagens, recorreu-se à análise de discurso, com destaque para a análise de enquadramento. E, de modo mais específico, privilegiou-se o exame do “enquadramento interpretativo” tal como postulado por Porto (2006, p. 132): “qualquer tema ou evento importante é controverso, ou seja, é enquadrado de forma diferente por diferentes atores”, ganhando centralidade o papel desempenhado pela mídia.

O artigo está organizado em quatro seções. Na primeira, discute-se as fontes sob uma perspectiva teórico-metodológica, bem como suas apropriações no âmbito do jornalismo. Em seguida, é apresentada uma contextualização do cenário político e socioeconômico no qual o megaevento se inscreveu. Além disso, são situados os dois semanários selecionados para estudo. Na sequência, são apresentadas as análises das revistas e as considerações finais.

A fala do outro como peça-chave

Ao tratar da mediação na vida cotidiana, Silverstone (2002, p. 762, tradução nossa)³ expõe que “não há mais como conceber o cotidiano sem tomar conhecimento do papel central que o crescimento da mídia eletrônica (mas também livros e imprensa) tem de definir as maneiras de ver, sentir e agir”.

De acordo com o autor, além de fazer diferença na forma como se dão as relações humanas, a mídia está completamente implicada na forma como reconhecemos o outro, afinal, sem ela não teríamos como reconhecer alguém que está distante. Então, ele aponta duas possibilidades, entre as quais a representação midiática do outro oscila: a primeira definição é de alteridade como “aniquilação”, algo além da nossa capacidade de compreensão, criando ansiedade, legitimando a repressão e fortalecendo a cultura da hostilidade, como quando divulgaram as imagens de palestinos celebrando a destruição do World Trade Center. Já a segunda forma de representação é a “incorporação”: com ela, acontece justamente o oposto, ou seja, a negação da diferença. Assim, a imagem do outro é incorporada a um ambiente controlado e familiar ao público, como num *talk show* ou num documentário; com isso, a figura do outro acaba por ser domesticada. Portanto, conclui o autor, “em ambos os casos, a possibilidade de aproximar-se da alteridade em qualquer grau de compreensão e sensibilidade é, com óbvias exceções individuais, fundamentalmente comprometida” (SILVERSTONE, 2002, p. 770, tradução nossa)⁴.

Especificamente acerca dessa relação entre a vida cotidiana e o sistema midiático, Couldry (2002) estabeleceu uma forma de nos diferenciar com base em nosso relacionamento com a mídia. Com isso, cria a figura do “ordinário”, em contraposição a esse mundo. “É ‘senso comum’ que o ‘mundo da mídia’ é, de algum modo, melhor, mais intenso, do que a ‘vida ordinária’ e que as ‘pessoas midiáticas’

3 “One can no longer conceive of the everyday without acknowledging the central role that increasingly the electronic media (but also books and the press) have in defining its ways of seeing, being, and acting.”

4 “In both cases the possibility of approaching that otherness with any degree of comprehension and sensibility is, with obvious individuals exceptions, fundamentally compromised.”

são, de algum modo, especiais” (COULDRY, 2002, p. 45, tradução nossa)⁵. De maneira geral, essa diferença é estabelecida por conta de uma hierarquia simbólica advinda de uma das dimensões que colabora para o empoderamento da mídia: o *ordering* (ordenação). Basicamente, o autor estabelece que o ordinário está presente na mídia às vezes, mais especificamente quando algo o leva a posição de sujeito – por exemplo, quando realiza algo de extraordinário (*on the media*) –, diferentemente daquelas figuras (não ordinárias) que compõem esse mundo (*in the media*), entre elas cantores, atores ou mesmo jogadores de futebol famosos (um exemplo básico é o jogador Neymar, um dos maiores astros do futebol internacional e, claro, da Copa do Mundo 2014). Vale mencionar que, neste estudo, embora estejam *on the media*, os ordinários não necessariamente fizeram algo de extraordinário; de qualquer forma, eles tiveram suas falas publicizadas pelos veículos em questão.

Já de acordo com Lage (2001, p. 53), é preciso considerar que “entre o fato e a versão que se divulga, há todo um processo de percepção e interpretação que é a essência das atividades dos jornalistas”. O autor lembra, ainda, que esse processo de transformação até que se chegue a hora de reportar os fatos tem início na fonte. Ou seja, é uma forma do ordinário fazer parte da mídia. Nessa linha, Costa (2009, p. 38) afirma que:

quando o jornalista realiza a representação de uma representação, ele está indo muito além da questão dos ditos pilares verdade, justiça e ética. Porque nunca conseguirá uma representação “pura”. Sempre estará reproduzindo visões de outrem – sem contar a presença de todos os outros que formaram a sua própria visão de mundo.

Para explicar o que considera “representação da representação”, ele toma como exemplo um jornalista que testemunha um assassinato. Primeiramente, é preciso lembrar que, sendo o único testemunho exposto na notícia ou reportagem, suas palavras vêm carregadas das representações que o acompanharam durante

5 “It is ‘common sense’ that the ‘media world’ is somehow better, more intense, than ‘ordinary life’, and that ‘media people’ are somehow special.”

sua vida, tanto no aspecto profissional como no humano. Portanto, o autor é taxativo em afirmar que, para fazer uso da linguagem e das imagens, o comunicador necessariamente vai ter que lançar mão de algo muito mais amplo do que uma representação pura, ou seja, de algo que não parta somente de si mesmo. “Essa representação sempre será mediada por outra representação, aquela realizada por outro (a fonte) ou por vários outros (outras fontes, testemunhas...)” (COSTA, 2009, p. 39).

O que se pode observar nisso tudo, inclusive sem deixar de levar em conta a questão ética, é que esse jornalista “encaixará nelas a sua própria representação, a qual manipula, maneja, hierarquiza as representações que lhe foram feitas pelas diversas fontes consultadas. Ele re-apresenta com sua capacidade de representar” (COSTA, 2009, p. 40).

Essa preponderância da ação do jornalista sobre as fontes também é apontada por Wolf (2002), de tal forma que, embora o autor as considere um fator essencial para a qualidade da informação divulgada, o papel ativo do jornalista acaba por marginalizar esse componente da reportagem. Por isso mesmo, de maneira nenhuma a articulação das fontes é arbitrária ou casual. Embora jornalista, público e fontes façam parte de um verdadeiro “jogo de corda”, não há dúvidas de que esse jogo é decidido pela força. Não é para menos que não se pode considerá-las “todas iguais ou igualmente relevantes, *assim como o acesso a elas e o seu acesso aos jornalistas não está uniformemente distribuído*” (WOLF, 2002, p. 223, grifo nosso).

Acerca da relação jornalista, meio e fontes, Fraga e Motta (2013) publicaram um artigo no qual expõem uma disputa velada pela voz durante a crise na Universidade de Brasília, em 2008. Um aspecto importante para a presente reflexão é

o modo como aparece o personagem, o modo como seus atos são retratados, recortados e selecionados. Na narrativa do Jornal Nacional sobre a ocupação da reitoria, os estudantes, por exemplo, são mostrados como guerreiros em prol do saudável funcionamento da sociedade, e contra a corrupção (FRAGA; MOTTA, 2009, p. 105).

Segundo os autores, essa forma de designar os estudantes está presente em todo o contexto relacionado à crise, só sendo alterada após o momento em que o reitor Timothy Mulholland pede demissão. A partir daí, os estudantes passam a ser vistos pelo noticiário como “os rebeldes sem causa” (FRAGA; MOTTA, 2009). É o que Emediato (2013, p. 80) chama de enquadramento por designação, lembrando que essa técnica visa “ativar na memória do leitor conteúdos e valores simbólicos e associá-los ao enquadramento efetuado”. Com isso, muitas vezes aquele que está realizando a ação é associado a uma classe, e isso pode fazer com que quem esteja assistindo ou lendo sobre o assunto associe aquela figura específica a uma classe ou grupo, estabelecendo inclusive uma relação de causa e efeito sem o menor fundamento.

Ainda de acordo com o autor, uma das problemáticas no que diz respeito à dimensão argumentativa do discurso relatado está justamente na forma como a fala ou discurso do outro é relatado pela mídia. É comum que essa fala passe por um tipo de manipulação ou enquadramento que acaba por desviar o discurso do contexto original. Ele chega a apontar três modos como isso pode ser feito: qualificar, ou mesmo desqualificar, o locutor de origem pelo que ele está dizendo; criar tensão dentro de um contexto em que aquela fala pode surtir um efeito maior; ou, num terceiro aspecto – mais ligado a este estudo –, quando “o discurso relatado é uma opinião partilhada pelo sujeito informante e ele deseja vê-la circular” (EMEDIATO, 2013, p. 89).

Contexto e semanários em questão

De acordo com Prudêncio (2014), durante as manifestações de 2013, Comitês Populares da Copa criaram o “grito” que acabou ganhando impacto e sendo utilizado em protestos que ocorreram em todo o país: “Não vai ter Copa!” Não demorou muito para que tal slogan ganhasse ressonância em outras mobilizações, assim como na mídia, e transformasse o evento em um mote contra o governo.

No que diz respeito às ações que podem ter contribuído para tanta rejeição à Copa, destacam-se o cumprimento de exigências da Fédération Internationale

de Football Association (Fifa)⁶, o deslocamento de moradores de suas casas para a realização de obras, a construção de estádios em Manaus, Brasília e Cuiabá, cidades com pouca ou nenhuma tradição em futebol, e denúncias de superfaturamento em obras.

É importante elucidar algumas informações. De acordo com dados do Portal da Transparência, foram executados R\$ 20.078.902.040,00 em aeroportos, comunicação, desenvolvimento turístico, estádios, instalações para a Copa das Confederações, mobilidade urbana, portos, segurança pública e telecomunicações. Ao contrário do que foi amplamente divulgado, a maior parte dos investimentos não foi em estádios, mas sim em aeroportos, R\$ 7.551.598.668,00. Já o valor gasto com as arenas da Copa foi de R\$ 6.542.853.964,00, seguidos por investimentos em mobilidade urbana – R\$ 3.825.526.776,00 – e segurança pública – R\$ 1.439.219.366,00.

Ainda segundo o portal, embora grande parte dos recursos tenha sido financiada pelo Governo Federal, a responsabilidade pela contratação e licitação das empresas que trabalharam nas obras, em especial de estádios e mobilidade urbana, era dos governos estaduais e municipais. Isso certamente inclui não só parte dos atrasos nas construções, como também alteração de valores contratados inicialmente e a responsabilidade pelo deslocamento (respeitável ou não) de famílias que moravam em locais onde foi necessário fazer ajustes no espaço urbano. No entanto, nenhuma das informações ou mesmo a divisão de responsabilidades exposta anteriormente foi destacada pela mídia. Portanto, é pertinente afirmar que não só o Governo, mas também a mídia, deu sua contribuição para que o megaevento fosse tão rejeitado até sua abertura.

Também vale mencionar: de acordo com levantamento do Ministério do Turismo divulgado pelo Portal da Copa (BRASIL..., 2014), um milhão de estrangeiros de 203 nacionalidades estiveram no Brasil. Desses, 61% não conhecia o país e elogiou os serviços de infraestrutura e turismo. Com relação aos gastos deles,

6 Federação Internacional de Futebol.

segundo o Banco Central, 2014 foi um ano de recorde (US\$ 6,9 bilhões). O público total foi de cerca de 3,4 milhões de torcedores nos estádios – o segundo maior público da história do torneio (CHADE, 2014a) – e houve grande visibilidade midiática: a final entre a Alemanha e a Argentina bateu todos os recordes de um evento internacional na história – um bilhão de espectadores (CHADE, 2014b).

Já no que diz respeito às revistas em questão, segundo Benetti e Hagen (2010, p. 129),

em seus sites, a representação de si em *Veja* e *Época* está relacionada ao poder econômico e político da Abril e da Globo. Essas editoras, que fazem parte de grandes grupos de comunicação, defendem o sistema capitalista, a livre iniciativa, a competitividade e o lucro.

É interessante destacar que a Globo foi responsável pela transmissão dos jogos para o mundo todo.

Em relação à Abril, segundo Portela (2009), o número de exemplares faz da *Veja*, seu principal veículo, a terceira maior revista semanal do mundo, perdendo apenas para as americanas *Time* e *Newsweek*. De acordo com Cavalcante (2015, p. 192), “a revista foi citada como a mais ‘confiável’ no Brasil, única que recebeu avaliação totalmente positiva de mais da metade (51,8%) dos entrevistados na manifestação de 12 de abril [de 2015]” (PROTESTOS..., 2015), atentando para o fato que essa foi uma manifestação de direita.

A voz e o silêncio das pessoas comuns

Com base em uma análise feita em 20 edições das revistas *Época* e *Veja* – de 12 de maio a 16 de julho – que reportaram a Copa do Mundo, constatou-se a voz ou o silêncio das pessoas comuns em 24 reportagens, publicadas em oito edições da *Época* e seis da *Veja*. Desse corpus, foram extraídos os exemplos mais significativos. Na edição 2.375 (28 de maio) da *Veja*, o especial “Estado da desordem” anuncia, em seu subtítulo, o “incrível relato, todo ele verdadeiro” (ZALIS; PETRY, 2014, p. 83), do personagem composto John Doe, que em português pode ser entendido como “fulano”, um estrangeiro “encarregado pela

revista de passar alguns meses no Brasil antes da Copa do Mundo” (ZALIS; PETRY, 2014, p. 83). Segundo Martinez, Correio e Passos (2015), o termo “personagem composta” refere-se a duas situações: no primeiro caso, as personagens reúnem características de vários entrevistados e, embora não haja uma pessoa que corresponda ao sujeito apresentado no texto, os fatos e descrições atrelados a ele foram apurados. No entanto, entre 1940 e 1970, os jornalistas encontraram outro caminho para a criação desses personagens: ao invés de elegerem um representante da classe para ser sua fonte, passaram a construir um “perfil médio que revelasse situações comuns a vários indivíduos” (MARTINEZ; CORREIO; PASSOS, 2015, p. 240). As situações apresentadas na próxima seção (à exceção da primeira, vivida pelo próprio personagem), na matéria intitulada “Estado da desordem” são protagonizadas por pessoas comuns.

John Doe, americano do Brooklyn

Numa nublada manhã de abril, visitei o Aeroporto de Guarulhos, o maior do país, porta de entrada de estrangeiros. No caminho, além do trânsito pesado, há placas com a indicação “Aeroporto Internacional de Guarulhos”, “Aeroporto Internacional Gov. André Franco Montoro”, “Aeroporto de Guarulhos (Cumbica)” e, quando finalmente se chega ao destino, a sinalização informa “Aeroporto Internacional de São Paulo”.

Sentado no setor de embarque do terminal 2 de Guarulhos-Montoro-Cumbica-São Paulo, vi um senhor berrando ao celular: “Você disse que ia consertar a maçaneta e a correntinha hoje. Não, não! Você disse que ia hoje!”

De repente, uma moça gritou para seu acompanhante do outro lado do saguão lotado: “Sérgio! É portão 26! Não é aqui!”

Um casal tentava se despedir de alguém em Santa Catarina pelo celular, mas a ligação caiu uma, duas, três vezes.

Um funcionário da Gol informou que o voo para o Rio de Janeiro ia atrasar. O aeroporto estava fechado por “razões meteorológicas”. Eram 10h30. (Mais tarde, soube que o aeroporto fechara por onze minutos [...] mas, naquele fim de manhã, funcionava normalmente). A companhia pegou carona nas “razões meteorológicas” e enfiou seu atraso (ZALIS; PETRY, 2014, p. 83).

Tal narrativa trata-se de uma sofisticada estratégia discursiva na qual a reportagem, em vez de ouvir pessoas comuns, constrói uma representação delas por meio de um personagem composto, que faz um relato de natureza etnográfica de seu percurso e visita o Aeroporto de Guarulhos – “o maior do país, porta de entrada de estrangeiros”. Ao destacar “desordens” diversas como trânsito pesado, problemas de sinalização no trajeto, dificuldades de conexão telefônica, desorganização com relação aos portões e atrasos nos voos, expõe “tudo o que só existe no Brasil” (ZALIS; PETRY, 2014, p. 83). Portanto, pode-se dizer que John Doe, de modo irônico – “sentado no setor de embarque do terminal 2 de Guarulhos-Montoro-Cumbica-São Paulo” – ao mencionar o que estava sendo vivenciado por pessoas comuns, expressa o posicionamento político-editorial da *Veja* em relação ao “estado de desordem” do país que sediaria o Mundial em breve.

A reportagem “A abertura num estádio problema”, edição 836 (9 de junho) da *Época*, ressalta o fato de o estádio “Itaquerão” (oficialmente, Arena Corinthians) abrir a Copa sem ter passado por todos os testes necessários, o que poderia gerar uma situação de risco para os torcedores. No entanto, isso é levado claramente para o âmbito político:

pelos cálculos do Partido dos Trabalhadores e do Palácio do Planalto, a abertura da Copa seria uma apoteose que reafirmaria o Brasil como potência emergente, além de uma festa para lançar a reeleição de Dilma Rousseff à Presidência. O evento tornou-se uma fonte de preocupação (BOMBIG; TURRER, 2014, p. 56).

Já no segundo parágrafo, os repórteres trazem a trajetória da construção do estádio, evidenciando que “negociações políticas e econômicas falaram mais alto do que o interesse público. A empreitada contou com o envolvimento do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva” (BOMBIG; TURRER, 2014, p. 56). Além disso, em determinado momento, chegam a afirmar que ouviram políticos, cartolas e empresários para contar os bastidores dessa história, mas acabam por trazer apenas uma fala do ex-presidente do Corinthians, Andrés Sánchez, na época em que a empreiteira Odebrecht venceu a licitação do estádio. Chama

a atenção o fato de no dia 20 de janeiro de 2014 terem ocorrido oito remoções e 26 desapropriações no entorno do Itaquerão (AGÊNCIA BRASIL, 2014), uma das regiões mais populares da Grande São Paulo, o que provocou discussões e polêmica entre os moradores da região – mas ninguém é chamado a falar. Ou seja, os moradores não tiveram direito à voz, o que nos remete às palavras de Orlandi (1993, p. 105):

o silêncio não é ausência de palavras. Impor o silêncio não é calar o interlocutor mas impedi-lo de sustentar outro discurso. Em condições dadas, fala-se para não dizer (ou não permitir que se digam) coisas que podem causar rupturas significativas na relação de sentidos.

Também fica nítido que, em momento algum, as questões relacionadas aos moradores estão implícitas na reportagem. Daí a necessidade de destacarmos a diferença entre os conceitos de implícito e silêncio. “O implícito é o não-dito que se define em relação ao dizer. O silêncio, ao contrário, não é o não-dito que sustenta o dizer mas é aquilo que é apagado, colocado de lado, excluído”; para além disso, o silêncio também significa “aquilo que é preciso não dizer para que o texto se feche e, em consequência, seja coerente, não-contraditório, capaz de unidade” (ORLANDI, 1993, p. 106). Em um momento no qual a revista tenta claramente formar um clima de opinião favorável à Copa do Mundo, acredita-se que seria no mínimo contraditório trazer a voz de pessoas questionando ou se sentindo, de alguma forma, prejudicadas por obras no entorno de um estádio.

Em suma, para suprir seus próprios interesses, em um ano eleitoral, o veículo apontou problemas pontuais de um estádio (que menos de uma semana depois inaugurou a Copa com sucesso) para resgatar questões políticas relacionadas à obra e rechaçar o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a então presidente Dilma Rousseff – a imagem dela em visita ao Itaquerão é trazida para reforçar o texto. No entanto, o mesmo empenho não é feito para resgatar a história dessa construção com o apoio dos moradores e expor os problemas provocados pelos governos estadual e municipal, afinal, isso mais do que nunca acarretaria formar um clima de opinião completamente contrário ao que a revista vinha conduzindo.

Na edição 838 da *Época* (23 de junho), a reportagem "O bom humor dos brasileiros está por um fio" traz várias pessoas comuns:

O escritor e jornalista inglês Alex Bellos, que morou cinco anos no Brasil, diz que nunca viu os brasileiros tão contidos em relação à Seleção. "As ruas não estão enfeitadas, as pessoas não estão eufóricas. Só há festas onde estão os estrangeiros", diz ele. Em Londres, antes da Olimpíada de 2012, Bellos diz que havia ressentimento com os gastos e má vontade em relação ao evento. Mas isso mudou com os resultados esportivos.

A professora universitária Deise Quintiliano, de 50 anos, saiu toda enfeitada para o segundo jogo do Brasil, depois de ter ficado em casa no primeiro. "Fui chamada de alienada no metrô, por usar enfeites do Brasil, mas não participei das manifestações das Diretas, nos anos 1980, para ficar em casa com medo de ser reprimida", diz ela. Deise é carioca e mora no bairro da Tijuca.

A canadense Andrea Souza, casada com o brasileiro Ivaney Souza, de 33 anos, estava num bar em Moema, área nobre de São Paulo, acompanhada do marido e da filha Anna, de 3 meses. Ela chegou ao Brasil às vésperas da Copa de 2010 e se encantou com o entusiasmo dos brasileiros pela Copa. Agora, andava estranhando a frieza. "Não vi a mesma empolgação, mas bastou os jogos começarem para eu sentir novamente o alto-astral dos brasileiros", diz ela.

A estilista carioca Thayná Sprung, de 27 anos, só aderiu à celebração pública do futebol na segunda partida do Brasil. Dispensada do trabalho, foi a um bar torcer. Tinha sentimentos divididos. "O país precisa investir mais em saúde e educação, não em estádios", diz ela.

Em Brasília, a dona de casa Aline Soares era prova da necessidade de investimento em saúde. Na véspera do jogo entre Brasil e Croácia, ela teve de levar a filha ao hospital de Taguatinga. "O atendimento foi péssimo. A sorte é que eu tenho uma tia enfermeira que medicou minha menina em casa. Se dependesse do hospital público...". Na terça-feira, Alina viu o jogo do Brasil em companhia de amigos, na festa da Fifa em Taguatinga, a 20 quilômetros do Plano Piloto. A tarde começou animada, em ritmo de pagode. Murchou assim que o empate sem gols do Brasil tomou forma.

"Acho bom o Brasil ganhar essa Copa. Gastar bilhões em estádios e não ganhar é feio. O pau vai quebrar", diz um amigo de Aline que se apresentou apenas como Dioni (O BOM..., 2014, p. 42).

Cabe destacar que, na mesma linha da reportagem anterior, a tônica são os gastos com a Copa em detrimento de investimentos de interesse público. Nessa reportagem, o foco é o frágil humor dos brasileiros obstante a euforia presenciada por conta dos jogos, como pode ser observado em seu subtítulo: “Na ausência de problemas, os brasileiros começam a se orgulhar de sua Copa e de seu time. Mas, se algo der errado com algum deles...” (O BOM..., 2014). Nesse trecho se explicita como as falas das pessoas comuns são levadas à condição de expressar os divididos e frágeis sentimentos de todos os brasileiros; em outros termos, o estado da opinião pública.

No encerramento da reportagem, o sentido se completa com a apresentação da fala de Dioni, mencionada acima: “Acho bom o Brasil ganhar essa Copa. Gastar bilhões em estádios e não ganhar é feio. O pau vai quebrar” – com o seguinte comentário: “Provavelmente é bravata, mas ninguém sabe como os brasileiros podem reagir”. E, de modo a corroborar seu posicionamento, é reproduzida a fala do professor Laurent Dubois, da Universidade Duke, nos Estados Unidos, na qual ensina a disciplina Futebol e Política. “No caso do Brasil, se algo assim ocorrer, ainda mais sediando a Copa, será devastador.” Como pode ser observado, de modo preponderante, as falas das pessoas comuns são publicizadas com a finalidade de estabelecer uma nítida articulação entre Copa e política, entre a “frágil” euforia dos brasileiros com a Copa e suas críticas com relação aos gastos com o megaevento em detrimento dos investimentos em saúde e educação.

Segundo o texto, o ânimo não chega ao nível de outros mundiais, por várias razões, entre elas, o “medo das manifestações” explicitado por um deles. Chama a atenção o fato de que nesse momento as manifestações, que até então eram expostas pela revista como ações de minorias (que por vezes foram representadas, nas imagens, como encapuzados), agora que perderam força, ganham um novo status: “quando se anda pelas ruas das grandes cidades brasileiras, fica claro que o país não deixou para trás o espírito crítico de junho, que se traduziu no slogan ‘Não vai ter Copa’” (O BOM..., 2014, p. 40).

A ilustração de que o bom humor dos brasileiros estava por um fio aparece nas falas dos três últimos entrevistados apresentados, todas bem contundentes, explicitando o alto investimento em estádios, em detrimento da educação e saúde. Até então, a revista só havia feito isso uma única vez, mesmo assim de forma amena (edição 836). Dessa forma, é importante destacar que, de acordo com dados coletados entre 22 de junho e 3 de julho e expostos no relatório do Ibope Inteligência (2014), quando realmente perguntados acerca do prejuízo que a Copa trouxe ao Brasil, 47% das respostas (considerando duas menções) apontavam para gastos com dinheiro público/prejuízo financeiro e 36% para a falta de verba para saúde e educação. Isso está traduzido na fala das pessoas comuns. No entanto, ao serem questionadas acerca dos benefícios que o evento teria trazido, 32% dos entrevistados mencionaram o aquecimento da economia e 30% citaram o incentivo ao turismo. Acerca desses aspectos, nada é mencionado e nenhuma fala é divulgada.

Considerações finais

Ressalta-se a presença de duas estratégias em relação à apropriação de falas de pessoas comuns, com o fim de expressar ou mesmo tentar formar a opinião pública naquele contexto. A primeira: o uso político de suas falas. Na *Veja*, elas são trazidas, entre outras situações, para apontar vários problemas, como a burocracia no Brasil (edição de 28 de maio), e acabam por corroborar um discurso que fortalece o sentimento de descrédito em relação ao país, justamente às vésperas de um evento internacional. Já na *Época*, elas aparecem, por exemplo, quando o Brasil vivia um momento de grande euforia em razão do Mundial, a partir da edição de 23 de junho, e citam problemas estruturais que até então simplesmente não haviam sido evidenciados pelo semanário. E na falta de fontes que afirmassem o que esses veículos pretendiam reportar, entra em cena, por exemplo, o personagem composto americano John Doe – que, com seu relato de natureza etnográfica no Aeroporto de Guarulhos, evoca pessoas comuns (no caso, passageiros) para demonstrar o “Estado de desordem” vivenciado pelo país

às vésperas do Mundial. Tal estratégia narrativa é interpretada por Neveu (2006, p. 170) como “uma espécie de inversão das formas de coberturas comum da atualidade, passando do ponto de vista dos que decidem para o dos efeitos de suas decisões”.

Outro procedimento significativo que corrobora a ideia da atuação de *Época* e *Veja* como atores políticos diz respeito ao silenciamento dos ordinários. Na matéria sobre o Itaquerão (“A abertura num estádio problema” – *Época*), moradores da região do estádio tiveram que deixar suas casas repentinamente por conta de ações dos governos estadual e municipal e sequer são apresentados. Os dois semanários se utilizam desse expediente.

Por meio das análises, fica claro que as pessoas comuns não necessariamente adentram as coberturas apenas quando realizam algo de extraordinário (por exemplo, quando cometem um crime hediondo ou vencem disputas musicais televisionadas), como apontado por Couldry (2002). Essas personagens também são trazidos pelas revistas, às vésperas e durante a Copa do Mundo, simplesmente pelo fato de serem fortes representações da opinião pública e, nesse caso, suas palavras acabam por se tornar valiosas estratégias retóricas, sem necessariamente haver algo de especial em suas ações.

Ainda no âmbito da utilização das falas de pessoas comuns, é oportuno retomar a ideia de representação da representação postulada por Costa (2009), sobre como os jornalistas enquadram e hierarquizam as diversas fontes consultadas. Para além disso, é de fundamental importância refletir sobre a questão da pluralidade, afinal, as análises expostas são exemplares de um modelo específico de jornalismo hegemônico que dá (e constrói) visibilidade a determinadas vozes. Há que se pensar em outros formatos de narrativa que se ofereçam como contraestratégia, afinal:

Para produção de um ambiente de informação democrático, a pluralidade necessária não é apenas a pluralidade de proprietários da mídia (a fórmula liberal da concorrência), nem mesmo somente a pluralidade de formas de financiamento – que tende a aceitar que um jornalismo liberado das pressões do mercado seria portador

dos “verdadeiros” valores da ética profissional. A pluralidade necessária é a pluralidade de vozes sociais, que ainda precisa ser construída no espaço público (MIGUEL; BIROLI, 2017, p. 16).

Por fim, ao buscar explicitar como o jogo político se reorganiza e se estrutura em torno da “opinião pública”, observou-se que *Época* e *Veja*, dois grandes veículos de repercussão nacional e pertencentes a dois expressivos conglomerados de comunicação, já dão evidências, em 2014, de seus posicionamentos políticos, que se tornaram ainda mais nítidos em 2015, preparando o caminho para o que diversos acadêmicos e setores de esquerda da sociedade brasileira denominaram *golpe midiático*.

Referências

AGÊNCIA BRASIL. Removidos em Itaquera terão casa até maio. *Band.com.br*, São Paulo, jan. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/bwTKi4>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

BENETTI, M. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, C.; BENETTI, M. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 107-122.

BENETTI, M.; HAGEN, S. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 7, n. 1, p. 123-135, jan./jun. 2010.

BOMBIG, A.; TURRER, R. A abertura num estádio problema. *Época*, São Paulo, n. 836, p. 56-60, jun. 2014.

BRASIL recebeu um milhão de turistas estrangeiros, de 203 nacionalidades. *Portal da Copa*, [S.l.], 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/sNXY4s>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

CAVALCANTE, S. Classe média e conservadorismo liberal. In: CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. *Direita, volver!:* o retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 177-195.

CHADE, J. Brasil registra segunda maior média de público das Copas do Mundo. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, jul. 2014a. Disponível em: <<https://goo.gl/X9gDYN>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

_____. Final da Copa do Mundo foi vista por mais de um bilhão de pessoas. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, set. 2014b. Disponível em: <<https://goo.gl/X3rP1Q>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

COSTA, C. T. Jornalismo como representação da representação: implicações éticas no campo da produção da informação. *Líbero*, São Paulo, v. 12, n. 23, p. 29-41, jun. 2009.

COULDRY, N. Media power: some hidden dimensions. In: _____. *The place of media power: pilgrims and witnesses of the media age*. London: Routledge, 2002. p. 39-61.

EMEDIATO, W. A construção da opinião na mídia: argumentação e dimensão argumentativa. In: EMEDIATO, W. (Org.). *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013. p. 69-100.

FRAGA, E. F.; MOTTA, L. G. A disputa pela voz: conflito e negociação de sentidos na construção de uma telenarrativa jornalística. *Líbero*, São Paulo, v. 16, n. 32, p. 99-110, jul./dez. 2013.

IBOPE INTELIGÊNCIA. Pesquisa telefônica de opinião pública Copa do Mundo 2014 (06/2014). Brasília, 2014.

LAGE, N. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MARTINEZ, M.; CORREIO, E. L.; PASSOS, M. Y. Entre fato e ficção: personagens compostos e fictícios ou fraude em jornalismo? *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 238-250, jul./dez. 2015.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Introdução: mídia, conflito e formação de preferências. In: BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. *Notícias em disputa: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2017. p. 7-22.

NEVEU, E. *Sociologia do jornalismo*. Tradução Daniela Dariano. São Paulo: Loyola, 2006.

O BOM humor dos brasileiros está por um fio. *Época*, São Paulo, 2014, n. 838, p. 40-42, jun. 2014.

ORLANDI, E. P. Silêncios e resistência: um estudo da censura. In: _____. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 2. ed. Campinas: Editora Unicamp, 1993. p. 97-138.

PORTELA, C. Revistas semanais de informação no Brasil hoje: conceituações e definições. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 14., São Paulo, 2009. *Anais eletrônicos...* São Paulo: Regiocom, 2009.

PORTO, M. Sobre metodologias de pesquisa nos estudos de mídia e política. Entrevista por Heloiza Herscovitz. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 3, n. 1, p. 130-134, 1. sem. 2006.

PROTESTOS contra Dilma reúnem cerca de 560 mil em 24 estados e no DF. *UOL Notícias: Política*, São Paulo, abr. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/TmmylN>>. Acesso em: 23 mar. 2018.

PRUDÊNCIO, K. Micromobilizações, alinhamento de quadros e comunicação política. *Compólitica*. Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 87-110, ago./dez. 2014.

SILVERSTONE, R. Complicity and collusion in the mediation of everyday life. *New Literary History*, Baltimore, v. 33, n. 4, p. 761-780, 2002.

WOLF, M. As fontes. In: _____. *Teorias da comunicação*. 7. ed. Lisboa: Presença, 2002. p. 222-231.

ZALIS, P.; PETRY, A. Estado da desordem. *Veja*, São Paulo, n. 22, p. 82-83, maio 2014.

submetido em: 23 ago. 2017 | aprovado em: 11 nov. 2017