



A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE ATRAVÉS DO ESPORTE: o Haiti nas matérias de Régis Rösing¹

Roberta Oliveira²

Márcio de Oliveira GUERRA³

***Resumo:** Uma reflexão sobre a construção da identidade por meio do esporte e como atuam os meios de comunicação no contexto, por meio de teorias relacionadas aos estudos culturais, às teorias do jornalismo. Análise da construção de uma narrativa em um contexto específico: como forma de aproximação, convivência e reelaboração de si a partir da visão do outro. Estudo de caso de reportagens de Régis Rösing exibidas no Sportv sobre a abordagem jornalística da atuação do Exército para a reconstrução da identidade nacional no país caribenho, a partir do modelo brasileiro.*

***Palavras-Chave:** Identidade. Televisão. Esporte.*

Introdução

As reflexões sobre identidade ganharam força nos estudos da área de Comunicação Social. Por este conceito, interpretações e usos, passam todos os discursos que lutam pelo poder de existir, influenciar e liderar, tentando se impor e, para isso, aceitando se modificar. Neste contexto, também pode ser reconhecida a importância e a capacidade dos *media* de influenciar e construir sistemas de identificação entre pessoas, ou entre elas e um objeto. E o esporte – em suas diversas modalidades – é uma das estratégias neste processo de construção e solidificação de elos identitários.

Este artigo é construído em cima destes eixos: identidade – esporte – mídia. O objeto de estudo são as reportagens feitas pela equipe liderada por Régis Rösing, da TV Globo, no Haiti. O país vive uma crise em todas as instâncias – iniciada com um golpe de estado que derrubou o governo vigente e agravada com o terremoto em janeiro de 2010. A série de três matérias foi exibida originalmente em janeiro de 2011 no Esporte Espetacular, da Rede Globo e cinco meses depois também foi mostrada, de forma condensada, no programa Sportv Repórter, do canal por assinatura Sportv. Retrata como o esporte se tornou a principal forma de aproximação com a população do Exército Brasileiro, integrante da Força de Paz da ONU no país, e uma forma de recriar a noção de identidade nacional entre os haitianos.

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Mestranda em Comunicação Social pela UFJF. bluebeta.13@gmail.com.

³ Doutor em Comunicação pela UFRJ, mestre em Comunicação e cultura pela UFRJ, graduado em Comunicação Social pela UFJF. Especialista em Marketing. Professor da UFJF desde 1986. E-mail: marcio.guerra@ufjf.edu.br



Identidade e Esporte

Para Hall (2007), identidade está longe de ser una e sacra. É um discurso construído e influenciado pelo contexto histórico e cultural, um campo mais amplo do que a determinação de que “algo é isso”. Não é algo estabelecido: em constante mutação, avaliação e reavaliação, ganha novas formas de acordo com o contexto em que está inserida: como o indivíduo é influenciado, interpelado e afetado pelos processos desencadeados pelos sistemas culturais.

Desta forma, podem ser criados vínculos variados e diferentes, até antagonísticos, livres para ser temporários ou permanentes, sofrendo alterações com as novas situações decorrentes do papel que desempenha na inserção no mundo social e cultural. O campo de avaliação é rico e vasto, apesar do risco constante da simplificação fácil oferecida pelos estereótipos, modelos já prontos que facilitam a visão de vida no mundo atual, marcado pela aceleração e pelo excesso de informações. As identidades modernas estão deslocadas e fragmentadas – fora do centro de onde conseguiam estabilizar o mundo e permitir a utopia do indivíduo integrado. A estrutura aberta permite haver história, dentro da possibilidade de novas articulações, produção de novos sujeitos na busca por sua recomposição, uma fantasia a ser perseguida, mas nunca alcançada. O indivíduo foi libertado de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas, o que leva a uma disputa de poder porque o “eu” é apresentado em diferentes situações sociais, gerando conflitos entre os diferentes papéis e a necessidade de negociá-los.

Em âmbito maior, há a influência na formação das identidades nacionais, que se transformam no interior da representação do indivíduo na sociedade. Hall (2007) recorre ao conceito de “comunidade imaginada” de Benedict Anderson (1983): a nação usa a narrativa para unir as pessoas em torno da ideia de participação nesta comunidade simbólica, compartilhando valores, representações e sentidos, organizando e influenciando as ações dos integrantes.

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um *discurso* (sic) – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto as nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos (...). As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com o quais podemos nos *identificar* (sic), constroem identidades. Estes sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que delas são construídas. (Hall, 2007, p. 50-51)



Hall (2007) lembra que a narrativa da cultura nacional é contada a partir da narrativa da nação, da ênfase nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade, na invenção da tradição, no mito fundacional e no *folk* puro, original. A cultura nacional, portanto, constitui um *dispositivo discursivo* que usa a diferença (nós não somos “o outro”) para costurar a unidade da identidade específica. Woodward (2000) defende que as identidades só adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos que as representa (isso cria a narrativa da representação que delimita o nós/eles, que classificam o mundo e as relações no seu interior). E segundo Silva (2000), os padrões de avaliação são produzidos no mundo social e cultural, fabricados no contexto linguístico, devem ser nomeados e instituídos como tais.

Conforme Hall (2007), as nações modernas se tornaram híbridos culturais. Um efeito da globalização, processo que supera as fronteiras, marcado por fluxos culturais entre as nações e o consumismo, que criam clientes para os mesmos bens, serviços, as mesmas mensagens e imagens. À medida que as culturas nacionais tornam-se mais expostas às influências externas, é difícil conservar intacta as identidades culturais. Quanto mais a vida social é mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, mais as identidades se tornam desvinculadas e parecem flutuar livremente. Apesar deste maior poder de influência sobre todos os campos da vida social, Felipe di Blasi (2006) ressalta que, apesar da abertura de fronteiras comerciais e informativas, o local tende a preservar-se da descaracterização interna.

Apesar de a globalização interferir internamente nas nações, existem mecanismos de preservação interna que são adotados, mantendo seu sentimento e valores particulares. Só assim, garantidas internamente, as nações podem lançar-se no mercado global, interagindo neste “mercado dos Estados nacionais”, cada uma com sua moeda cultural específica, seja no campo político, econômico ou esportivo. (BLASI, 2006, p6)

Neste aspecto, Hall (2007) considera que é necessário pensar uma nova articulação entre o “global” e o “local”, compreendendo a produção de novas formas de identificações, o que derruba a idéia de *homogeneização cultural*. A identidade híbrida não é nenhuma das anteriores, mas uma nova identidade aberta a estas e outras influências. No texto *Quem precisa da Identidade?*, de 2000, o autor faz o contraponto entre a identidade baseada numa origem comum ou características partilhadas com outros grupos e pessoas a partir de um mesmo local e a identidade como algo sempre



“em processo”, uma fantasia de incorporação. Por isso, seriam pontos de apego temporário às posições-de-sujeito, construídas pelas práticas discursivas.

Os meios de comunicação são responsáveis por filtrar aspectos da realidade, dentro de um contexto histórico e social, e divulgá-lo para as pessoas que o acessam. Desta forma, criando e modificando conceitos, padrões e exibindo as informações que compõem o repertório compartilhado pelos integrantes de uma sociedade. Aline Maia resume: “é através dos meios de comunicação de massa que o indivíduo assimila considerável volume de conteúdos para construção de seu conhecimento e identidade, apesar dos meios não reivindicarem para si esta função” (2007, p.13). Em artigo para o livro que avalia os 40 anos de Telejornalismo no Brasil, Beatriz Becker (2009) diz que, em si mesmos, os veículos de massa são instrumentos que têm o poder de influenciar as sociedades complexas - pela capacidade de espelhar mensagens entre multidões de pessoas, sobre vastos territórios - e refletem interesses e contradições de outras instituições e da própria mídia: intencionalidade condicionada nos discursos midiáticos. Ela ressalta ainda que as mídias, ao criar uma visão, um sentido particular de mundo, controlam uma parte do poder social: a verdade não está no discurso, mas no efeito que ele produz. (2009, p.94). Em artigo, Flávio Rodrigues (2007) ressalta que a construção do imaginário e do real tem forte influência do modelo dominante de cada época.

É importante chamar a atenção para o fato de que é impossível representar num meio de comunicação o “real em si”. Este real – o vivido, real-histórico – é em verdade, nada mais que uma elaboração realizada pelos sistemas de representação socialmente gerados. Basicamente, o real se opõe ao imaginário – dois parâmetros de construção social (...). A representação participa de um processo de geração do conhecimento, altamente subjetivo porque se constitui de um processo cognitivo transformador, já que ocorreria em decorrência do fluxo de estruturas simbólicas na mente do indivíduo. (RODRIGUES, 2007, p.9)

Berger e Luckmann (2007) lembram que a identificação é formada por processos sociais e é mantida, modificada ou remodelada pelas relações sociais. Cada pessoa define, de acordo com necessidades e contextos, os papéis que representa ou é obrigada a representar. Eles ressaltam que o indivíduo é biologicamente predestinado a construir e habitar um mundo com os outros, que se torna a realidade dominante e definitiva. Os limites são estabelecidos pela natureza e, depois, em torno dela. Nesta dialética, o homem produz a realidade e produz a si mesmo.

No mundo atual, o jornalismo é um dos instrumentos que serve de ponte e intermediário, criando conceitos, padrões e exibindo uma sociedade que pode nem



mesmo ser a realidade, mas uma forma de vê-la. Esse posicionamento constitui o modo como se estabelecem os estoques de informação produzida culturalmente e, tais estoques, se estabelecidos a partir da decodificação de uma dada realidade, acabam por constituir um acervo da memória documentada. Para se sentir pertencente ao contexto de onde está, temporária ou permanentemente, o indivíduo precisa se identificar com algo mais amplo, a partir dos elementos representados pelos meios de comunicação, dentro do que é considerado o consenso vivido por ele e seus pares no dia a dia. A geração do conhecimento é operada pela transferência da informação para a realidade daqueles que a recebem, com base em uma conjuntura adequada de apropriação dessa informação.

Vizeu (2004) avalia a importância da construção do discurso jornalístico, através da teoria da enunciação, que considera que a linguagem é ação e não um mero instrumento de comunicação – o *dialoguismo* é o princípio constitutivo da realidade e da condição de sentido do discurso. O interlocutor é fundamental: um enunciado deve se levar em conta a orientação para o *outro*.

Compartilhamos da opinião de Fausto Neto para quem toda notícia se constitui uma espécie de formação substitutiva. Ou seja, é algo que tenta se colocar no lugar de outra coisa que lhe é exterior. Sendo assim, o dito tem uma objetivação expressa em forma de matéria significativa (mensagem) (...) No jornalismo, a linguagem não é apenas um campo de ação, mas a sua dimensão constitutiva. É a condição pela qual o sujeito constrói um real, um real mediatizado. Nesse sentido, a *enunciado jornalístico* é bastante singular em função deste campo desloca-se sempre como um lugar que *retrata* e cria o lugar do outro, a partir de leis e regras determinadas. (VIZEU, 2004. p.3-4)

De acordo com Vizeu (2004), o texto jornalístico é um processo de doação de sentido, uma vez que é discurso ordenador dos fatos, tornando-os inteligíveis dentro de uma lógica racionalmente compreensível. Cada indivíduo que integra a audiência, ao interpretar os novos saberes do discurso jornalístico, a partir do seu próprio mundo vivido, torna-se um sujeito autônomo de constituição do sentido. E ainda deve ser considerado o *silêncio*: que engloba aquilo que não ganha destaque, que fica à margem do enquadramento, com o qual o discurso jornalístico dialoga. Ele ainda considera difícil pensar no jornalismo como mera reprodução do real, porque reduzi-lo a uma simples técnica e acionamento de normas mecânicas causaria perda da dimensão que oferece. No entanto, também é incapaz de revelar a realidade de forma plena, por isso, elenca prioridades enquadradas dentro dos padrões existentes dos contextos específicos.



O Jornalismo Esportivo também lida com a negociação de identidades, por meio da marcação da diferença, alianças e antagonismos é mais claramente vista: o outro é o adversário que também disputa a medalha, o troféu, a vitória. Pecenin (2007) recorre a Foucault, para argumentar que o discurso articula saber e poder – este diz respeito à condução de condutas, a prender o indivíduo a uma identidade, a conduzir sua subjetividade. A seção esportiva, os jornais e programas especializados são encarados como espaço do saber, com autoridade para enunciar e interpretar os fatos esportivos: “constrói discursivamente subjetividades ou identidades para os atores do mundo da bola, pois o saber, conforme Foucault (1995), é um dos elementos que, pelo discurso, transforma indivíduos em sujeitos” (PECENIN, 2007, p.3). Assim, têm aspectos enquadrados, favorecendo ou não dependendo do ângulo escolhido, os meios de comunicação de massa consolidam-se como vitrines que servem a fins de composição identitária.

Em artigo sobre o Futebol e a Identidade Nacional do Brasil, Luiz Carlos Ribeiro (2003) ressalta que esporte é visto como uma forma de transmissão de valores, por ditarem para os seus praticantes uma forma de comportamento e influenciarem no modo de agir, nas prioridades e assuntos discutidos por quem apenas o segue e mesmo aqueles que os ignoram. Conforme Bianca Alvin (2009), o discurso que circula pela mídia é, cada vez mais, uma fonte fundamental para os processos de reconhecimento, adesão e projeção identitária dos sujeitos. E considera urgente a importância de se ter um jornalismo esportivo sério e de qualidade. Dessa forma, o público poderá, em tese, a partir do conhecimento de informações sobre o futebol (caso estudado por ela), ter uma consciência maior sobre a formação da sua identidade. Conforme o jornalista Marcos Guterman (2009), que estudou o paralelo entre a história e consolidação do futebol com o estabelecimento de uma identidade brasileira, ressalta que a modalidade tem a capacidade de fazer com que as pessoas se sintam unidas, mesmo geograficamente distantes.

Esse “sentido de proximidade” é próprio do futebol, como salientou o pensador francês Alain Touraine, em artigo na Folha de São Paulo, por ocasião da Copa de 1998. Touraine diz que “na sociedade capitalista contemporânea, que acelera a produção de um sistema, gerando isolamento e desenraizamento, o futebol produz relações de proximidade e identificação entre pessoas que, em muitos casos, encontram-se espalhadas pelo mundo”. (GUTERMAN, 2009, p.181)



Pecenin (2007) ressalta que a crônica esportiva está legitimada como um espaço de saber, que enuncia e interpreta a história do esporte, dá destaques positivos e negativos a equipes, jogadores, treinadores e árbitros, construindo discursivamente identidades para os atores retratados. Influencia a forma como este ou aquele assunto será olhado, discutido, criando antipatias, simpatias ou mesmo indiferenças. A legitimação de determinada identidade pode acontecer através da referência a um suposto e autêntico passado – possivelmente um passado glorioso, mas, de qualquer forma, que parece “real” – que poderia validar a identidade reivindicada. E Abrahão, Di Blasi e Salvador (2007) lembram que as narrativas produzidas pelo jornalismo esportivo são fonte seminal de criação de mitos ou história de identidade no futebol.

Matérias são veiculadas para tornar os leitores íntimos das diversas tradições que são construídas sobre o futebol. Fatos significativos do passado são rememorados para atender às demandas do presente. Como uma das estratégias, as narrativas jornalísticas são emitidas para a afirmação das identidades coletivas. Neste sentido o jornalismo esportivo se configura como um dos veículos mais importantes na construção e manutenção da memória. Seu acesso fácil e sua leitura acessível proporcionam um intercâmbio de informações entre os diferentes setores sociais. Mitos, histórias de redenção, superação e tradições são construídos ao sabor das demandas sociais do presente. (ABRAHÃO, 2007 p.2)

Para Soares, Helal e Santoro (2004), as narrativas jornalísticas empreendem um caráter documental que realimenta a oralidade dos leitores. Só não podem ser vistas como imparciais pelo fato de serem fonte documental, porque selecionam, editam e classificam as informações conforme o contexto dominante ou a correlação de forças.

A identidade em transformação do Haiti, segundo uma reportagem televisiva

Nas matérias sobre o Haiti, exibidas pelo Sportv⁴, a equipe do repórter Regis Rösing aborda a importância do esporte como parte da reconstrução física, moral e identitária de um país. O Haiti mostrado nas reportagens possui uma vasta gama de mazelas humanas, miséria, pobreza, violência e destruição. É uma descrição que nenhuma sociedade deseja para si mesma. Conforme Roberto DaMatta, a identidade é formada a partir de afirmativas e de negativas diante de certas questões, criando um “inventário” de identidades sociais e de sociedades: “a palavra cultura exprime

⁴ Vídeo do programa e transcrição do texto disponível no link
<<http://sportv.globo.com/site/programas/sportv-reporter/noticia/2011/05/haiti-tenta-superar-marcas-do-terremoto-de-2010-atraves-do-esporte.html>>. Acesso em 31 de janeiro de 2012.



precisamente um estilo, um modo e um jeito, repito, de fazer coisas” (DAMATTA, 1984, p.17). O programa destaca o trabalho do Exército Brasileiro, que enviou mais de 20 mil soldados ao país desde 2004 na Missão da ONU para Estabilização do Haiti (Minustah). Para se aproximar e conquistar a confiança dos haitianos, eles incentivam a prática de modalidades esportivas. Uma forma de exportar o que, no Brasil, Roberto DaMatta define como meio de criação de um ambiente comunitário, unindo todos através do ato de torcer.

É esse investimento absoluto e envolvente que faz do “torcer” um autêntico “brasileirismo” (no melhor sentido de Gilberto Freyre) e um belo exemplo daquilo que Marcel Mauss descobria como “fato social total”, isto é, como um evento social caracterizado por ser capaz de mobilizar simultaneamente na sua invocação, menção ou aplicação, dimensões religiosas, econômicas, políticas, morais, estéticas e ideológicas. (DAMATTA, 2006, p.113)

A admiração e o respeito conquistados pelo futebol brasileiro mundo afora abre portas em diversas ocasiões. A partir deste “selo de qualidade”, os militares brasileiros acreditam que o esporte difunde valores de dedicação, perseverança, superação e ascensão social, incentivando os haitianos a não desistir e a ter vontade de vencer e um objetivo a alcançar. Segundo Roberto DaMatta, reverter o padrão já faz parte da sociedade brasileira, ao dizer que “neste sentido, o nosso futebol aciona uma visão de mundo na qual o fraco vira forte, o oprimido torna-se expressamente dominante e o socialmente inferior transforma-se em herói” (2006, p.62 e p.69). Ao permitir um caminho para melhorar, não apenas a própria condição, mas de todos no entorno, cria um modo de comportamento que pode ser abraçado por quem vive naquele local.

A herança africana, dos escravos trazidos para trabalhar nas colônias da América, presente no ritmo musical escolhido para embalar a Corrida pela Paz: o samba e o ritmo do Olodum. Acolhidos, os haitianos se aproximam – a matéria mostra como o menino Samir, que ficou soterrado dois dias e perdeu os pais no terremoto, se sente valorizado ao dançar no meio da roda dos soldados. Assim, nos tornamos “irmãos” por compartilhar pontos semelhantes de origem do povo.

Histórias oficiais sobre formação de identidades nacionais não seriam construções que, mesmo que incentivadas por uma elite, só fazem sentido, só se



tornam oficiais, quando “colam” com os anseios da população, isto é, quando são simultaneamente, mito e sonho. Ou seja, não existiria uma tensão dialética entre elite (discurso erudito) e povo (discurso popular)? O que percebemos, enfim, é que essas essencializações, das quais a construção de uma identidade nacional faz parte, são eficazes, possuem “materialidade”, mesmo sendo simbólicas; ou seja, produzem um resultado prático no imaginário coletivo: soldados morrem nos campos de batalha defendendo a bandeira de seus países, guerrilheiros matam em nome da legitimação de sua “etnicidade”. (HELAL, GORDON JR, 1999, p.21-22)

A primeira parte “Haiti 2011 – o esporte e o futuro” mostra a miséria e a pobreza da Cozinha do Inferno, bairro visitado pelos atletas Claudinei Quirino e Luiz Lima. E a surpresa dos moradores em vê-los lá. Um deles, David, pergunta diante das câmeras: “Por que vocês estão aqui onde ninguém mais quer vir?” e diz porque tem esperança: “os brasileiros nos ajudam. Ninguém se importa tanto com nós como os brasileiros”. Sentimento reforçado por outro morador, Cardoso: “os soldados dão segurança, se não os bandidos estariam matando a todos”.

E comida e água potável são os atrativos para participar da Corrida pela Paz em Porto Príncipe. Uma estratégia para criar um momento de unidade entre os compatriotas – os haitianos cantam o hino, dançam ao som do Olodum, vestem a mesma camisa. Ninguém está excluído. Mesmo em um cenário ainda muito desfavorável – o percurso de seis quilômetros da prova passa pelos locais afetados, ainda não reconstruídos, onde morreram muitas pessoas, outras sobrevivem em condições subumanas. A prática esportiva, assim, superaria qualquer objetivo primário e permitiria outras significações.

Tudo indica que o esporte tem um lado instrumental ou prático que permite “fazer” coisas e promover riqueza; mas ele tem também um enorme eixo expressivo e/ou simbólico que fala mais do modo como nos vemos e queremos ser vistos do que sobre o que estamos fazendo. (DAMATTA, 2006, p.149-150)

O personagem desta matéria é o menino Maurice, subnutrido, morador da Cozinha do Inferno, que participou da prova para beber água limpa e ganhar o lanche: duas bananas. Ao longo do trajeto, ele conta que quer um emprego para trabalhar e sobreviver, mostra seu maior tesouro: um carrinho. Ainda se preocupa com o produtor da TV que o acompanha, incentiva outras a correrem dizendo que comida será distribuída no final e se descobre ao se ver na câmera e quis se ver várias vezes. Neste contexto, o poder da presença de uma câmera de televisão mais que uma chance de mostrar ao mundo como está o Haiti, serve como um olho que ratifica a existência. Conforme Dominique Wolton, a TV atua como produtora e fornecedora de



representações e laços sociais. “É a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea” (1996, p.15).

A segunda parte do programa “Haiti 2011 – o esporte e o esporte” destaca o trabalho do exército para formar um ídolo local. O personagem é Ivens Pierre, boxeador que vive na Cité Soleil, a maior e mais perigosa favela de Porto Príncipe, com 300 mil habitantes e palco da disputa entre gangues rivais, que vendiam drogas e armas. Em 2004, o Exército Brasileiro pacificou o bairro. No entanto, com o terremoto, três mil guerrilheiros fugiram da prisão e retornaram à Cité Soleil, onde tentam reorganizar os grupos. O rapaz de 26 anos é retratado como uma metáfora do “povo haitiano encurralado nas cordas, sem poder se defender. Mesmo nocauteados, aprenderam a não cair.” Levado pelos militares para lutar no Panamá, após o terremoto, mesmo sem as condições ideais de preparação, venceu as cinco lutas e ganhou o cinturão, um orgulho para os outros moradores do bairro e os haitianos. De acordo com o Exército, a criação de um ídolo local é a forma mais eficiente de difundir os valores incentivados pelo esporte: diversão, integração e desejo de melhorar. Desta forma, as crianças correm para vê-lo treinar, querem ser como ele que perdeu casa e o único ringue do país no terremoto, e agora treina nas ruas contra Nakata, o outro boxeador do local. A matéria afirma que ainda não é comum ver um haitiano vitorioso, mas Ivens Pierre quer mudar este quadro.

Embora as matérias não citem, o sucesso desta aproximação é atribuído a uma partida de futebol: o Jogo pela Paz, realizado em Porto Príncipe em 18 de agosto de 2004, com as equipes principais dos países⁵. O registro – com destaque para a recepção dos haitianos aos jogadores brasileiros, em especial, Ronaldo Fenômeno e Ronaldinho Gaúcho – se tornaram o documentário “O dia em que o Brasil esteve aqui”, de 2005, da Pródigo Filmes⁶.

Diante das criativas iniciativas brasileiras e da competência da força militar, cresce a confiança dos haitianos em relação às tropas brasileiras, e aprofundam-

⁵ Ler sobre isso em < <http://globoesporte.globo.com/platb/memoriaec/2010/01/14/selecao-brasileira-e-povo-do-haiti-uma-relacao-marcada-para-sempre/>> Acesso em 09 de fevereiro de 2012.

⁶ Ver trailers em < <http://www.youtube.com/watch?v=Xz9HyAXNYD4>> e < <http://www.youtube.com/watch?v=O8UM-XbOzR4>>. Acesso em 09 de fevereiro de 2012.



se os laços entre Brasil e Haiti. Nesse sentido, declara Wendell Claude: “Creio que o Brasil [...] é um povo muito querido pelo povo haitiano; houve demonstrações quando houve a partida de futebol entre haitianos e Brasil; todo o mundo pôde apreciar o amor do povo haitiano em função, sobretudo, do futebol, e outras afinidades culturais, que tem o povo haitiano [com] o Brasil”. O sentimento de empatia existente entre os dois povos facilita a execução das ações táticas por parte das tropas e, conseqüentemente, abre caminho para a concretização do mandato da MINUSTAH. Estreitam-se os laços entre Brasil e Haiti, a partir da percepção, pela maioria dos haitianos, de que os brasileiros não estão lá em uma missão de ocupação, mas sim, verdadeiramente, em uma missão de paz (VERENHITACH, 2009, p.9).

Neste estado, com esta identidade fragilizada, qualquer influência positiva – e negativa – ganha espaço. No entanto, os moradores não vão se identificar com qualquer possibilidade que lhes é oferecida, a escolha passa pelo campo sentimental. Ao se tornarem acessíveis aos projetos e propostas do Exército Brasileiro, o povo do Haiti apreende nelas, imbutido, o jeito brasileiro de ver e viver o mundo enquanto passam pela redescoberta de uma forma própria. A favor do Brasil, as características atribuídas ao futebol são vistas como sinônimo do país: simpático, alegre, vistoso, solidário e campeão, com algumas das melhores seleções e jogadores de todos os tempos. Comprovando o que Muniz Sodré destacou sobre o potencial do futebol como encenação imaginária de contato e mediação do Brasil.

O futebol – por razões que pendem um estudo elucidativo - capitalizou aspectos de uma ideologia populista difusa nos quais se misturavam anseios de entretenimento com aspirações de ascensão social. (...) Deste modo, produzia-se através do jogo um mito (uma significação) de ajustamento e identidade ao nível da nação, das classes e das raças. Quanto ao aspecto da identidade nacional, percebe-se que o nosso futebol joga sempre com uma essência, uma idéia permanente do homem, que poderia ser resumida no ditado: “brasileiro já nasce feito pra quebrar galho e dar um jeito”. Lida-se aqui com o famoso mito da esperteza do elemento nacional. Este mito faz crer que dificilmente se encontra alguém mais malicioso, mais inventivo que o brasileiro, supostamente capaz de superar qualquer situação difícil. (SODRÉ, 1977, 148-149)

Também se trata de uma forma de “colonização”. O Haiti está abandonado e destruído de todas as maneiras possíveis – física, infraestrutural, moral, política (a corrupção impede a liberação do dinheiro necessário para reerguer as cidades), individual e coletivamente. Mais importante que ser e se sentir haitiano é sobreviver. E o esporte tem a capacidade de absorver a sociedade que o engendrou. Conforme Roberto DaMatta, serviu para disciplinar as massas, através de suas regras e padrões de comportamento no campo e ao redor e por ter uma “ ligação estrutural e estruturante com a idéia de *fair-play*, que conduz à trivialização (e à relativização) da vitória e da



derrota” (DAMATTA, 2006, p. 150). O trabalho no Haiti é criar condições para que retomem o processo de existir como país e se sentir compartilhando uma identidade comum que, de acordo com Hall, estará sempre absorvendo influências.

Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. (...) Assim, em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação (sic), e vê-la como um processo em andamento. (HALL, 2007, 38-39)

Desta forma, a presença dos ídolos e, mais importante ainda, a construção de um ídolo local serve como exemplo para levá-las para programas e projetos sociais. Conforme DAMATTA, (2006, p.124), o Brasil exporta a experiência de que, através do esporte (no caso, o futebol), é possível ter uma cidadania positiva sociocultural vitoriosa, cheia de carinho e amor, contando com forças e talentos. Seja Maurice ou Ivens Pierre. São tantos problemas a serem resolvidos que não é possível que tudo melhore em um passe de mágica. Roberto DaMatta considera que o uso do esporte como um farol de esperança em meio ao caos “cria as condições para novas mitologias, propondo dizer, como fazem a arte e a poesia, todas as coisas de uma só vez” (DAMATTA, 2006, p.147). As pessoas são incentivadas a serem, como indivíduos, heróis da superação e contribuir para que o país se torne um vencedor contra as mazelas que o afligem.

Considerações Finais

O produto jornalístico oferecido por Régis Rosing explora este potencial de vínculo sentimental entre os haitianos e o Brasil, os haitianos e o Exército Brasileiro e o telespectador e o emissor do programa (seja na versão de três reportagens exibidas aos domingos no Esporte Espetacular ou na versão condensada veiculada pelo Sportv). Assim, constrói dentro do enquadramento ao qual se propôs várias identificações: os brasileiros em situação de pobreza podem procurar o esporte como via de melhorar de vida; outros telespectadores podem sentir orgulho pelo fato do Brasil ajudar um país que precisa e o Exército reforça a imagem positiva junto à sua comunidade natal. Afinal, a intervenção da corporação naquela sociedade é retratada de forma parcial e heróica, causando apenas impactos positivos (não são mencionadas possíveis falhas existentes no trabalho do grupamento brasileiro). Apesar do armamento e do visual de guerra, as



imagens e os textos reforçam em vários momentos que as crianças não temem os militares, porque eles seriam anjos de quem se aproximam porque “querem ser como a gente é” (nas palavras do repórter na matéria).

Após esta reflexão, se pode apreender as diferentes estratégias e mediações envolvidas na construção-reconstrução de uma identidade. Desta forma, encontra-se uma prática possível das teorias levantadas neste artigo: como conduzir a criação (ou recriação no caso do Haiti) de um discurso nacional, o peso que o esporte pode exercer neste contexto. Lembrando que não é algo recente: Hitler utilizou os Jogos Olímpicos de 1936 como propaganda da superioridade da raça ariana; Mussolini transformou em obrigação a vitória na Copa de 1938, na Itália e durante a Guerra Fria, muitos capítulos da disputa pela hegemonia mundial entre Estados Unidos e a ex-URSS foram travados nos Jogos Olímpicos. Especificamente sobre o Haiti, o Exército se utilizou do repertório que o mundo reconhece como “ser brasileiro”: música, alegria, festa, uma nação de portas abertas aos outros povos, esporte, futebol. Muitas destas características, apreendidas através dos meios de comunicação, a partir de eventos que atraem a atenção mundial. Neste contexto, funcionam como um “selo de qualidade” não só para o trabalho do Exército no país, mas também para a base sobre a qual estão reconstruindo a cadeia dos significados pertinentes a si mesmo e ao “ser haitiano”.

Referências Bibliográficas

ABRAHÃO, B.O.L., DI BLASI, F. e SALVADOR, M.A.S. **A “Camisa 10” do futebol como um símbolo na manutenção da identidade nacional – o discurso da mídia.** Esporte e Sociedade ano 2, n.6, Jul.2007/Oct.2007

ALVIN, Bianca. **Jornalismo esportivo:** O papel da mídia na construção das identidades futebolísticas contemporâneas. Revista PJBR USP: ano VI, no.12 novembro 2009. In <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/ensaios12_c.htm> Acesso em 27 de março de 2010.

BERGER, P. L., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. 27ª. Ed., Petrópolis, Vozes, 2007.

BLASI, Felipe di. **Futebol, memória e identidade nacional nas Copas do Mundo.** ‘Usos do Passado’ — XII Encontro Regional de História ANPUH-RJ 2006.

DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens:** duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.



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

GIULIANOTTI, Richard. **Dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões**. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**: uma história da maior expressão do popular do país. São Paulo: Contexto, 2009.

HALL, Stuart. Quem precisa da Identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.

_____, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2007.

HELAL, Ronaldo; GORDON JR., Cesar. **Sociologia, História e Romance na Construção da Identidade Nacional através do Futebol**. Revista Estudos Históricos vol. 13 no. 23. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.

MAIA, Aline Silva Correa. **Telenovela, Projeção, identidade e identificação na modernidade líquida**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compos. Agosto de 2007.

OLIVEIRA, Roberta. **O futebol como instrumento de criação e representação de identidade na telenovela – o caso “Juvenal Antena”**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011.

_____, Roberta. GUERRA, Márcio de Oliveira. **Mídia e identidade**: reflexões sobre a “regra do impedimento” feminino no futebol. IX Encontro Regional de Comunicação, Juiz de Fora-MG, 04 a 07 de maio de 2011.

_____, Roberta. _____, Márcio de Oliveira. **Jornalismo Esportivo e Identidade**: um olhar sobre o caso de Juiz de Fora. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vitória, ES – 13 a 15 de maio de 2010.

_____, Roberta; MAIA, Aline Silva Correa. **Futebol, Identidade e Memória**: o Lance! do Consumo do Botafogo de 1962. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.



PECENIN, Marcelo Fila. **O grande contra o pequeno: discurso e identidade na crônica futebolística brasileira.** In: Estudos Lingüísticos XXXV, p. 1237-1246, 2006.

_____. **Discurso, futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 1994.** In: Estudos Lingüísticos XXXVI(3), setembro-dezembro, 2007.

RODRIGUES, Flávio Lins. **Identidade Regional nas Vinhetas dos Telejornais:** Uma análise da representação visual na TV Panorama. Intercom: XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Juiz de Fora, 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu (org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SOARES, A. J.; HELAL, R., SANTORO, M. A. **Futebol, imprensa e memória.** Unisinos: Revista Fronteiras – estudos midiáticos. VI(1):61-78, jan./jun. 2004.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil.** Petrópolis, Vozes, 1977

VERENHITACH, Gabriela Daou. **A influência da liderança brasileira na missão das Nações Unidas para a Estabilização no Haiti.** In <http://www.educiens.org.br/download/artigo_gabriela27jan09.pdf>. Acesso em 09 de fevereiro de 2012.

WISEU, Alfredo. **A Produção de Sentidos no Jornalismo: da Teoria da Enunciação à Enunciação Jornalística.** In: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2004.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão.** São Paulo: Ed. Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Petrópolis: Vozes, 2000. p.7-72.