

## Que Copa é essa? Um breve exame discursivo sobre a imagem da África do Sul construída pela mídia nas vésperas da Copa 2010

Fernando França Mendanha (UFOP)<sup>1</sup>

Resumo: O objetivo do presente artigo é mostrar como se dá a construção discursiva sobre a África do Sul, nas vésperas da Copa do Mundo FIFA 2010, realizada por edições especiais de revistas brasileiras sobre o tema. Por meio de estratégias de persuasão e argumentação, o trabalho permeará os estudos da teoria da Análise do Discurso em uma de suas vertentes, a Semiolinguística. Dessa forma, será possível mostrar que, com o contrato comunicacional firmado, as revistas lançam mão de imaginários sócio-discursivos para apresentar, atrair e divertir o leitor, sem excluir suas demandas comunicacional (de informar seu público) e mercadológica (de vender um produto).

### 1) Introdução

Os anos já não são mais os do período quinhentista e das caravelas de além-mar, e sim, os do tão aguardado século XXI. Mas nem por isso o mundo globalizado de hoje segue alheio a descoberta de “novas terras”, a novas formas de olhar e compreender os vários povos que o habitam. O exótico, o excêntrico, o diferente ou até mesmo o semelhante, ainda sim, são capazes de exercer fascínio, aflorar sentimentos e despertar curiosidades sobre as relações humanas em diversos lugares, encontros e eventos, principalmente por meio da linguagem. Em meio a essa diversa aldeia global, o presente artigo embarca numa viagem com o expresso da bola mais famoso e conectado com todo o planeta dos últimos oitenta anos, chamado Copa do Mundo FIFA de Futebol, para uma análise de sua mais recente parada: o terceiro mundo.

Após cinco competições seguidas em países de primeiro mundo – Itália 1990, Estados Unidos 1994, França 1998, Japão e Coreia do Sul 2002 e Alemanha 2006 –, pela primeira vez, em 2010, a Copa do Mundo chegou ao continente mais pobre do planeta, trazendo holofotes da mídia de diversos países para a África do Sul. Com isso, o país de Nelson Mandela ganhou manchetes nos cinco continentes, despertando a curiosidade e o imaginário das pessoas sobre o futebol e a cultura do país-sede. O Mundial de 2010 provocou uma série de manifestações e discursos socioculturais, ao colocar em questão a relação de poder entre países ricos e em desenvolvimento, numa proximidade como pouco se vê. Em debate, a predominância – seja ela correta, justificada ou meramente superficial e errônea – ou não de uma visão eurocêntrica e etnocentrista impressa por órgãos de comunicação de diversas partes do mundo em relação à nação sul-africana, tornando inevitáveis as comparações entre esta e a edição anterior do evento, na Alemanha.

Em um país onde o futebol faz parte da cultura de seu povo, como o Brasil, a imprensa não foi diferente. Meses antes de a *bola rolar* nos gramados sul-africanos, muito já se comentava, questionava e projetava sobre como seria a Copa 2010. E, também, como seria essa África do Sul, um país às pressas em suas obras preparatórias para sediar um evento dessa grandeza. Nesse contexto, como parte da pesquisa de mestrado desenvolvida por este pesquisador, o artigo em questão selecionou sete revistas impressas de circulação nacional

<sup>1</sup> Mestrando orientado pelo professor. Dr. William Augusto Menezes, no Programa de Pós-Graduação em Letras: Estudos da Linguagem da Universidade Federal de Ouro Preto.

(uma edição de cada), entre novembro de 2009 e junho de 2010, que se dedicaram a publicar reportagens exclusivas sobre o tema apresentado acima. Foram escolhidas edições descritas por elas próprias como especiais, que atraem as atenções deste articulista para o viés esportivo e também para o político, o econômico e o sociocultural, construídos na cobertura dos preparativos para o evento. O objetivo aqui será examinar as práticas discursivas de tais periódicos brasileiros, com base na vertente Semiolinguística da teoria da Análise do Discurso, e seus elementos que influenciam na construção do discurso sobre a África do Sul, enquanto país sede da Copa do Mundo FIFA 2010, às vésperas do evento. Análises a partir de conceitos como o contrato comunicacional, as restrições e as estratégias na argumentação e na construção do discurso, discutidos por Patrick Charaudeau, serão fundamentais para este breve exame sobre as publicações escolhidas.

## 2) Um breve *bate-bola* entre globalização, futebol e África do Sul

A escolha da abordagem da Copa do Mundo FIFA África do Sul 2010 e todo o contexto político que a envolve oferece a este pesquisador um estudo relevante e prazeroso sobre a globalização do esporte e da comunicação. Se há séculos a visão etnocêntrica europeia olhava para suas ex-colônias com certa perversidade, trabalhar com veículos brasileiros de tamanha relevância para a comunicação, contribui para pensar os “efeitos” dessa visão em relação às imagens do terceiro mundo nesta rede global hoje (Hobsbawm, 2007). Imagens estas construídas por revistas que buscam comunicar sem se deixarem comportar como empresas de mercado, envolvidos em uma dupla lógica de restrições e manobras, segundo Charaudeau (1996). Entre o jogo comunicativo de dever informar com clareza e legibilidade e o de escolher a melhor estrutura narrativa de acordo com suas intenções – dentre elas, a de fazer vender o produto-, a mídia se comunica e “encena” por meio de seus textos. Ou seja, “utiliza componentes do dispositivo de comunicação”, seja a narrativa, a descrição ou a argumentação, “em função dos *efeitos de sentido* que pretende produzir em seu interlocutor” (Charaudeau, 2009). É assim também que a mídia, de certa forma, mantém um papel importante na construção, desconstrução e ênfase de determinados saberes, crenças e representações sociais disseminadas pela sociedade (Machado, 2001). O que não apenas nos autoriza, mas nos incentiva a conhecer os elementos que cercam a situação comunicacional a ser estudada: o contexto e os fatores históricos levados em conta na produção e recepção de textos, na produção de significações e na construção discursiva, em relação ao futebol e a África do Sul.

Ao colocarmos em análise edições especiais de sete revistas, abrangemos suas diferentes (ou semelhantes) formas de narrar também como testemunhas das inúmeras transformações ocorridas por conta do avanço do capitalismo. Para Hobsbawm (2007), Brasil e África do Sul, países agora considerados não mais coadjuvantes, mas importantes atores globais, desenvolvem-se e crescem economicamente, à medida que passam a incorporar e a consumir, de forma ainda mais incisiva, diversos produtos deste mundo capitalista interdependente e reconfigurado. E a Copa do Mundo FIFA de futebol, como campeonato mais importante do esporte mais popular do planeta, serve-nos como bom e peculiar exemplo para entender melhor esse fenômeno.

“A arte sempre será produto da imaginação de uma pessoa. O futebol é parte da comunidade, da economia, da estrutura política. É um microcosmo singular”, explica o norte-americano Franklin Foer (2005), autor do livro *Como o futebol explica o mundo*. Tal como a

religião, o futebol se mostra como um “repositório de tradições” (Foer, 2005) de comunidades em todo o planeta, porque “se presta maravilhosamente para consolidar vínculos de identidade plenos de carga afetiva” (Sevcenko, 1994). Jogado de forma coletiva, exige talentos e reflexos individuais específicos, mas que só funcionam bem se harmonizados num conjunto ordenado, o que favorece a identificação e a aproximação entre ídolos e torcedores. Uma paixão que “irmana estranhos”, fazendo seus adeptos “comungarem ideais, objetivos e sonhos, consolidando gigantescas famílias vestindo as mesmas cores” (Sevcenko, 1994). E é justamente esta a base para o êxito de sua difusão mundo afora.

De carona, ou melhor, como carro-chefe desse sucesso, a FIFA (Fédération Internationale de Football Association), entidade máxima do futebol, é quem, desde 1904, abre caminhos e fronteiras para a popularização e a industrialização do esporte, tendo hoje 208 países e/ou territórios como associados (mais até que a ONU). A Copa do Mundo FIFA, disputa esportiva realizada a cada quatro anos entre 32 seleções nacionais<sup>2</sup> pela taça de melhor do planeta, durante 30 dias em um país-sede previamente escolhido, há 80 anos figura como a principal competição organizada pelo órgão<sup>3</sup>. Para o seu presidente, Joseph Blatter, “o futebol, por sua universalidade, é capaz de construir pontes entre os povos e, da mesma maneira, transmitir à sociedade valores como a solidariedade, o respeito, a esportividade e o jogo limpo. E a FIFA sabe perfeitamente que tem a obrigação de mostrar estes valores” (Guia Oficial FIFA, 2010).

Contudo, nem só de belos valores e ideologias vive o esporte. “Os estreitos vínculos entre futebol, política e economia sempre acompanharam os destinos e a realização das Copas do Mundo”, ressalta o historiador Hilário Franco Júnior (2010). A competição da FIFA já se consagrou há tempos como produto de consumo da indústria cultural, altamente rentável e com uma necessidade mercadológica que ultrapassa a concepção de ser uma mera reunião esportiva. Isso justifica, por exemplo, o fato de América do Sul e Europa se revezarem como sedes desde as primeiras disputas. A popularidade do futebol e o mínimo de infraestrutura compatível para sua prática em tais regiões arrastavam multidões para os estádios e fizeram da venda de ingressos a principal fonte de renda para os organizadores. Com o tempo, as placas de publicidade de patrocinadores do evento e o licenciamento de produtos começaram a surgir como alternativas de renda nos estádios<sup>4</sup>. Até a chegada da televisão, que consolidou a transformação do futebol em espetáculo global e a competição em um grande apelo mercadológico.

Com o desenvolvimento tecnológico (...) quem estava em casa, no bar ou no restaurante, passou a acompanhar a partida como se estivesse no estádio. Enquanto os jogadores corriam e os torcedores vibravam, os patrocinadores ocuparam todos os espaços disponíveis para propagandear seus produtos: na camisa, na bola, nas chuteiras, nos calções, no gramado, nas arquibancadas, na voz dos locutores, na tela. (Pinheiro, 2010)

O futebol é uma prova de que nada escapou da nova configuração mundial das últimas décadas. Passou a carregar o “conflito essencial da globalização”, com “relações contraditórias entre o teor cada vez mais comercial do esporte e a fidelidade emocional dos

<sup>2</sup> Número de participantes nos moldes atuais, a partir da edição de 1998.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.fifa.com/>>. Acesso em: 10 de mar. 2011, às 20h14.

<sup>4</sup> Disponível em <[http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/094547\\_Proni%20\(D\)%20-%20Esporte-Espet%C3%A1culo%20e%20Futebol-Empresa.pdf](http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/094547_Proni%20(D)%20-%20Esporte-Espet%C3%A1culo%20e%20Futebol-Empresa.pdf)>. Acesso em: 13 de mar. 2011, às 15h44.

torcedores” (Pinheiro, 2010). O avanço tecnológico com a globalização acentuou disparidades, mas também integrou povos, entrelaçou nações. As corporações privadas, grande parte patrocinadoras do futebol, passaram não só a impulsionar o desenvolvimento econômico, mas também a influenciar nas questões políticas, a ponto de levantar questionamentos pertinentes. Afinal, o que muda com essa nova ordem? E quais as chances reais de um país subdesenvolvido voltar a sediar o Mundial? “O último Mundial em um país do Terceiro Mundo ocorrera no México, em 1986, quando uma Copa ainda não custava os US\$ 6 bilhões estimados hoje” (Fontenelle e Sorg, 2010).

Foi com essa enorme responsabilidade que a África do Sul recebeu a missão de sediar o “maior espetáculo da Terra<sup>5</sup>”. E foi com um misto de alegria, desconfiança e apreensão que o mundo interpretou a notícia. Para o país mais rico do continente africano, a aposta na Copa está em se firmar como um importante *player* no mercado global à medida que o investimento realizado se transformasse no retorno esperado ao longo dos anos. Afinal, nas últimas décadas, as grandes competições esportivas passaram a ser vistas também como grandes oportunidades de recuperação de cidades, difusão da imagem do país sede, incremento do turismo a médio e longo prazo e atração para novos investimentos. A obrigação de organizar o torneio num período determinado e curto, de certa forma, impulsiona obras e intervenções urbanas benéficas para a população, gerando empregos e aumentando a autoestima da população local (Pinheiro, 2010). População, aliás, majoritariamente negra, segregada e empobrecida.

A África do Sul do pós-apartheid é um país com todas as carências de uma nação ainda distante dos níveis de qualidade de vida do Primeiro Mundo. Abarrotadas favelas concentram boa parte da população nas grandes cidades, há precariedade nos serviços básicos de saneamento, saúde e educação, a infraestrutura de transportes, principalmente a urbana, é caótica, e os índices de contaminação por HIV são alarmantes. Cerca de 18% de todos os habitantes da África do Sul estão contaminados pelo vírus causador da Aids. Além disso, o país tem um dos maiores índices de homicídio do mundo. A cada ano, cerca de 68 sul-africanos são assassinados, para cada grupo de 100 mil habitantes. Por conta disso, a expectativa de vida na África do Sul é de apenas 51 anos. (Boechat, 2010)

A história da África do Sul ainda reflete em sua sociedade atual, após séculos de disputas coloniais europeias, exploração econômica e segregação racial. A descoberta de terra fértil e diamantes, além de sua localização geográfica estratégica, provocaram migração em massa de europeus de diferentes nacionalidades para lá, que, denominados *africâners*, se instalaram a partir do século XV, travaram diversas disputas com os nativos por terra e gado, até proclamarem a União Sul-africana, em 1910 (Pinheiro, 2010).

Com o território dominado (por) africanos e britânicos (...) foram promulgadas as primeiras leis de segregação racial, como o passaporte que restringia o ir e vir dos negros e os proibia de comprar terras fora das reservas tribais. Mas foi só no final da década de 1940, quando o Partido Nacional ganhou as eleições, que se montou o regime do *apartheid*, da separação racial. O casamento inter-racial virou crime. As escolas e bairros

<sup>5</sup> Disponível em <<http://veja.abril.com.br/especiais/extras/fechado/tetraCopa.html>>. Acesso em 13 de mar. 2011, às 16h12.

foram divididos. Os negros perderam o direito de votar, ter propriedades e de frequentar praias, piscinas, cinemas e hospitais destinados aos brancos. O Partido Nacional criou também os bantustões - dez nações tribais pretensamente autônomas, instaladas em áreas descontínuas correspondentes a apenas 13% do território nacional. (...) Na África do Sul, os africanos foram minoria populacional e classe dominante por quase 350 anos. Não se consideravam um poder exterior porque não tinham para onde retornar. A integração racial, no seu modo de ver, significava suicídio. (Pinheiro, 2010)

A visão etnocentrista europeia durante os séculos XIX e XX pairava não apenas sobre o país, como também em toda a África, retratando um continente com inúmeras tribos primitivas vivendo em contato com a natureza, sem tecnologia avançada, sem proteção bélica e sem uma cultura à altura do seu intelecto (Vicentino e Dorigo, 2001). Os europeus, por meio de sua entidade máxima no período entre as guerras mundiais, a Sociedade das Nações, antecessora da ONU, classificavam os povos africanos como “incapazes de se dirigir por si mesmos nas condições particularmente difíceis no mundo moderno”. Daí a tutela recebida para manterem as colônias sob o domínio imperialista até que pudessem caminhar sozinhas, firmando “o princípio de que a relação entre colonizador e colonizado não era um fim em si mesmo, mas um caminho que preparava os povos africanos para sua independência” (Villa, 2010).

Em oposição a esse pensamento, o século XX, contudo, viu surgir um dos maiores líderes de resistência ao regime do apartheid na África do Sul e que mudaria os rumos do país: Nelson Mandela. Membro do Congresso Nacional Africano (CNA), partido de oposição ao governo, ele comandou manifestações sindicais, táticas de desobediência civil, ataques de luta armada e foi bastante perseguido, até ser preso e condenado à prisão perpétua, nos anos de 1960. Na cadeia, jamais se entregou. Continuou líder da militância e tornou-se símbolo de uma resistência e, 27 anos depois da prisão, seria libertado e conduziria profundas mudanças sociais com o fim do apartheid, na então República da África do Sul, que renasceu nos anos de 1990.

Sem a liderança firme e equilibrada de Mandela, o país teria entrado em guerra civil. Os brancos ainda tinham o dinheiro e as armas e os negros queriam vingança. (...) Obteve conquistas importantes, como tirar da legislação o ranço segregacionista e, com uma nova constituição, consolidar a democracia. Promoveu reformas econômicas essenciais e profissionalizou o turismo e a mineração. Conseguiu reduzir significativamente as favelas e ampliar o acesso a saneamento básico e energia elétrica. Ao deixar o posto após um só mandato, em 1999, manteve-se como um semideus para os conterrâneos. (Cordeiro, 2010)

A África do Sul de hoje ainda não é uma nação considerada de primeiro mundo, hábil para integrar e acolher, numa mesma terra, ampla diversidade étnico-cultural de maneira mais equânime. Mandela e seus sucessores desenvolveram um país que se industrializa, urbaniza e cria bases até mesmo para sediar grandes eventos internacionais, como a Copa do Mundo FIFA, mas que ainda sim, não conseguiu “transpor o abismo social entre brancos e negros. Nesse ponto, brancos acham que perderam demais e negros que ganharam de menos” (Pinheiro, 2010). O que vem permitindo até, nos últimos tempos, o surgimento também de uma espécie de “racismo às avessas”. “A desconfiança do ‘outro’ e um senso de posse dos

recursos naturais, baseados mais na identidade social que na contribuição que seu trabalho oferece à sociedade”, mostra a brutalidade com que o apartheid aplicava a “hipersegregação racial a todas as facetas imagináveis da vida” (Fuller, 2010).

### 3) Na tabelinha entre o contrato e o discurso

Para entrarmos no campo das análises, é preciso entender a situação de comunicação como uma partida de futebol, munida com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, na qual se encenam trocas sociais e aquilo que constitui seu valor simbólico (Charaudeau, 2006). Dessa forma, o presente artigo *pisa no gramado* da Análise do Discurso e da Semiologia trazendo um apanhado de sete revistas brasileiras de circulação nacional<sup>6</sup>, publicadas entre novembro de 2009 e junho de 2010, cujo conteúdo foi produzido de forma especial com foco na preparação da África do Sul para a Copa do Mundo. A partir daí, faremos recortes em títulos, chamadas, editoriais e reportagens, extraindo trechos – destacados em itálico, tamanho 12 e de forma centralizada na página – que atendem aos objetivos desta análise e aos preceitos teóricos utilizados.

A contextualização histórica sobre a África do Sul e a Copa do Mundo, descrita no tópico anterior, aparece como um importante suporte na compreensão do *corpus*. É o que Charaudeau (1996) chama de elemento situacional, ou seja, faz parte do contexto no qual os sujeitos comunicantes estão inseridos e seus comportamentos. Juntamente com outro elemento, a língua e suas características próprias na estruturação do diálogo, eles compõem a chamada Significação Discursiva, essencial no processo de comunicação dos sujeitos e produção de discursos.

Já a palavra ‘discurso’ aqui estudada, não deve ser confundida com texto, muito menos um conjunto de frases desvinculado de um contexto. Giani Silva (2008) explica a dimensão aplicada deste termo na Análise do Discurso em dois sentidos:

O discurso relacionado a ‘encenação’ do ato de linguagem, analisada pela sua inserção no circuito externo, representando o espaço psicossocial do FAZER, o situacional, e um espaço interno, que representa o espaço de organização do DIZER. O termo discurso estará reservado para o domínio do DIZER; em segundo lugar, o discurso pode estar referido a um conjunto de ‘savoirs partagés’ (saberes partilhados), construído por indivíduos de um grupo social. Esses discursos sociais, ou imaginários sociais, são testemunhos das representações de práticas sociais em um determinado contexto socio-cultural. (Silva, 2008)

Desse modo, as relações discursivas surgem da interação entre um sujeito EU comunicador e um TU destinatário acerca de uma tese inserida num contexto. A referência ao mundo (situacional) está subordinada à intersubjetividade dos interlocutores (relacional). Cria-se, então, segundo Charaudeau (1996), uma relação entre os próprios parceiros, entre os

<sup>6</sup> O *corpus* aqui analisado foi retirado das revistas: *Veja* (edição 2167 – ano 43 – nº 22, editora Abril), *Istoé* (nº 2117, ano 34, junho 2010, editora Três), *Viagem e Turismo e Placar – Especial África do Sul* (edição 169-B, novembro de 2009, editora Abril), *Época África do Sul 2010 – Edição Especial* (maio de 2010 – editora Globo), *Placar - Especial África do Sul 2010* (parte integrante da revista Placar edição 1342 – editora Abril), *Aventuras na História* (edição 83, junho de 2010 – editora Abril), *Revista ESPN* (nº 8, junho de 2010 – Spring editora-produtora).

parceiros e o discurso e entre os parceiros e o mundo. Um jogo entre os espaços internos e externos da cena que fazem com que as intenções de uma realidade mais ampla que a lingüística, a enunciação, se sobreponha ao enunciado, ao conjunto de frases proferidas.

Assim, a Semiolingüística analisa as características psicossociais que penetram na língua para novas construções discursivas e as características lingüísticas que se entrelaçam no discurso para construção de novos signos. O social, ao mesmo tempo configurado pela atuação do discurso, ajuda também na construção de outros discursos.

O sujeito que tinha um mundo a ser significado a sua volta passa a ser influenciado por um outro sujeito na interação, fazendo com que ele se torne um interpretante-destinatário inserido nesse projeto ou agente de transformação do mesmo e não um sujeito passivo.

Porém, este não é um processo simples no qual o discurso surge de qualquer ato e de qualquer sujeito. É necessário que ele construa uma atividade linguageira marcada por regularidades sócio-comunicativas. Há três elementos previamente pensados e estruturados da melhor maneira possível para se alcançar o sucesso no que Charaudeau (1996) chama de Contrato Comunicacional: “a noção de contrato pressupõe que os indivíduos pertencentes a um mesmo corpo de práticas sociais sejam suscetíveis de estarem de acordo sobre as representações dessas práticas sociais”, pois “todo ato de comunicação é interacional e contratual” (Charaudeau, 1996).

É com o Contrato de Comunicação pré-definido que o sujeito enunciadador consegue definir e articular seu discurso da melhor maneira possível e se posicionar devidamente frente ao seu público, a fim de alcançar o sucesso no seu ato de comunicação. No caso das revistas em análise, por exemplo, mesmo tendo projetos editoriais diferentes e sendo destinadas a públicos heterogêneos, todas elas firmaram um Contrato de maneira semelhante com seus públicos-alvos. A de que o leitor também se interessa pelo evento Copa do Mundo que será realizado na África. Ou seja, saber sobre o que falar, em nome de quem falar, para quem falar e como falar, é sinal de que o primeiro elemento do contrato, o comunicacional – responsável por articular os elementos discursivos do ato, está sendo utilizado, como nos exemplos abaixo.

*“COPA Tudo o que você precisa saber para acompanhar os jogos na África do Sul.” (Istoé)*

*“Piores que nós?” (Época África do Sul 2010)*

*“África do Sul: as melhores atrações para curtir no mais novo país do futebol.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“Quem tem medo da África?” (Viagem e Turismo e Placar)*

Já a parte situacional do contrato diz respeito às percepções que os parceiros da comunicação têm uns dos outros, baseado no seu universo de crenças; os saberes, as representações e as visões de mundo partilhadas pelos sujeitos daquele contexto. Tais representações serão determinantes na relação entre os parceiros do ato de comunicação. É por isso que, sabendo que a história da África do Sul ou da Copa do Mundo ou de ambas interessam a seus leitores, os autores das matérias se apropriam de expressões populares ou analogias de acordo com conhecimento do seu público-alvo, com elementos do cotidiano.

*“A miséria de lá lembra as favelas do Rio ou de Salvador.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“Andei por uma espécie de Cohab de Port Elizabeth.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“Durante o dia, Durban se assemelha a Salvador, Johannesburgo a São Paulo, a Cidade do Cabo lembra o Rio pela beleza.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“A organização metódica em um estilo quase prussiano dos germânicos dará lugar à improvisação.” (Istoé)*

Leitores estes que formam a clientela das revistas. E como elas também são ‘mercadorias’ que precisam ser vendidas como um produto de empresas, as editoras, o aspecto intencional do Contrato Comunicacional é determinante para que o leitor compre o produto e leia as matérias das revistas. “Quem narra tem algum propósito ao narrar, pois nenhuma narrativa é ingênua”, diz Motta (2005). Neste caso, a intencionalidade do jornalista está justamente no objetivo proposto pelo ato de comunicação, o que ele visa, e que já começa a ficar explícito logo no início das matérias, nos títulos e subtítulos.

*“Nesta África não tem zebra” (Revista ESPN)*

*“Mandela: o lado polêmico do ex-guerrilheiro que virou pacifista e mudou o destino da África do Sul” (Aventuras na História)*

*“O que não se fala de Mandela (Aventuras na História)*

*“A vitória da África” (Época África do Sul 2010)*

*Bola na selva (Viagem e Turismo e Placar)*

#### **4) O toque de craque na argumentação**

Como o contrato é um jogo comunicativo detentor de uma dupla lógica de restrições e manobras, ele impõe a essas publicações jornalísticas tanto o dever (como mídia impressa) de informar, acrescentar um conteúdo apurado com clareza e legibilidade, quanto também a possibilidade de o jornalista escolher e estruturar a sua narrativa da melhor forma como achar conveniente e de acordo com sua intenção, dispondo-se de estratégias discursivas e utilizando de idéias socialmente partilhadas de determinado contexto e de suas maneiras peculiares de contar determinada estória.

Essas constantes manobras de equilíbrio e de ajustamento entre as normas de um dado discurso e as margens de manobras permitidas pelo mesmo visam buscar os melhores argumentos para um sujeito convencer o outro sobre determinada tese. É por isso que o discurso no modo de argumentação da Semiolingüística se desenvolve em três atividades cognitivas, a saber: a *problematização* consiste no *fazer-saber*, informar ao destinatário algo que lhe seja desconhecido e que o faça refletir sobre, como os títulos e subtítulos abaixo;

*“A vitória da África – Qualquer que seja o resultado, organizar a Copa do Mundo pela primeira vez é um triunfo para o mais pobre dos continentes.” (Época África do Sul 2010)*

*“África no centro do mundo – Todas as Copas se parecem, mas a primeira edição do torneio no mais pobre dos continentes promete ser diferente das outras.” (Época África do Sul 2010)*

*“Mandela, o ator que ensina.” (Guia Oficial FIFA)*

*“Que Copa é essa?” (Placar)*

*“Selva de concreto” (Placar)*

*“A primeira vez da África – Depois de 80 anos e 18 edições, a Copa do Mundo chega à África. E a África do Sul, maior economia do continente, quer mostrar que pode realizar o evento tão bem quanto qualquer nação desenvolvida” (Viagem e Turismo e Placar)*

A *elucidação* tem a sua importância para *fazer* o outro *compreender* os fatos expostos, juntamente com suas possíveis causas e conseqüências, ilustrada nos seguintes exemplos;

*“Um país se sente europeu, estuda em universidades caras, dirige carros de marca e gasta dinheiro em shoppings. Era só “branco”, mas hoje abriga também 2 milhões de negros que ascenderam da pobreza às classes média e alta. Outro país é africano, rural e com poligamia. Os dois se chamam África do Sul, um país de 49 milhões de habitantes. (...) O próprio presidente, Jacob Zuma, é assumidamente poligâmico, uma tradição dos zulus prevista em lei. Quando Nelson Mandela prometeu criar uma “nação arco-íris” após o apartheid, ele se referia a um país com uma das maiores diversidades culturais e étnicas do planeta. Vista de fora, a África do Sul é dividida entre brancos e negros. Isso é uma simplificação.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“O Mundial 2010 será, acima de tudo, complicado. O país-sede é a África do Sul. Uma nação que ainda não superou o trauma do apartheid, que tem um transporte público caótico, que tem índices preocupantes. A caravana do futebol está mal acostumada, vem de Mundiais em países desenvolvidos como Alemanha, Japão, Coreia do Sul, França, Estados Unidos e Itália. Cinco Copas e 20 anos de trens rápidos, organização impecável, conforto para torcedores.” (Placar)*

E por último as *provas*, com a intenção de *fazer-criar* o sujeito das *elucidações* propostas, a fim de julgá-las e tomar uma posição (Menezes 2001).

*“Soa como um chavão dizer que esta não será uma Copa como as outras, mas no caso deste mundial não poderia ser mais verdade. Uma amostra do que veremos foi dada no ano passado, na Copa das Confederações, quando a torcida majoritariamente negra ensurdeceu jogadores, jornalistas e turistas com suas vuvuzelas – nome tão sonoro quanto as cornetas que designam e que entrou imediatamente para o vocabulário mundial. (Época África do Sul 2010)*

*“Certo, já se sabe que o número de torcedores da própria África nas arquibancadas dos dez estádios da Copa será pequeno – houve mais pedidos de ingressos do Canadá, país que nem vai disputar o torneio, que da Nigéria ou da Argélia, estes classificados.” (Época África do Sul 2010)*

É com a definição desta construção e do Contrato Comunicacional que a argumentação é definida. A argumentação na Semiolingüística, como o próprio Charaudeau (1996) reconhece, também visa a ganhar a adesão de um auditório com um enunciado qualquer. Desde a antiguidade, a argumentação tem o seu lugar cativo no discurso, graças a pensadores como Aristóteles. Para ele, “o produto da argumentação é aquilo que se crê” – uma racionalidade que corresponde à maioria das motivações humanas no cotidiano, mas que não poderia nunca se abster do critério da prova (Meyer, 2007). E para convencer e promover a emoção em seu auditório, Aristóteles focava o uso de estratégias que faziam parte dos *topos*, os saberes partilhados por todos, a fim de cativá-los. Assim a retórica aristotélica era a faculdade de considerar, em cada questão, o que poderia ser próprio a persuadir, seja lançando mão do *ethos* (as características e as virtudes do orador, sua credibilidade perante o público), ilustrada no trecho abaixo;

*““Não saia à noite!”. “Jamais ande sozinho!”. Não foram poucos os avisos que recebi antes de embarcar para a África do Sul, durante a Copa das Confederações. Visitei Johannesburgo, Pretória, Cidade do cabo, Port Elizabeth e Durban. Andei de carro, táxi, avião e bati um bocado de perna. Conversei com muita gente. Compreendi a razão de todos os alertas, mas não senti a insegurança toda que deveria sentir. Talvez por ser brasileiro.” (Viagem e Turismo e Placar)*

do *phatos* (as paixões do público que podem ser suscitadas pra ganhar sua adesão);

*“O clichê de miséria africana não se aplica ao país mais próspero do continente. Em muitos aspectos, a África do Sul lembra o Brasil.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“O transporte de pontualidade britânica tão admirada pelos alemães será substituído por um trânsito muito parecido com o de São Paulo nas vésperas do feriado.” (Istoé)*

ou do *logos* (pensando na melhor estrutura discursiva a ser usada).

*“Cerca de 18% de todos os habitantes da África do Sul estão contaminados pelo vírus causador da Aids. Além disso, o país tem um dos maiores índices de homicídios do mundo. A cada ano, cerca de 68 sul-africanos são assassinados, para cada grupo de 100 mil habitantes. Por conta disso, a expectativa de vida na África do Sul é de apenas 51 anos.” (Istoé)*

Estratégias estas que, além de *fazer-criar* o leitor, contribuem para a legitimação do discurso do veículo e para a credibilidade de quem o divulga.

## 5) Saberes, estereótipos e imaginários sócio-discursivos

Em toda formação social com a qual as pessoas se identificam, há sempre certos conceitos, saberes, que são compartilhados por todos e que reforçam os laços culturais que os unem, os imaginários sócio-discursivos que passam pela cabeça das pessoas. Ao falar da Rússia, por exemplo, para muitos vem a ideia de um povo frio como o seu clima, branco, e apaixonado por vodca. Numa descrição de uma jovem russa, por exemplo, logo se remete uma construção preestruturada, a partir de um saber comum: uma loira, alta, como a tenista russa Sharapova, e não uma negra apaixonada por café e que saiba sambar, mas que, no entanto, poderia existir. Em muitos casos, as crenças sobre determinado comportamento ou modo de a pessoa se comportar torna-se tão peculiar, tão estereotipado, que a Análise do Discurso chama a atenção para a discussão desse e outros conceitos.

Falar em estereótipo “é considerar a premência de um dizer anterior inevitável na elaboração de ‘novos’ dizeres; é uma questão de entendimento prévio que viabilize e garanta uma compreensão mínima entre sujeitos historicamente instanciados”, segundo Dylia Lysardo-Dias (2007). Numa dimensão preexistente ao acontecimento discursivo, o estereótipo funciona como um discurso social amplamente difundido que é renovado, atualizado e solidificado em cada situação de uso. E é constantemente utilizado como uma estratégia argumentativa capaz de interagir e instaurar universos comuns de referência que correspondem a valores socialmente instituídos e partilhados. Entretanto, o estereótipo pode transformar-se numa armadilha, ao distanciar uma situação, um fato ou sujeito da “realidade”, quando sua origem se dá por meio de prejulgamentos, rótulos de um determinado grupo ou uma crença desprovida de senso crítico que leva à simplificação ou generalização sem fundamento. (Lysardo-Dias, 2007)

Essa conotação pejorativa, que remete muitas vezes a uma “falsa verdade”, a “preconceitos” e ao “lugar comum”, também é apontada por Charaudeau (2007) como crítica ao conceito. Em seu lugar, o autor propõe a utilização de um termo mais amplo, cunhado “imaginários sócio-discursivos”, explicando-o passo a passo. Para ele, “a *imaginação* é um modo de apreender o mundo, vindo da mecânica das representações sociais, capaz de construir o significado dos objetos no mundo, os fenômenos que ocorrem, os seres humanos e seus comportamentos, transformando a realidade em significados reais” (*tradução nossa*). É resultado de um processo de simbolização do mundo de ordem afetivo-racional através da intersubjetividade das relações humanas, e se depositando na memória coletiva. Assim, o imaginário tem uma função dupla de criação de valores e de justificativa da ação.

Este imaginário passa a ser descrito também como *social* à medida em que a atividade de representação simbólica do mundo está em um domínio de prática social (artística, política, jurídica, religiosa, educacional, etc.) determinado para “dar coerência às relações entre a ordem social e de conduta, e para cimentar os laços sociais usados como dispositivos de controle que são as instituições” (*tradução nossa*). E, finalmente, os imaginários são descritos por Charaudeau (2007) como *sócio-discursivos* por estarem enraizados no discurso, ou seja, a instituição de verdades é feita através da sedimentação de narrativas e argumentações sobre a descrição e explicação de fenômenos do mundo e do comportamento humano. E tais construções podem surgir de saberes advindos do *pathos* (de um saber que o afeta), do *ethos* (da auto-imagem) ou do *logos* (do conhecimento como um argumento racional). “Assim, os imaginários são gerados pelo discurso que circulam nos grupos sociais, organizando-se em

sistemas de pensamento coerentes e criadores de valores, atuando como uma justificativa para a ação social e depositado na memória coletiva” (*tradução nossa*). É desse entrelaçado movimento entre língua, discurso e sociedade, passando pelos imaginários sócio-discursivos, que se chega a construção de identidades de um sujeito, de um povo, de uma nação.

Nas análises deste artigo, percebe-se nos textos ser comum a adoção de alguns imaginários sócio-discursivos sobre a África do Sul como forma estratégia de captação do leitor.

*“LADUUUUUUUUUA!\* (\*Gooooooooool no idioma zulu).” (Veja)*

*“A população negra adora o esporte de Pelé.” (Veja)*

*“Assim como os alegres, coloridos e por vezes espalhafatosos torcedores dos Bafana Bafana, a seleção anfitriã. Em um país que congrega 11 línguas oficiais, não haverá de faltar uma variedade de costumes, culinária e estilos.” (Istoé)*

*“Nesta África não tem zebra.” (Revista ESPN)*

*“A toque de vuvuzela – o som das cornetas esquentando o país para o Mundial, cujas obras estão atrasadas.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“White Power – o dia em que Mandela juntou-se aos brancos virou filme” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“África loira - Bem-vindo a Orania, uma comunidade de 700 habitantes descendentes de colonizadores holandeses que chegaram à África do Sul no século 17, os bôeres. Suas ruas calmas, casinhas com terraço, plantações de trigo e crianças loirinhas a brincar dão o ar de uma utopia branca em pleno continente negro.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“Torre de Babel – Bem-vindo à nação das muitas etnias e dos 11 idiomas” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“O clichê da miséria africana não se aplica ao país mais próspero do continente. Em muitos aspectos, a África do Sul lembra o Brasil. A começar pela desigualdade.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“Na Copa, o torcedor europeu vai andar assustado, olhando para os lados. Está acostumado a Mundiais no primeiro mundo. Dessa vez terá de encarar o terceiro. (...) Já o torcedor brasileiro não deverá experimentar sensação parecida. Afinal, miséria, desigualdade e insegurança são velhos conhecidos nossos.” (Viagem e Turismo e Placar)*

*“Fla-Flu africano – Kaiser Chiefs x Orlando Pirates é o maior clássico de Soweto e de todo o país.” (Viagem e Turismo e Placar)*

## 6) Conclusões

As revistas analisadas são importantes elementos para desconstruir e, ao mesmo tempo, enfatizar os saberes e crenças disseminadas pela sociedade, bem como a construção de novas representações sociais, como um país que não apresenta apenas vontade, mas bases sólidas para evoluir. Nem rico e nem miserável e faminto, como a tradicional lembrança que vinha à mente sempre que se falava no continente mais pobre do mundo, tempos atrás.

Com o contrato firmado pelas revistas, todas almejam vender seus produtos ao público-alvo, com a intenção de expor um conteúdo, uma informação relevante e ao mesmo tempo, apresentá-la de maneira atraente e prazerosa, que empolgue e divirta o leitor com as expressões populares e analogias difundidas no imaginário social. Para isso, tais revistas lançam mão de saberes e representações socialmente partilhadas e estratégias argumentativas, sem deixar de lado o conhecimento e os fatos devidamente apurados e confiáveis, criando uma maior proximidade com o leitor e reformulando os saberes difundidos sobre o país sede da Copa.

As conclusões a que chegamos são que as revistas analisadas trazem um discurso similar, em sintonia, e tentam passar uma África do Sul bem próxima da realidade brasileira, com todas as suas riquezas e mazelas sociais, problemas de infraestrutura e uma necessidade urgente de se afirmar para o mundo. Um país ainda inacabado, em um contínuo e longo processo de formação e consolidação de sua cultura. Contudo, uma nação que acordou a tempo para o compromisso assumido de produzir o maior espetáculo da terra em seu território. Um espelho que, por hora, parece refletir a imagem de um outro país em desenvolvimento a abrigar uma Copa do Mundo, o Brasil, dando seus exemplos e experiências a entender como um chamamento para este gigante sulamericano que ainda cochila e que, se não acordar a tempo, por enfrentar problemas ainda piores que os da África do Sul, daqui a quatro anos, será ainda mais decepcionante, na visão das revistas analisadas.

## REFERÊNCIAS

BOECHAT, Yan. Uma Copa com outra cara. No Mundial da África do Sul o futebol terá como palco um país com a sua cara: colorido, barulhento e, por vezes, imprevisível. *IstoÉ*. São Paulo: editora Três, 09 de jun. 2010. p. 76-79.

CHARAUDEAU, Patrick. Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux. In: Boyer H. (dir.), *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène*. Paris: L'Harmattan, 2007. Disponível em < <http://www.patrick-charaudeau.com/Les-stereotypes-c-est-bien-Les,98.html>>. Acesso em 21 de mar. 2011, às 00h39.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. CORRÊA Ângela Maria da Silva; MACHADO, Ida Lúcia (Org.). 1 ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. Para uma nova análise do discurso. In: CARNEIRO, Agostinho Dias (Org). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996. p. 05-43.

CORDEIRO, Tiago. O que não se fala de Nelson Mandela. *Aventuras na História*, edição 83, junho de 2010. São Paulo: editora Abril, 2010. p. 26-33.

FONTENELLE, André; SORG, Letícia. Piores que nós? Uma comparação entre o Brasil e a África do Sul mostra que a Copa de 2014 não será necessariamente melhor que a deste ano. *Época África do Sul 2010*. São Paulo: editora Globo. Edição Especial, mai. 2010. p.24-27.

FOER, Franklin. *Como o futebol explica o mundo – um olhar inesperado sobre a globalização*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. 2006 a Copa imita a vida. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 16 de mai. 2010. Caderno Especial: 3 Histórias – Capítulo 3, O mundo, a África e o futebol de 1986 a 2006. p. 1-8.

FULLER, Alexandra. Os filhos de Mandela. *National Geographic Brasil*. São Paulo: National Geographic, jun. 2010, ano 11, nº 123. p. 52-81.

GUIA OFICIAL FIFA: Copa do Mundo África do Sul 2010. São Paulo: Duetto Editorial, 2010. ISBN 978-607-7636-12-0.

HOBBSAWM, Eric. *Globalização democracia e terrorismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. viraram uma coisa só, o que a África do Sul ganhou e perdeu com a Copa – e o que o Brasil

LYSARDO-DIAS, Dylia. A construção e a desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira. In: *Stockholm Review of Latin American Studies*. Issue nº 2. Nov. 2007. p. 25-35. Disponível em: <[http://www.lai.su.se/gallery/bilagor/SRoLAS\\_No2\\_2007\\_pp25-35\\_Lysardo-Dias.pdf](http://www.lai.su.se/gallery/bilagor/SRoLAS_No2_2007_pp25-35_Lysardo-Dias.pdf)>. Acesso em 20 de mar. 2011, às 22h53.

MACHADO, Ida Lúcia. Semiologia; uma teoria de Análise do Discurso. In: MARI, Hugo; CARNEIRO, Agostinho Dias; MACHADO, Ida Lúcia (Org.). *Fundamentos e práticas da Análise do Discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2001. p. 39-61.

MEYER, Michel. *A retórica*. São Paulo: Ática, 2007.

PINHEIRO, Daniela. A Copa do Cabo ao Rio. Numa época em que futebol e televisão pretende fazer até 2014. In: *Revista Piauí*. Edição 44, 2010. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-44/questoes-economico-ludopedicas/a-copa-do-cabo-ao-rio>>. Acesso em: 17 de nov. 2010, às 19h07.

SEVCENKO, Nicolau. Futebol, metrópoles e desatinos. In: *Revista USP: Dossiê Futebol*. Número 22, p. 30-37, 1994. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/22/04-nicolau.pdf>>. Acesso em: 10 de mar. 2011, às 22h39.

SILVA, Giani David. A Análise semiológica do discurso de informação midiático. In: *Revista Kaleidoscópio*. Vol.1 2008. Disponível em: <[http://www.unilestemg.br/kaleidoscopio/A%20analise%20semiologica%20do%20discurso%20de%20informacao%20midiatico%20\(SILVA\).pdf](http://www.unilestemg.br/kaleidoscopio/A%20analise%20semiologica%20do%20discurso%20de%20informacao%20midiatico%20(SILVA).pdf)>. Acesso em: 21 de mar. de 2011, às 00h44.

VICENTINO, Cláudio; DORIGO, Gianpaolo. *História para ensino médio: história geral e do Brasil: volume único*. São Paulo: Scipione, 2001 – (Série Parâmetros).

VILLA, Marco Antônio. 1930 Um torneio abalado pela depressão. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 de abr. 2010. Caderno Especial: 3 Histórias – Capítulo 1, O mundo, a África e o futebol de 1930 a 1958. p. 1-8.