



Com quantas medalhas se constrói uma nação?

Representações atribuídas à China pela revistas semanais de informação¹

Taiana Steffen EBERLE²

Valquíria Michela JOHN³

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC.

Resumo

Esta pesquisa verificou como a China foi socialmente representada pelos meios de comunicação brasileiros. Foram eleitas para análise as edições do mês de julho das três revistas semanais de maior circulação no Brasil: *Veja*, *Época* e *Isto É*, para verificar como nossa mídia impressa constrói a China para os brasileiros. Foram consideradas apenas as matérias que abordaram o país sede das Olimpíadas em algum aspecto de sua cultura: gêneros, população, cultura, arquitetura e demais perfis sociais. Como procedimento metodológico para a coleta e análise dos dados, foi utilizada a técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) proposto por Lefèvre e Lefèvre (2003). De um modo geral, a imagem do país foi positiva, entretanto, estereótipos e limitações quanto à identidade cultural atribuída à China também foram a tônica das publicações analisadas.

Palavras-chave

Representações Sociais; Olimpíadas; China; revistas semanais.

Representações e Comunicação

Qual é a identificação que temos com a idéia de sermos brasileiros, além da questão de nascimento? Essa idéia de pertencimento é o que definimos como identidade nacional. Muitos são os elementos ou símbolos que caracterizam nossa idéia de nação, entre eles, o idioma, os hábitos alimentares, vestimenta, comportamento social. Stuart Hall (2004), afirma que não há de fato uma construção de identidade, mas de identificações. Em nosso caso, por exemplo, sabemos que nem todo brasileiro ama futebol, mas todo brasileiro considera o Brasil a pátria mãe desse esporte.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática IJ 06 - Interfaces Comunicacionais, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Acadêmica do 7º período do Curso de Comunicação Social - Jornalismo na Universidade do Vale do Itajaí e voluntária no grupo de pesquisa Monitor de Mídia. Contato: taiarau2@hotmail.com

³ Bacharel em Comunicação Social-Jornalismo, mestre em Educação. Professora da Univali, nos cursos de Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas e Design Gráfico. Professora substituta do curso de Jornalismo da UFSC. Atua como pesquisadora dos grupos Monitor de Mídia (Univali) e Grits - Informação, Tecnologia e Sociedade (UFSC). Atuou como orientadora da pesquisa aqui relatada. val@univali.br



E como se dá esse processo de construção de identidades? A partir dos grupos sociais e das instituições nas quais somos inseridos ao longo de toda a nossa vida. Formamos uma idéia de nação não apenas de nosso país, mas também das diversas nações além de nossas fronteiras. Nossas impressões sobre o outro (o que inclui outros países) se dão a partir das informações que recebemos e assim vamos formando uma representação sobre o distante. A mídia é a principal instituição articuladora dessas representações, justamente por tornar próximo o distante. Mesmo sendo parte intrínseca de nossa existência, a identidade nacional ou seus símbolos “não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formados e transformados no interior da representação.” (HALL, 2005, P. 48)

Afinal, o que são as representações? Abric (2001, p. 156) define a representação como “um conjunto organizado de opiniões, de atitudes, de crenças e informações referentes a um objeto ou a uma situação.” Ele reforça que a representação tanto é determinada pelo próprio sujeito, ou seja, sua história, suas vivências pessoais, suas atitudes e comportamentos, como pelo meio social e ideológico ao qual pertence, além da “natureza dos vínculos que ele mantém com esse sistema social”.

Moscovici (2003) atribui às representações duas características básicas. Em primeiro lugar, elas convencionalizam os objetos, pessoas ou acontecimentos: isto quer dizer que através da representação atribuímos uma classificação, um local de existência, não apenas aos objetos e acontecimentos à nossa volta, mas também às pessoas e grupos com quem nos relacionamos. Em segundo, as representações são prescritivas, “se impõem sobre nós com uma força irresistível”. Conforme Moscovici (2003), essa força é anterior a nós, está presente no meio social ao qual pertencemos antes mesmo de começarmos a pensar e está instaurada numa tradição que decreta até mesmo o que deve ser pensado.

Os meios de comunicação de massa exercem papel importante nesta “corporificação de idéias” e nas transformações não apenas da sociedade, mas das representações referentes a esta sociedade.

Um momento como o dos jogos olímpicos propicia um cenário importante e diferenciado para analisar a construção de representações sociais sobre o outro. Assim,



este estudo se propôs a analisar quais as representações sociais construídas pela mídia impressa brasileira em relação a um dos países mais presentes nos noticiários internacionais nos últimos anos, devido ao seu crescimento econômico e um país que, por conta de seu sistema de governo e suas práticas culturais, sempre exerceu fascínio no ocidente (seja este positivo ou negativo) – a China. Optamos por analisar a cobertura que antecedeu os jogos olímpicos de modo a nos focarmos em conteúdos e representações diretamente relacionados ao país e não necessariamente aos jogos.

Esta análise buscou verificar quais as representações sobre o país encontradas nas revistas de informação semanal. Tomamos como ponto de partida a concepção de que os meios de comunicação são construtores da realidade⁴, portanto responsáveis pela construção de perfis e pelo reforço de possíveis estereótipos. Seguindo a concepção da hipótese do agenda setting⁵, os assuntos priorizados na mídia influenciam e atingem diretamente o imaginário popular, a construção de suas representações..

Metodologia

Foram utilizadas como objeto de análise as revistas de informação semanal *Veja*, *Época* e *IstoÉ* referentes ao mês de julho de 2008, totalizando quatro edições de cada uma das revistas. Optamos pelo mês de julho (mês que antecedeu a realização dos jogos olímpicos) para evitar as publicações que se ativessem exclusivamente à realização dos jogos, à cobertura dos resultados. Assim, o que buscamos foram os conteúdos relacionadas à China, às características sociais, culturais, econômicas, entre outras atribuídas ao país, não à olimpíada.

Após a seleção dos veículos, constatou-se que a revista *Isto É* não trouxe, no período proposto, reportagens pautadas em representações sobre país, embora em todas as edições pudessem ser encontradas notícias sobre as competições e os atletas envolvidos. Já nas revistas *Época* e *Veja*, o conteúdo foi mais abrangente, destacando, em sua maioria, características da nação oriental que organizou o evento mais importante do esporte mundial. Foi acrescentada à análise a primeira edição do mês de agosto da revista *Veja* por trazer a China (o país e não os jogos) como o tema de capa.

⁴ Berger e Luckmann (2003)

⁵ Wolf (2002)



Para coleta e análise dos dados utilizamos O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) proposto por Lefèvre e Lefèvre (2003). Esta técnica parte dos discursos em estado bruto, submetidos a um trabalho analítico de decomposição que consiste basicamente em quatro figuras metodológicas que ajudam a organizar e tabular os depoimentos: a ancoragem, a idéia central, as expressões-chave e o discurso do sujeito coletivo. O DSC, segundo os próprios autores, é uma ferramenta a ser utilizada na “organização dos dados em pesquisas que se servem de metodologia qualitativa”.

O Discurso do Sujeito Coletivo tem, entre outros objetivos, ter acesso mais aprofundado acerca das representações sociais. Ainda de acordo com os autores, “quando se quer conhecer o pensamento de uma comunidade sobre um dado tema, é preciso realizar, antes de mais nada, uma pesquisa qualitativa já que, para serem acessados, os pensamentos, na qualidade de expressão da subjetividade humana, precisam passar, previamente, pela consciência humana.” Para Lefèvre (2002), utilizar o DSC como ferramenta de análise de resultados que envolvem representações sociais é uma forma de “dar luz ou recompor” o pensamento que, embora seja expressado individualmente, existe exteriormente ao indivíduo.

As quatro figuras metodológicas que constroem o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) são:

1. Ancoragem: é o que forma ou alicerça nossos pressupostos, conceitos ou hipóteses sobre o assunto tratado.
2. Idéia Central: são afirmações-chave que apresentam o conteúdo discursivo explícito nos depoimentos (ou nos textos, como é o caso).
3. Expressões-chave: são as transcrições literais ou palavras-chave que permitem recuperar o essencial do conteúdo discursivo, dos segmentos em que se divide a fala (ou texto).
4. Discurso do Sujeito Coletivo: é a incorporação de vários discursos semelhantes ou complementares em um ou vários discursos-síntese, a partir do enunciado das expressões-chave que contenham idéias centrais ou ancoragem semelhantes.



Nesta análise foram selecionadas somente as expressões-chave e idéias centrais de modo a nos atermos o máximo à preservação dos discursos literais das três publicações analisadas. De cada matéria analisada, foram coletadas as expressões-chave que designam uma idéia central sobre determinado tema. Em outras palavras, em todas as reportagens são utilizados termos que podem ser interpretados, facilitando, então, a compreensão da mensagem transmitida pelos meios de comunicação.

A visão do Oriente

A revista *Veja*, a maior em circulação do Brasil – e a quarta deste quesito no mundo -, apresentou quatro edições durante o período proposto. Além dessas, foi considerada a primeira publicação do mês de agosto. Duas dessas edições, do dia 9 e do dia 16 de julho, não abordaram temas diretamente ligados à China, mas, em contrapartida, as demais pautaram o país sede das Olimpíadas quase que em sua totalidade.

A maioria das matérias foi desenvolvida sob o ponto de vista comportamental dos chineses. A revista veiculou, ainda, um encarte especial sobre os jogos e lançou uma série especial de notas sobre o país, nos exemplares dos dias 30 de julho e 06 de agosto. As reportagens utilizadas na análise totalizaram 40 páginas, com 42 fotos.

Na primeira edição de julho, dia 02, a revista trouxe uma matéria sobre as mudanças de hábitos e comportamentos impostos aos chineses para que possam recepcionar melhor os atletas e convidados de outras nações. As aulas compreendiam desde técnicas de torcida à distribuição de “sacos higiênicos”, para que as pessoas corrijam o costume de cuspir nas ruas. A matéria “Uma revolução, um bilhão de histórias”, publicada no dia 23, destacou a influência da Revolução Chinesa na literatura do país e como os escritores se inspiram no acontecimento para escrever.

Entre as reportagens presentes na Edição Especial sobre as Olimpíadas, *Veja* apresentou duas pequenas matérias diretamente ligadas ao país: a primeira foi sobre os preparativos para os jogos e citou a precaução chinesa com o meio ambiente - incluindo a colaboração do exército chinês. Com ampla variedade de fotos, os leitores puderam conferir instalações como o Estádio Nacional de Pequim (em forma de ninho), o Centro Aquático Nacional, o novo terminal do Aeroporto Internacional de Pequim. A segunda



reportagem, intitulada “Bem vindos, atletas do mundo”, mostrou as características e transformações da Vila Olímpica. Entre elas, a redução de poluentes nas áreas próximas e a adaptação do tamanho das camas para os atletas.

O destaque, no entanto, coube à publicação do dia 06 de agosto, quando o país apareceu, além da capa, em mais de 15 páginas da revista. A reportagem especial “A Nova Revolução Cultural”, descreve, de modo detalhado, todas as mudanças que a população se submeteu a fim de sediar os Jogos Olímpicos. O enfoque direcionou-se ao espírito de adaptação da maioria dos chineses para “maquiar” hábitos e costumes, visando o bom andamento dos jogos, sem que precisassem aos menos ser persuadidos para tal. A China enfrentou uma severa reeducação e grande parte das ações privilegia o público de fora, sem que os chineses ficassem incomodados. Na realidade, tudo o que se vincula ao evento esportivo é encarado como prioritário. Mais do que uma obrigação, trabalhar em prol dos Jogos Olímpicos é visto pelos chineses como uma honra.

A matéria procura explicar, ainda, as razões para tamanho cuidado e entusiasmo diante das Olimpíadas. Pela primeira vez na História, os chineses vivenciam a chance de uma aproximação direta com o resto do planeta, e, com ela, a possibilidade de usufruir de tecnologias que antes lhe eram restritas. Geograficamente perto, embora ideologicamente distante do mundo globalizado, o país agora tem uma chance de interagir com as outras nações.

Mas não é só Pequim que preenche as páginas da Veja com informações e ilustrações de grande importância. A matéria, também da edição de 06 de agosto, com título “As catedrais de Xangai”, aborda quase que exclusivamente a cidade, se não fossem algumas pequenas comparações com a capital chinesa e com o próprio Brasil. A arquitetura local, no que diz respeito aos arranha-céus, é elogiada, assim como a tecnologia que permite a construção dos prédios mais altos do mundo em tempo recorde. Xangai concentra hoje dez dos 100 maiores edifícios do mundo.

A partir desta edição, durante os 17 dias de evento, a revista veiculou a série especial “Cenas da China”, um conjunto de pequenas notas que contêm curiosidades e informações peculiares sobre o país e os Jogos Olímpicos. A principal avenida comercial de Xangai, as aulas de mandarim da Vila Olímpica, o monitoramento



expressivo na Praça da Paz Celestial e o casamento chinês foram assuntos abordados na primeira publicação da série.

Tempos de Olimpíada

Época, a segunda revista semanal mais vendida no Brasil, apresentou, nas quatro edições do período de análise, matérias diretamente ligadas à China, assim como trouxe um especial sobre o país. Além disso, contou com uma série de quatro fascículos - três deles no período proposto - sobre as competições. No total foram 25 páginas de conteúdo relacionado ao país, incluindo 41 fotos referentes ao mesmo assunto.

A primeira edição do mês de julho, publicada no dia 7, veiculou uma matéria sobre a nova arquitetura chinesa. O artigo realça que, através desta área da engenharia, o país quer se mostrar como uma nação inventiva, sofisticada e aberta para o mundo. A China utilizou três quesitos fundamentais para erguer as construções em tempo recorde: energia, dinheiro e batalhões de operários nacionalistas. Foram gastos US\$ 34 bi no projeto dos jogos durante os cinco anos de obras.

O exemplar do dia 14 de julho enfatizou os campos da China e suas características: a colheita do arroz e de outros produtos agrícolas e os problemas que as populações pobres do país enfrentam – como a falta de apoio do governo, a poluição da região e as minorias étnicas. Em síntese, relatou as dificuldades que os chineses dessas localidades têm em termos de trabalho, condições de vida e cultura.

A terceira edição abordou a nova geração da China e trouxe um encarte apresentando a cidade sede das Olimpíadas. A primeira matéria retratou os adolescentes chineses como uma juventude extremamente patriota, competitiva, vaidosa e ambiciosa. Os jovens buscam celulares com câmeras, computadores, roupas de grife; têm fome e sede de tecnologia. Já o fascículo se propôs a mostrar o potencial da China nesses jogos. O país conta com quase um quinto da população mundial e pela primeira vez os chineses ameaçam, de fato, a supremacia norte-americana na competição. Outro assunto que a revista veiculou foi a polêmica na escolha da China como sede das Olimpíadas, já que a política governamental desrespeita os direitos humanos.



A quarta e última publicação de julho trouxe uma matéria sobre o desafio da China em desfazer a imagem de maior poluidor do planeta. A poluição é tamanha que o câncer pulmonar e o intestinal são as maiores causas de mortes no país. A reportagem apresentou os seis maiores problemas ambientais, o que vem sendo feito até agora para contornar a situação e outras possíveis soluções a serem tomadas.

A metamorfose de uma nação

Desde 2001, quando se decretou que a China seria a nação sede dos Jogos Olímpicos de 2008, iniciou-se uma discussão sobre até que ponto o país era – ou não – merecedor da missão. Desde então, o país assumiu um sério compromisso para que o evento tivesse o melhor resultado possível e empenhou-se, como nunca, em transmitir uma imagem cada vez melhor ao mundo inteiro.

Na verdade, já faz algum tempo que a China enfrenta uma série de transformações, e talvez seja possível afirmar que o país modificou-se ainda mais nesses últimos anos do que em toda uma trajetória de séculos. Os jogos Olímpicos, no entanto, proporcionam um determinado ar de conquista em meio a tantas transformações em decorrência de um passado trágico. Não se pouparam esforços para elevar o evento esportivo à condição de espetáculo e isso, combinado à abrangência das próprias competições, faz com que o país esteja em pauta na nos meios de comunicação como poucas vezes na História.

É possível afirmar que, de um modo geral, a cobertura pré-olímpica foi equilibrada: ao mesmo tempo em que se abordaram graves problemas chineses, foram apontadas as medidas tomadas com o propósito de revertê-las e os resultados alcançados pelo governo até então. Os julgamentos ou representações mais diretos sobre o país ficaram restritos às afirmações há muito tempo generalizadas: o fato de a China ser o país que mais polui o ecossistema e de o governo não respeitar os direitos humanos. Apesar disto, inúmeras peculiaridades e características culturais, que fazem da China uma nação singular, foram mencionadas de maneira positiva.

As publicações deixaram claro o fascínio que os chineses têm pelas Olimpíadas, ou, mais precisamente, pela oportunidade de poder organizá-la. Diante do sistema político que, desde 1949 governa o país, e do modelo de vida adotado, as mudanças que as



Olimpíadas trouxeram ao país são muito bem recebidas pela população. Esta nova realidade foi o mais importante tema retratado pela mídia impressa brasileira no recorte aqui analisado, que, simultaneamente, não deixou os receptores esquecerem detalhes históricos como, por exemplo, a repressão durante o governo de Mao Tsé-tung. Desta maneira, as revistas fizeram um paralelo entre a atualidade e as décadas anteriores, construindo uma representação de que tais transformações vêm, de fato, em benefício dos habitantes locais.

A questão ambiental foi também retratada; a abordagem deveu-se ao fato de a China ser a maior poluidora mundial e da grande quantidade de medidas tomadas para reverter este quadro. É válido acrescentar que as revistas questionaram se tamanha conscientização não seria apenas em virtude dos jogos. Ou seja, permanece a dúvida de qual seria o comportamento adotado em relação ao meio ambiente caso a China não sediasse o evento neste ano.

É evidente que, até então, o desafio assumido pela nação em 2001 foi cumprido com êxito. E, mesmo com o fim das competições, este desafio pode ser a grande chance de a China modernizar-se em diversos aspectos, desde que saiba redirecionar-se para tal. Talvez o esforço chinês em transmitir uma postura patriota e responsável instigue mais o público do que as realizações em si. O que ninguém pode negar é que, independente do número de ouros, pratas e bronzes, o país já pode se considerar um vencedor, ao menos esta é a principal representação construída nas publicações analisadas.

Referências

ABRIC, Jean-Claude. **O estudo experimental das representações sociais**. In: JODELET, Denise. (Org.) *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.



LEFÉVRE, Fernando; LEFÉVRE, Ana Maria Cavalcanti. **O Discurso do Sujeito Coletivo** – Uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

LEFÉVRE, F. **O discurso do sujeito coletivo** - breve apresentação da proposta. Disponível em <http://hygeia.fsp.usp.br/~flefevre/resumo.html>. Acesso em 25/11/02.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 7. ed. Lisboa: Presença, 2002.