

“FROZEN BANANAS”: ESPORTE, MÍDIA E IDENTIDADE BRASILEIRA NOS JOGOS OLÍMPICOS DE INVERNO

OTÁVIO TAVARES

Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação Física da
Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes)
Coordenador do Centro de Pesquisa em Sociologia das
Práticas Corporais e Estudos Olímpicos (Cespceo)

ANTONIO JORGE G. SOARES

Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Gama Filho (UGF)
Pesquisador e bolsista de produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e
Tecnológico (CNPq)

Ms. TIAGO L. BARTHOLO

Mestre em Educação Física, Universidade Gama Filho
Professor do Colégio de Aplicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

RESUMO

Qual a “gramática de identidade” que a mídia usa para engendrar a identidade nacional brasileira por meio do esporte? O objetivo deste trabalho é analisar essa questão tendo como objeto a cobertura da participação brasileira nos Jogos Olímpicos de Inverno de 2002. Para esse fim, foi feita uma análise hermenêutica de 25 reportagens do jornal Folha de S.Paulo publicadas entre os dias 3 e 25 de fevereiro de 2002. Foi possível perceber a dificuldade de estabelecimento de um signo icônico de identificação, a ênfase nas idéias de acaso e improvisação e a presença de marcos simbólicos de identidade ambivalentes estruturados segundo uma idéia de hierarquias. Esses elementos permitem pensar a respeito da complexidade formativa da identidade nacional brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade; esporte; mídia.

INTRODUÇÃO

A discussão acerca de “quem somos nós” tem ocupado o centro do pensamento intelectual brasileiro desde o século XIX, senão antes (BARBOSA, 1998), tendo gerado vastíssima bibliografia sobre o Brasil, a sociedade e a cultura brasileira¹. De todo o modo, parece haver consenso atualmente a respeito da idéia de que o Brasil é um país extremamente complexo, não podendo de forma alguma caber dentro de uma única fórmula ou de um único esquema explicativo.

Segundo Rojo (2005), a literatura relativa à questão da identidade brasileira é ambivalente, uma vez que reforça e/ou se contrapõe aos estereótipos que são associados ao “brasileiro”. Do mesmo modo, reafirma ou contesta a idéia de uma “identidade nacional” única e homogênea. Assim, a produção acadêmica sobre a “identidade nacional” mantém praticamente inalterada a percepção de uma sociedade dividida entre um grupo que pode estar associado tanto às características do “individualismo” quanto da “introjção do controle social”, presentes nas chamadas “sociedades ocidentais”, enquanto outro seria mais “relacional” e “emotivo”, ainda que as leituras mais complexas impliquem pensar essa divisão como “tipos ideais”. Parece não se tratar nem de uma coisa nem de outra, mas de algo que é dado de modo simultâneo e complexo. Para DaMatta (1984, p. 19),

[...] a chave para entender a sociedade brasileira é uma chave dupla. De um lado ela é moderna e eletrônica, mas de outro é uma chave antiga e trabalhada pelos anos. É típica de nosso sistema essa capacidade de acasalar as coisas [...] como uma atividade relacional, de ligar e descobrir um ponto central.

O que significa que a sociedade brasileira engloba sociabilidades e valores orientadores múltiplos. Assim, se, como afirma Cucho (2002), a identidade é uma construção social que se faz no interior de contextos sociais que determinam a posição dos atores sociais e por isso mesmo orientam suas escolhas, a elaboração de uma “identidade brasileira” remete a uma vinculação, necessariamente contextualizada, consciente e baseada em oposições simbólicas.

No plano do esporte o dilema identitário é dramatizado no desafio de distinguir os significados locais ou nacionais dos universais. Ou seja, identificar os sentidos específicos que o esporte assume em lugares diferentes, produzindo opiniões, atitudes e motivações diferenciadas, relativas ao que evocam em uma dada comuni-

¹ Uma resenha compreensiva e que dá significado a essa afirmação pode ser encontrada em Mota (1999).

dade. Nesse contexto, os Jogos Olímpicos são ocasiões em que o ideal da igualdade universal é elaborado e celebrado tendo como pano de fundo a oposição crítica entre o singular e o universal. Segundo DaMatta (2003), nele articulam-se, entre outras coisas, ritos universalistas (as cerimônias de abertura e encerramento) e ritos cívico-nacionalistas (premiações, bandeiras e hinos), indivíduo e coletividade.

Tudo indica que nos Jogos o universal engloba o local e o nacional. Em outras palavras, todas as competições modernas são arbitradas e legitimadas em contextos em que o universal tem predominância e poder englobador (idem, p. 35).

Como um espetáculo reconstituído a partir da experiência moderna e individualista, os Jogos Olímpicos parecem dramatizar essa dialética, salientando alguns desses paradoxos².

A antropologia contemporânea, para além do estudo e da comparação entre sistemas sociais e culturais, vem tentando captar os sistemas éticos, os sistemas de crenças e valores que subjazem a cada procedimento, ação, hábito e atitudes culturais (GOMES; BARBOSA; DRUMMOND, 2001). Nesse contexto, diversos estudos têm sido produzidos na perspectiva de análise da construção da identidade nacional brasileira por meio das narrativas e construções simbólicas engendradas pela mídia (por exemplo, BARTHOLO; SOARES, 2005; GUEDES, 1998; LOPES, 1994). De fato, embora as sociedades possam estar cada vez mais submetidas aos mesmos princípios, cada uma delas faz apropriações, recriações e ligações que as tornam únicas num mundo aparentemente cada vez mais semelhante.

O objetivo deste artigo é analisar as diferentes estratégias utilizadas pela imprensa para narrar a participação da equipe brasileira nos Jogos Olímpico de Salt Lake City em 2002 (SLC 2002). A hipótese aqui levantada é que a imprensa, ao deparar-se com um conjunto de esportes pouco popularizado no Brasil – neste caso os esportes de inverno –, passa a narrá-lo a partir de uma “gramática de identidade” que organiza e atribui significados como forma de estabelecer identificações com esses novos esportes que ganham subitamente espaço na mídia. Nesse processo há uma espécie de seleção dos elementos que tipificam os brasileiros e sua participação³.

² Por causa disto, o equilíbrio entre o universalismo e o particularismo sempre foi um tema importante para o fundador dos Jogos Olímpicos, Pierre de Coubertin. A este respeito, confira: DaCosta (2002).

³ Uma nova pesquisa com dados coletados na cobertura da mídia impressa a respeito da participação brasileira nos Jogos Olímpicos de Inverno de Turim (2006), comparando com os dados e interpretações aqui apresentados, está em desenvolvimento.

Para a realização deste trabalho foram analisadas 25 reportagens do jornal *Folha de S. Paulo* (FSP), periódico influente de circulação nacional, entre os dias 3 e 25 de fevereiro de 2002. O método de análise das reportagens foi hermenêutico. Realizamos leituras exaustivas das reportagens, no sentido de identificar as marcas de identidade nacional presentes nos textos.

Neste texto, em primeiro lugar, apresentamos uma breve revisão da temática “mídia e esporte”. Em um segundo momento, os dados são apresentados segundo três eixos temáticos que, pudemos perceber, estruturavam a cobertura de imprensa analisada. Por fim, apresentamos nossos comentários finais.

MÍDIA E ESPORTE

O jornalismo esportivo, apesar de estar inserido na ideologia do jornalismo em geral, parece-nos diferenciar-se dos demais campos ao permitir um maior relacionamento quanto ao rigor e à objetividade da notícia (HELAL; SOARES, 2003). Não é raro observarmos locutores esportivos ou cronistas que declaram amor à camisa de seu clube de futebol e narram com paixão as jogadas de seus ídolos.

Tanto para o jornalista esportivo quanto para o crítico de arte, a dimensão do gosto e do amor pela atividade ainda parecem ser requisitos fundamentais para o exercício deste tipo de especialidade. Essa é uma tradição que remonta ao tempo de Mário Filho quando dizia aos seus jornalistas que a notícia esportiva deveria vir carregada de emoção e ser “quente”: era como se o jornalismo investigativo, a denúncia, não coubessem nas páginas esportivas (idem, p. 4).

A relação existente entre esporte e mídia – que data do final do século XVIII – deve ser entendida como uma via de mão dupla, fomentando transformações em ambos os atores. “É inquestionável que a comunicação de massa transformou o esporte no que Hold (1989, p. 12) se referia como ‘cultura popular oralmente transmitida’ para uma ‘cultura de massa com espectadores em massa’” (BOYLE; RAYNES, 2000, p. 23). A mídia veio proporcionar ao esporte uma ponte entre o passado e o presente, na qual jornalistas e locutores esportivos passaram a desempenhar um papel importante na construção de narrativas que demonstrassem a dimensão histórica do evento narrado. Sabemos que mesmo os eventos mais recentes são emoldurados com significados históricos e/ou de identidade no sentido de fornecer sentimentos de partilha ou pertencimento em algum nível com o espetáculo apresentado. Para que possam prosperar os “eventos esportivos necessitam ter uma história e uma longevidade para serem importantes” (idem, p. 22).

Briggs e Burke (2004) falam da dificuldade encontrada pelo esporte no início da mídia impressa – século XVIII – em ser incorporado às notícias consideradas

“sérias”, como a política e a economia. O entretenimento era considerado de menor valor pelos detentores dos meios de produção, e por isso muitas vezes impedido de ser impresso. Essa realidade mudou quando a venda de jornais passou a significar oportunidades de fazer bons negócios e prosperar. Nesse instante, o entretenimento em suas diversas formas – romances, peças de teatro, esportes etc. – passou a fazer parte das páginas dos jornais de maior circulação.

Atualmente o esporte possui espaço de destaque nos jornais de maior circulação, geralmente com um caderno exclusivo para notícias esportivas. Nos canais de televisão a realidade não é diferente, os programas de esporte possibilitam ótimas audiências e os esportes transmitidos ao vivo alcançam picos de audiência na programação⁴.

No final do século XX, o esporte passou a ser visto como um produto valorizado no mercado por gerar os mais altos índices de audiência e proporcionar grandes possibilidades de lucro para os canais de televisão e anunciantes⁵. O esporte de alto nível passa a ter nos canais de televisão um importante parceiro, para o financiamento dos clubes, das equipes e para a realização dos eventos esportivos. A parceria entre mídia televisiva e os esportes pode ser observada como um processo de interdependência. Por um lado, os canais de televisão formatam, em certos contextos, seus horários e a programação ordinária de acordo com o calendário dos eventos esportivos, por outro, alguns esportes realizam mudanças nas regras⁶ para adequarem-se aos padrões do espetáculo televisivo⁷.

O sucesso obtido a partir de 1990 por atletas brasileiros, em modalidades esportivas antes pouco difundidas na mídia, criou um novo espaço para a celebração da capacidade de o brasileiro triunfar em outras áreas para além do futebol, embora esse esporte continue sendo um grande expoente na construção da identidade nacional⁸. Podemos citar alguns exemplos, como o do iatista Robert Scheidt,

⁴ Não podemos esquecer a proliferação dos canais a cabo especializados em esporte, assim como os programas no módulo *pay-per-view*, que ampliam a gama de possibilidades para os consumidores.

⁵ Ver capítulo 4, “Power Game: why sports matters to television”, de Boyle e Haynes (2000).

⁶ Garry Whannel (1992) apud Boyle e Raynes (2000) chama de “*transformation of sport by television*”.

⁷ Boyle e Raynes (2000, p. 54) mostram como as televisões europeias interferiram na composição do horário dos jogos nas Copas do Mundo de futebol de 1986 e 1994. “Ambas finais de 1986 no México, e 1994 nos EUA realizaram algumas partidas nos momentos mais quentes do dia com o objetivo de proporcionar ao mercado Europeu um horário ideal para as transmissões ao vivo”.

⁸ A este respeito, ver DaMatta (1982), Giulianotti (02), Helal, Soares e Lovisolo (2001), Pereira (2000), Soares e Lovisolo (2003).

do tenista Gustavo Kuerten, do *skatista* Bob Burnquist, das seleções nacionais de voleibol, ou ainda da ginasta Daiane dos Santos, como atletas vitoriosos que se tornaram subitamente celebridades no Brasil e no exterior.

Os argumentos de Stuart Hall (2003), construídos a partir dos estudos sobre a comunicação de massa, parecem-nos fornecer o suporte necessário para entendermos como a imprensa apresenta novos personagens esportivos, candidatos a ícones do esporte nacional, e os esportes pouco difundidos que de uma hora para outra passam a ser pauta principal dos jornais. Hall tem criticado o modelo comunicativo em termos de um circuito linear “emissor/mensagem/receptor”. Esse autor procura pensar o processo “em termos de uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas interligados – produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (idem, p. 387). Para que o circuito seja concluído os códigos empregados pelo emissor – aqui restritos à mídia impressa – devem ser decodificados pelos leitores. Isso significa que só é possível haver “consumo” se a mensagem tiver sentido, for compreensível ao receptor.

[...] Antes que essa mensagem possa ter um “efeito” (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma “necessidade” ou tenha um “uso” deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada. É esse conjunto de significados que “tem um efeito”, influencia, entretém, instrui ou persuade, com conseqüências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas (idem, p. 390).

O consumo ou a recepção da mensagem deve ser entendido como um dos momentos do processo de produção. É indispensável, porém, para que o circuito se estabeleça, que exista uma simetria entre os códigos da “fonte” e do “receptor” (MATTELART; MATTELART, 2004).

O BRASIL NOS JOGOS OLÍMPICOS DE INVERNO

Apresentando um mundo estranho

Não parece ser difícil concordar com a afirmação de que não faz realmente parte de nossas tradições esportivas a prática de esportes de inverno. Desse modo, não é surpreendente que a participação de atletas brasileiros nas Olimpíadas de Inverno seja diminuta e recente.

Até SLC 2002, o Brasil só havia participado das provas de esqui alpino em Albertville (1992) com Evelyn Schuler e Marcelo Apovian e com o mesmo Apovian em Nagano (1998). Podemos afirmar que a cobertura realizada pela imprensa brasileira dos Jogos de Inverno de 1992 e 1998 foi reduzida e limitada às informações

gerais do evento e a algumas notas sobre o desempenho dos solitários atletas nacionais.

A presença de uma delegação de 11 atletas e a participação em cinco modalidades em SLC 2002 (*bobsled, slalom, slalom gigante, cross country, luge*) gerou um interesse inédito por parte da imprensa brasileira. Isso determinou um volume maior de matérias e uma quantidade mais específica de informações, embora compreensivelmente limitado se comparado ao espaço ocupado por esporte mais populares no país como o futebol, o voleibol, o basquetebol e o automobilismo.

Diante de modalidades totalmente novas para o público brasileiro, uma das preocupações da imprensa é apresentar e explicar aquelas provas diferentes de nomes estranhos. Em 8 de fevereiro de 2002, dia da abertura dos Jogos, a *FSP* publica uma matéria intitulada: "Os esportes em Salt Lake City" (*FOLHA DE S. PAULO*, 8 fev. 2002, Caderno de Esportes, p. D1). Nela são descritos de maneira sumária os esportes e modalidades dos jogos. Como para o público brasileiro tudo é uma novidade, o jornal tem a preocupação de identificar com um asterisco os esportes nos quais os atletas brasileiros competem. Há também a preocupação em explicar ao público como fariam para treinar os atletas nacionais nesse contexto não-usual para o leitor brasileiro comum (*FOLHA DE S. PAULO*, 3 fev. 2002, p. D8). Fruto da mesma preocupação, a matéria "Entenda o *bobsled*" (*FOLHA DE S. PAULO*, 22 fev. 2002, Caderno de Esportes, p. D1) apresenta dados básicos sobre o equipamento (peso, comprimento, número de eixos), como se opera o trenó e quem são os atletas que irão competir com ele.

Uma estratégia para dar um significado concreto do esporte para o leitor brasileiro observa-se na vinculação comparativa entre os esportes de inverno e esportes populares no Brasil. Na matéria "Brasil larga atrás no *bobsled* motorizado" (*FOLHA DE S. PAULO*, 22 fev. 2002, p. D1), a Fórmula 1 (F-1) é utilizada como ferramenta de construção de significado. A reportagem explica o estágio de desenvolvimento e as chances da equipe brasileira desse esporte por meio de comparações com as equipes e características da F-1: "Nós, que saímos de um Minardi [competiram com trenó emprestado até o ano passado], somos hoje uma Toyota, pois estamos estreando e ainda temos muito a evoluir". A matéria ressalta a presença de indústrias automobilísticas importantes como a BMW e a Renault e de artefatos tecnológicos como os túneis de vento para o desenvolvimento dos trenós. Vale observar que desde a década de 1970 o sucesso continuado de pilotos brasileiros na F-1 levou ao crescente interesse pelas corridas de carro no Brasil, interpretado como a representação da possibilidade do triunfo do talento humano nacional em um mundo de alta tecnologia. Do mesmo modo, o futebol transformou-se em elemento identitário nacional (HELAL; SOARES; LOVISOLO, 2001). Não por acaso existe

a opção de usá-lo como metáfora para dar uma idéia bastante compreensível da popularidade de seu esporte no país onde vive (“Aqui na Noruega o cross-country é como o futebol no Brasil” explica Franziska”, *FOLHA DE S.PAULO*, 3 fev. 2002, “Numa gelada, por acaso”, p. D8). Em outras palavras, os esportes de inverno podem e devem ser emoldurados a partir dos significados presentes na cultura e na história, no sentido de Boyle e Reynes (2000).

Assim como os esportes de inverno, a equipe brasileira também é uma novidade, composta por atletas desconhecidos para o grande público e, portanto, também necessita ser identificada. Esse processo de decodificação tal como aludido por Stuart Hall repete-se algumas vezes. Cinco dias antes dos jogos, a *FSP* publica uma matéria pequena, em página interna do caderno de esportes, na qual apresenta os atletas brasileiros (idade, local de nascimento, peso, altura), sua prova nos jogos e o melhor resultado já alcançado na modalidade (*FOLHA DE S.PAULO*, 3 fev. 2002, “Os brasileiros em Salt Lake City”, Caderno de Esportes, p. D8). A preocupação da mídia é verdadeiramente pedagógica. Em 16 de fevereiro, a *FSP* publica matéria em seu caderno infantil (Folhinha) sobre os jogos, na qual apresenta as modalidades que os brasileiros disputarão. Ela ensina ao público infanto-juvenil que “onze atletas formam a maior delegação brasileira da história destes jogos”, mas que “os atletas brasileiros não têm a pretensão de ganhar medalhas, somente experiência” (*FOLHA DE S.PAULO*, 16 fev. 2002, “Brasileiros no Gelo”, Caderno de Esportes, p. F2). Para o leitor mais jovem, menos capaz de relativizar as possibilidades competitivas dos atletas nacionais, é importante ajustar suas expectativas, enquadrando os atletas brasileiros.

Na verdade, não há até então uma imagem formada dos atletas brasileiros de inverno. Não há praticamente nenhuma história ou feito anterior a ser contado. Não há uma memória a ser ativada e, portanto nenhum “senso de pertencimento” (BOYLE; RAYNES, 2000). É necessário apresentar esportes e atletas que são desconhecidos até mesmo para os jornalistas especializados. Assim, é preciso que a mídia identifique quem são eles e decodifique seus esportes para que se possa pensar em algum interesse, em algum significado além do bizarro (para o cotidiano brasileiro) para o público local.

Brasileiros no gelo

Um inverno rigoroso é de tal modo raro e incômodo no Brasil que sintomaticamente quando se quer dizer que uma pessoa se encontra em uma situação muito desfavorável, é muito comum dizer que ela “entrou numa fria”. É exatamente com o uso de um termo parecido que a *FSP* descreve a montagem da equipe

brasileira em SLC 2002, num jogo de palavras que associa o ambiente dos esportes de inverno à situação desfavorável dos atletas brasileiros. A matéria “Numa gelada, por acaso” (*FOLHA DE S.PAULO*, 3 fev. 2002, Caderno de Esportes, p. D8) descreve a montagem da equipe enfatizando o caráter quase amador da maioria dos atletas, destacando que “a maioria estará em Salt Lake City por mero acaso”.

A matéria narra como alguns atletas haviam começado no esporte há pouco tempo e com intenções nada competitivas. Franziska Becskhazy, atleta do *cross-country*, por exemplo, havia começado a treinar apenas um ano antes como forma de perder peso após a gravidez. E que Alexander Penna, em sua primeira experiência no *cross-country* há um ano, caiu e ficou com o olho roxo. Eles, tal como outros atletas da delegação, tiveram contato com o esporte por viver no exterior. Quase todos eram praticantes comuns com alguma habilidade e a partir da sorte de terem nascido em um país sem esportes de inverno tiveram a idéia de aproveitar essa verdadeira vantagem comparativa. A matéria também informa como eles descobriram que se filiados a uma das confederações nacionais de esportes de inverno⁹, bastaria completarem cinco provas oficiais para garantir as vagas. Outros, como quatro dos cinco atletas da equipe de *bobsled*, praticavam atletismo em nível competitivo e envolveram-se no esporte após alguma insistência de Eric Maleson, presidente da Associação Brasileira de Bobsled, Skeleton e Luge (ABBSL) e piloto do trenó, que incluiu um convite para assistir ao filme *Jamaica abaixo de zero*.

Um pequeno *box* na mesma página intitulado “Frases” (*FOLHA DE S.PAULO*, 3 fev. 2002, Caderno de Esportes, p. D8) serve como complemento, reafirmando a situação desfavorável de competitividade dos atletas brasileiros: “Com certeza eu chegarei em último na minha prova. Não existe qualquer possibilidade de eu competir com alguém. Para isso eu teria que nascer de novo e reaprender a esquiar” (Franziska Becskhazy, atleta do *cross-country*). “E pensar que há um ano eu nunca tinha visto neve na vida...” (Edson Bindilatti, atleta do *bobsled*).

A narrativa de acaso e improviso, de “estar numa fria” dessa delegação é ao mesmo tempo completada e contrabalançada por outra matéria intitulada “A pretensão é não dar vexame” (*FOLHA DE S.PAULO*, 3 fev. 2002, Caderno de Esportes, p. D8). Colocada na mesma página das matérias anteriores, ela ensina que “A maior delegação que o Brasil já enviou aos Jogos de Inverno embarca para Salt Lake City sem grandes ilusões ou expectativas”, tentando dar uma justa medida do significado

⁹ No caso, a Associação Brasileira de Ski e Snowboard (ABSS) e a ABBSL, atualmente transformadas em Confederação Associação Brasileira de Esportes de Neve e Confederação Brasileira de Esportes de Gelo, respectivamente.

da participação brasileira em SLC 2002. A matéria apresenta as expectativas dos atletas, ilustradas por frases como a de Cristiano Paes, responsável pelo freio do trenó no time de *bobsled*: “se chegarmos em 30º será um grande mérito para o Brasil”. Deve-se ressaltar essa superposição da imagem e do desempenho dos atletas à imagem do próprio país¹⁰. Ao contrário de outros esportes, os esportes de inverno não oferecem uma imagem vencedora do país. Seu emolduramento foi feito a partir de referências presentes na cultura, mas como metonímia da condição nacional, suas expectativas deveriam ser, no final das contas, também as do próprio público. Assim, é necessário construir uma medida adequada dessa expectativa. Esse quadro foi teorizado por Hall (2003, p. 393) como “um alinhamento fundamental e uma reciprocidade – a consecução de uma equivalência – entre os lados codificador e decodificador de uma troca de significados”. Esse alinhamento mostra-se indispensável para que o circuito de produção em construção se concretize.

The Frozen Bananas

A cobertura dos últimos dias da participação brasileira em SLC 2002 cresce em conteúdo. De fato, após um conjunto de matérias antes dos primeiros dias de competição, observa-se algumas seqüências de edições sem nenhuma matéria sobre os jogos. Provavelmente os dias sem participação de atletas brasileiros e os esperados resultados pífios não haviam estimulado mais interesse do que lacônicas notas sobre o desempenho no *luge*¹¹, no *slalom gigante*¹² e *cross-country*¹³.

Em contrapartida, as matérias publicadas nos últimos dias vão dar algum destaque à equipe brasileira de *bobsled* e à participação brasileira nos jogos. Nesse conjunto vão brotar sinais significativos, ainda que pequenos, de como os atores sociais – mídia e atletas – elaboraram a identidade brasileira no contexto social dos jogos.

Em uma pequena nota publicada em 23 de fevereiro de 2002, a conhecida jornalista brasileira Bárbara Gancia comenta: “As olimpíadas de Salt Lake City estão terminando e a *imprensa tapuia* ainda não sabe distinguir neve de gelo. Gelo serve para colocar no uísque ou de piso para esporte como patinação, *bobsled* ou hó-

¹⁰ Já foram discutidas as associações entre desempenho individual e imagem nacional entre atletas brasileiros em alguns estudos. Um deles pode ser encontrado em Tavares (2004).

¹¹ Ricardo Raschini, 45º; Renato Mizoguchi, 46º.

¹² Nikolai Hentsch, desclassificado; Mirella Arnhold, 48º.

¹³ Franziska Becskehazy, 59ª; Alexander Penna, último colocado.

quei. A maioria dos esportes ditos alpinos utiliza a neve como palco. Esquiar no gelo é tão plausível quanto fazer esqui aquático na lama” (*FOLHA DE S.PAULO*, 23 fev. 2002, “Qualquer nota”, p. D5; grifos nossos). ‘Tapuia’ é o nome de uma tribo indígena brasileira já extinta. O recurso a esse termo para adjetivar a imprensa brasileira como ignorante não deixa dúvidas sobre o resíduo de uma visão que hierarquiza as culturas. A primitividade dos índios que sucumbiram ao contato com a cultura europeia é a metáfora da identidade local rústica e despreparada. Nesse contexto, a menção à utilidade do gelo para beber *whisky*, uma bebida associada à sofisticação, apenas reforça a existência dessa hierarquia de valores e hábitos culturais.

Mais claramente ambivalente são os recursos e as representações que a equipe de *bobsled* mobiliza. Para o público brasileiro, o *bobsled* é tecnologia, modernidade e desenvolvimento. Na matéria “Brasil larga atrás no bobsled ‘motorizado’” (*FOLHA DE S.PAULO*, 22 fev. 2002, p. D1), o piloto da equipe brasileira, Eric Maleson, anuncia: “Meu projeto é fazer como Emerson [Fittipaldi] fez com a Copersucar¹⁴. Quero montar um time nacional com todo o equipamento produzido no país”. Sua associação é com a F-1, categoria máxima em termos de tecnologia e com a tentativa feita no final da década de 1970 de se criar uma equipe de F-1 inteiramente nacional.

Para o público presente aos jogos, a equipe nacional assume o apelido “Bananas congeladas”. Sabemos que o processo de identificação se constrói na base de relações que se estabelecem, assim se nossos jornais “brincam” com o estereótipo é porque em alguma medida somos identificados pelos “outros” como um país tropical, de praias, bananas e samba (música vista como exótica e primitiva na visão eurocêntrica). Não podemos deixar de destacar que esse processo de identificação com a natureza e o primitivo claramente é um resíduo construído no século XIX que permaneceu ao longo do século XX¹⁵ e essas representações são notáveis ainda hoje. Assim, no mundo olímpico de modernidade, tecnologia e alto desempenho, a equipe brasileira é associada a seu oposto: a natureza simbolizada pela banana.

Interessante é perceber como os próprios atletas brasileiros assumem essa identificação. Na matéria que relata a 27^a colocação da equipe de *bobsled* como a melhor classificação já obtida pelo Brasil nos Jogos Olímpicos de Inverno (*FOLHA DE S.PAULO*, 25 fev. 2002, “Brasil obtém a melhor marca”, p. D6), é possível ler: “Na

¹⁴ Equipe brasileira de F-1 da década de 1970.

¹⁵ Um estudo sobre a construção intencional e sistemática desse processo foi feita por Moura (1981).

comemoração, os brasileiros, apelidados de 'bananas congeladas', jogaram bananas para a torcida. 'Não somos nós, é o Brasil que causa isso quando viaja. Todo o mundo se contagia com a nossa alegria e irreverência', afirmou Edson Bindilatti" (grifo nosso). Aqui a oposição que cria a identidade se altera. No ambiente de excelência do esporte de alto rendimento e dos países desenvolvidos, a identidade brasileira constrói-se pela representação do estado natural e pela emoção dos sentimentos simples. Não podemos deixar de pensar que essas representações identitárias são aceitas pelos brasileiros, na medida em que também servem como chave de acesso ao mercado do primeiro mundo, embora existam espaços de contestação¹⁶. O dito mundo "civilizado e rico" sempre foi ávido pelas características "exóticas" dos países periféricos. Todavia, independente dos sentimentos dos atores envolvidos pode-se afirmar que essa imagem do Brasil como simples, primitivo ou próximo da natureza reedita a linguagem da hierarquia entre as culturas e os povos¹⁷.

Como observamos anteriormente, a identidade é uma construção e uma escolha das representações que, por oposição aos demais, nos identificam. Nesse caso analisado, os atletas, mais do que a própria mídia, elaboram sua identidade nacional por meio de uma escolha ambivalente entre o tradicional e o moderno, entre o singular e o universal, ou se quisermos usar uma representação mais fundamental, entre natureza e cultura.

CONCLUSÃO

Dessa seqüência de reportagens podemos observar duas estratégias complementares na narrativa jornalística sobre a participação brasileira nos Jogos Olímpicos de Inverno de 2002.

Em primeiro lugar, ela busca apresentar esportes, modalidades e atletas por meio de um processo de descrição e vinculação a partir das linguagens e imagens já existentes na cultura esportiva nacional de modo que torne mais compreensível o "estranho mundo dos esportes de inverno" ao leitor nacional. Chamou-nos a atenção, porém, a dificuldade de estabelecer claramente um "signo icônico" (HALL, 2003), ou seja, o elemento esportivo (no caso) profundamente naturalizado em nossa cultura¹⁸ destinado ao estabelecimento de vinculações. Nesse caso, o mundo tec-

¹⁶ A cultura também é um local de luta para afirmação de significados.

¹⁷ Cf. Machado (2004)

¹⁸ Hall (2003) chama a atenção que, apesar desses códigos naturalizados produzirem reconhecimentos aparentemente "naturais", eles sempre são a construção de uma cultura específica.

nológico da F-I ocupou até certo ponto esse lugar. Além disso, a menção ao futebol brasileiro foi apenas marginal, uma vez que sua imagem de sucesso e o ambiente tecnológico que ele exige são escassamente comparáveis aos esportes de inverno.

Em segundo lugar, a imprensa procurou ajustar as expectativas do público por meio de informações a respeito da seleção e do nível de competitividade da delegação desconstruindo sua participação nos Jogos como um caso de excelência. As noções de acaso e imprevisto que cercam a montagem de boa parte da delegação são sintetizadas pelo uso com duplo sentido de uma expressão idiomática (“estar numa gelada”) profundamente conhecida no Brasil. Isso, de certa maneira, humaniza a equipe brasileira.

Um outro aspecto digno de nota refere-se à elaboração objetiva da identidade nacional nesse contexto. O conjunto de matérias publicado na *FSP* pouco nos permite dizer dela mesma. De fato, a maioria das matérias é curta, técnica e despida de maiores comentários, uma vez que não há feitos maiores a serem narrados e, portanto um discurso a ser construído. Notadamente as matérias serviram de meio para observações indiretas acerca do caráter posicional e conjuntural da identidade. Nesse caso, foi possível identificar marcas simbólicas que esses atletas escolheram para se representarem em diferentes contextos orientadores. Esses elementos permitem-nos pensar na complexidade formativa do Brasil como nação.

Embora os dados não nos permitam conclusões definitivas, o emolduramento dos atletas brasileiros dos esportes olímpicos de inverno – o novo e o estranho na perspectiva nativa – dá-se, principalmente, pela desconstrução da equipe brasileira como um ícone dos valores tradicionalmente associados ao esporte de alto nível como excelência, competitividade e auto-superação. Como não se tratava de narrar trajetórias de sucesso em novos esportes, as possibilidades de vinculação, a construção de uma troca de significados deu-se nessa primeira participação efetivamente significativa de maneira bastante limitada. Isso indica a necessidade do estabelecimento de uma trajetória de observações de modo que capte as possíveis transformações das narrativas tal qual já observado no contexto de outros esportes.

Nesse sentido, os Jogos Olímpicos parecem ser um contexto privilegiado para observações uma vez que eles fazem uma mediação entre um universalismo internacionalista, fundado na idéia do indivíduo como representação da humanidade, e as forças locais e regionais que, paradoxalmente, o próprio individualismo desperta, provoca, estimula e mantém. Como tal fornecem uma série de histórias, imagens, eventos e símbolos que representam as experiências que nos podem dar um foco de identificação.

“Frozen Bananas”: sport, media and Brazilian identity in the Winter Olympic Games

ABSTRACT: What is the “grammar of identity” engineered by the media to the construction of the Brazilian identity in a set of sports that can hardly be considered popular in Brazil? We performed hermeneutical analysis of 25 newspaper reports of 2002 Winter Olympic Games from Folha de S.Paulo in order to identify the marks of national identity present in the texts. We noticed the difficulty to establish a sportive “iconic sign”, an emphasis on the ideas of chance and improvisation and the presence of ambivalent symbolic marks of identities based on the idea of hierarchies. These elements allow thinking about the formative complexity of national identity in Brazil.

KEY WORDS: Identity; sport; media.

“Frozen bananas”: deporte, medios de comunicación e identidad brasileña en los Juegos Olímpicos de Invierno

RESUMEN: ¿Cuál es la “gramática de identidad” usada por la prensa para la construcción de la identidad brasileña por medio del deporte? El objetivo del texto es empezar un análisis de la cuestión, adoptando como objeto la participación brasileña en los Juegos Olímpicos de Invierno de 2002. Fueron analizadas 25 noticias del periódico Folha de S.Paulo publicadas entre el 3 y 25 de febrero de 2002. Observamos la dificultad de definición de un “signo icónico” deportivo, un énfasis en las ideas al azar e improvisación y la presencia de marcos simbólicos ambivalentes de identidad estructurados según una idea de jerarquías. Estos elementos permiten pensar en la complejidad formativa de la identidad nacional brasileña.

PALABRAS CLAVES: Identidad; deporte; medios de comunicación.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, L. Cultura e dilema: ambigüidade, ética e jeitinho. In: ROCHA, E. *Cultura e imaginário*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

BARTHOLO, T. L.; SOARES, A. J. Os dilemas identitários do atleta no século XXI: o conflito entre Guga e os patrocinadores na imprensa. In: REUNIÓN DE ANTROPOLOGÍA DEL MERCOSUR, 6., Montevideo, Uruguai, 2005. *Anais...* Montevideo: Facultad de Humanidades. I CD-ROM.

BOYLE, R.; RAYNES, R. *Power play: sport, the media and popular culture*. S.l.: Pearson Education Limited, 2000.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CUCHE, D. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: Edusc, 2002.

DACOSTA, L. P. *Olympic studies – Current Intellectual Crossroads*. Rio de Janeiro: Ed. Gama Filho, 2002.

DAMATTA, R. *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

_____. *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

_____. Em torno da dialética entre igualdade e hierarquia: notas sobre as imagens e representações dos Jogos Olímpicos e do futebol no Brasil. *Antropolítica*, Niterói, n. 14, p. 17-39, 1º sem. 2003.

GIULIANOTTI, R. *Sociologia do futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GOMES, L. G.; BARBOSA, L.; DRUMMOND, J. A. *O Brasil não é para principiantes*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2001.

GUEDES, S. L. *O Brasil no campo de futebol: estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro*. Niterói: Eduff, 1998.

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Brasília: Editora UFMG, 2003.

HELAL, R.; SOARES, A. J. O declínio da pátria de chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. In: REUNIÃO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 12., Recife, 2003. *Anais...* Recife: Compós, 2003. 1 CD-ROM.

HELAL, R.; SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

LOPES, J. S. L. A vitória do futebol que incorporou a pelada: a invenção do jornalismo esportivo e a entrada dos negros no futebol brasileiro. *Revista USP: Dossier Futebol*, São Paulo, n. 22, jun./ago. 1994.

MACHADO, I. J. de R. Estado-nação, identidade-para-o-mercado e representações de nação. *Rev. Antropol.*, v. 47, n. 1, p. 207-233, 2004.

MATTELART, A.; MATTELART, M. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Ed. Loyola, 2004.

MOTA, L. D. (Org.). *Introdução ao Brasil: um banquete no trópico*. São Paulo: Senac, 1999.

MOURA, G. *O OCIAA e o Império Americano*. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 1981.

PEREIRA, L. A. M. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

ROJO, L. F. Discursos sobre a emoção entre atletas olímpicos brasileiros. *Esporte e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2005.

SOARES, A. J.; LOVISOLO, H. Futebol: a construção do estilo nacional. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 25, n. 1, p. 129-143, set. 2003

TAVARES, O. Values and conceptions of the Olympic Athlete: hero, performer or mediator? In: MESSIN, M.; MÜLLER, N.; PREUSS, H. (Org.). *Olympischer Dreiklang: Werte – Geschichte – Zeitgeist*. Kassel: Agon-Sportverlag, 2004.

Recebido: 31 jan. 2007

Aprovado: 2 maio 2007

Endereço para correspondência

Tiago Lisboa Bartholo

R. Viúva Lacerda, 128, ap. 102 – Humaitá

Rio de Janeiro-RJ

CEP 22261-050

Antonio Jorge Gonçalves Soares

R. Theodor Herzl, 56, ap. 103 – Botafogo

Rio de Janeiro-RJ

CEP 22260-030

Otávio Tavares

Ufes/CEFD-Cespceo

Av. Fernando Ferrari, 514

Vitória-ES

CEP 29075-910

NORMAS PARA PUBLICAÇÃO

1. A *Revista Brasileira de Ciências do Esporte (RBCE)*, instância de difusão da produção acadêmica dos pesquisadores da área de conhecimento circunscrita ao campo de intervenção da Educação Física/Ciências do Esporte. É editada sob responsabilidade institucional do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), possuindo periodicidade quadrimestral. Publica, prioritariamente, pesquisas originais sobre temas relevantes e inéditos, mas também há espaço para trabalhos de caráter interpretativo tais como ensaios e resenhas.
2. Os manuscritos publicados na *RBCE* estão distribuídos em duas categorias: **Seção temática** e **Espaço aberto**. Na *Seção temática*, somente serão aceitos artigos ou ensaios originais pertinentes ao tema indicado pela editoria para o número em questão. Em *Espaço aberto*, serão aceitos artigos ou ensaios originais não necessariamente ligados ao tema em foco. Em ambas as seções, não serão aceitos manuscritos já publicados.
3. A *RBCE* aceita a submissão de artigos em português, espanhol ou inglês, porém, não permite o seu encaminhamento simultâneo a outro periódico nacional, quer seja na íntegra ou parcialmente.
4. Os critérios éticos da pesquisa devem ser respeitados dentro dos termos da Resolução 196/96 e 251/97 do Conselho Nacional de Saúde (disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/docs/Resolucoes/Reso196de96.doc>>), quando envolver experimentos com seres humanos; e de acordo com os *Princípios éticos na experimentação animal*/do Colégio Brasileiro de Experimentação Animal – COBEA – (disponível em: <<http://www.cobea.org.br/etica>>), quando envolver animais. Os autores deverão encaminhar, juntamente com os manuscritos que se enquadram nesses casos, o **parecer de Comitê de Ética** reconhecido ou **declaração** de que os procedimentos empregados na pesquisa estão de acordo com os princípios éticos que norteiam as resoluções já citadas.
5. Os autores devem encaminhar anexo ao manuscrito submetido documento referente à (1) Transferência de direitos autorais (2) Declaração de responsabilidade do autor e co-autores, quando os manuscritos submetidos e aprovados tiverem seis ou mais autores. O respectivo modelo se encontra disponível na página do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (disponível em: <www.cbce.org.br/rbce/>).
6. Os manuscritos devem ser encaminhados para publicação em CD-ROM ou disquete (3½ polegadas) identificado, acompanhado de uma via impressa em papel A4, digitada em editor de texto Word for Windows ou compatível, fonte