



**O JORNAL NACIONAL APRESENTA:
A CULTURA RUSSA, SUAS RAÍZES E O ESPETÁCULO TELEVISIVO PRÉ-COPA
DO MUNDO¹**

**THE JORNAL NACIONAL PRESENTS:
THE RUSSIAN CULTURE, ITS ROOTS AND THE TELEVISION SPETACULE BEFORE
WORLD CUP**

Elcio Cassola Padovez²

Resumo

Este texto propõe, a partir dos estudos das raízes da cultura, presente em autores como Ivan Bystrina e Luciano Guimarães, analisar as duas primeiras matérias de uma série especial sobre a Rússia, veiculada em junho de 2017 pelo Jornal Nacional (TV Globo). Ao longo da semana que antecedeu a Copa das Confederações, que não contou com a seleção brasileira, o veículo procurou, a partir de um mosaico de assuntos culturais e sociais, apresentar a Rússia para o telespectador e chamar sua atenção em busca de audiência e a criação de um ambiente visual. Ainda como referencial teórico, utilizaremos o conceito de poder suave, presente em Frantshiesco Ballerini, e o de espetacularização de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, como forma de demonstrar como o meio televisivo estrangeiro constrói uma imagem estereotipada e com a presença de elementos kitsch do país-sede da Copa do Mundo 2018.

Palavras-chave: Comunicação. Ambientes visuais. Raízes da cultura. Espetáculo. Copa do Mundo.

Abstract

This text proposes, based on studies of the roots of culture, present in authors such as Ivan Bystrina and Luciano Guimarães, to analyze the first two stories of a special series about Russia, published in June 2017 by Jornal Nacional (TV Globo). Throughout the week leading up to the Confederations Cup, which did not count with the Brazilian team, the vehicle sought, from a mosaic of cultural and social issues, to present Russia to the viewer and get their attention in search of audience and to create a visual environment. Still as a theoretical reference, we will use the concept of soft power, presented in Frantschiesco Ballerini, and also spectacularization of Gilles Lipovetsky and Jean Serroy, as a way to demonstrate how the foreign television medium builds a stereotyped image and with the presence of kitsch of the host country of the 2018 World Cup.

Keywords: Communication. Visual environments. Roots of culture. Spectacle. World Cup.

1. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Ambientes Visuais, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

2. Mestrando em Comunicação, Faculdade Cásper Líbero (SP), padovezelcio@gmail.com. Este artigo é fruto da disciplina Estudos da Imagem, ministrado pela Prof. Dra. Simonetta Persichetti, no primeiro semestre de 2017, e de desdobramentos da pesquisa para a dissertação *os símbolos da cultura russa na construção da Copa do Mundo 2018*.

A Copa das Confederações e a Copa do Mundo, os maiores megaeventos esportivos organizados pela Federação Internacional de Futebol (FIFA), e que no biênio 2017-2018, ocuparam grande parte da atenção do mundo e da imprensa para a Rússia, se tornaram tema de uma série especial veiculada pelo Jornal Nacional (TV Globo). Ao longo de cinco episódios, exibidos dos dias 12 a 16 de junho de 2017, com 21min30seg de duração no total, a série, que antecedeu a abertura da Copa das Confederações, em 17 de junho, entre a Rússia x Nova Zelândia, trouxe como um dos elementos centrais a cultura russa, como a dança e a pintura (episódio 1) e a importância dessas duas expressões artísticas na formação simbólica e imaginária desta nação tanto nacionalmente quanto no exterior.

Os correspondentes Marcelo Courrage e Richard Souza, que se mudaram para a Rússia no primeiro semestre de 2017, como uma forma conhecer o contexto sócio histórico do país, desenvolver uma atitude etnográfica (CANEVACCI, 2002; MENEZES; PADOVEZ; 2018) e com isso, enriquecer a cobertura da emissora carioca do Mundial russo, também exploram neste especial os estádios utilizados nos dois torneios (episódio 2), problemas de doping no esporte russo na contemporaneidade (episódio 3), os 100 da fundação da União Soviética (episódio 4) completados no ano passado, assim como a tradição do país em formar goleiros, como o lendário Lev Yashin (1929-1990) no episódio final.

Como fenômeno de estudo deste artigo, concentremos a análise nos dois primeiros episódios da série do JN, utilizando o conceito de raízes da cultura, de semiótico tcheco Ivan Bystrina (1924-2004) cuja proposta é a de que a cultura se constitui a partir dos códigos terciários (hiperlinguais) e que a nesta operação da segunda realidade (BYSTRINA, 1990; GUIMARÃES, 2004; BAITELLO, 2012) podemos construir ambientes comunicacionais e visuais. Também como referencial teórico, utilizaremos a ideia de estetização do mundo, presente na obra dos filósofos franceses Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2016) para analisar como a representação midiática do país-sede do megaevento esportivo, sob o ponto de vista de um veículo estrangeiro, no caso a TV Globo, é moldada a partir de uma ótica estereotipada e com estética kitsch, a partir de infográficos e ilustrações. Por fim, trabalharemos o conceito de poder suave (NYE, 1994; BALLERINI, 2017) como uma ferramenta poderosa e simbólica da promoção do balé russo pelo mundo.

1. O fascínio dos megaeventos esportivos

O esporte, na figura do jogo (HUIZINGA, 1900; BYSTRINA, 1990) e da competição, são dois dos elementos que, ao longo dos milênios, fascinam a imaginação do homem e sua maneira de se comunicar e de se perpetuar simbolicamente na terra. O homem sempre teve no jogar uma de suas raízes da cultura, assim como o sonho, os estados alterados de consciência e as variantes psíquicas (BYSTRINA, 1990).

Esta raiz do jogo, somada a escalada industrial, do século XVIII em diante, passa a constituir as origens do esporte moderno e da realização dos primeiros megaeventos esportivos, tendo como marco as Olimpíadas de 1896, em Atenas, as primeiras num hiato de 1500 anos, período no qual a sociedade europeia, na Idade Média e no Renascimento, foi proibida de fazer uso da prática esportiva e o esporte era considerado como algo impuro e de escapismo das obrigações religiosas e do trabalho, além de no período renascentista, ser rebaixado frente a ideais ligados às artes e às ciências.

Com as grandes cidades da Europa cada vez mais industrializadas, em especial na França e na Inglaterra, o esporte passa a ser entendido de outra forma, como uma ferramenta educacional e de formação de princípios sociais para as elites, em especial a inglesa. Tal ideia encontrará ecos no Movimento Olímpico, liderado pelo historiador francês Barão Pierre de Coubertin (1863-1937), que busca retomar os ideais da Grécia a partir da criação do Olimpismo, movimento que prega a educação por intermédio do esporte, a promoção do espírito coletivo, do intercâmbio cultural e da compreensão internacional e a busca pela excelência (COI, 2018). Coubertin, que sonhava em reformular o sistema educacional francês e retomar os Jogos Olímpicos da Antiguidade, se torna um dos responsáveis pela fundação do Comitê Olímpico Internacional, em 1894, e dois anos depois, pela realização dos primeiros Jogos da Era Moderna, na capital grega.

O fervor industrializante, que faz com que o esporte seja um dos componentes da organização da vida social, também vai influenciar a criação das exposições universais, feiras de comércio e indústria, com imensas vitrines dos mais diferentes assuntos de cada país participante. A primeira edição, em 1851, aconteceu no Cristal Palace, em Londres, e a próxima exposição, em 2020, será em Dubai. Este evento foi realizado algumas vezes paralelo ou em anos próximos a edições de Jogos Olímpicos, como em 1900, em Paris (sediou ambos no verão deste ano).

1.2 A imprensa coloca os megaeventos esportivos em pauta

Na medida em que megaeventos esportivos foram crescendo em estrutura, importância, complexidade e como ferramenta de promoção dos países que os sediam, eles passaram a ser cada vez mais interessantes para os veículos de comunicação, que também se transformaram e evoluíram a partir das revoluções industriais. Este crescimento no interesse de cobertura pode ser compreendido também pelo fato de os megaeventos esportivos serem um bom negócio para os países-sede, uma vez os governos nacionais entenderam que as exposições, se bem-sucedidas, oferecem uma plataforma para a projeção internacional de imagens positivas de sua nação” (ROCHE *apud* FREITAS; LINS; CARMO, 2017, p.6). Dentro desta lógica das nações de se tornarem produtos de *marketing* e *branding*, por produzirem níveis extraordinariamente altos de turismo, prestígio e impacto econômico para a comunidade que o sedia a que se destina (DA COSTA, 2005), faz com que eles reforcem a construção da marca-país (BINTCLIFFE, 2012), numa plataforma de comunicação que busca exibir a cultura, a imagem local, o prestígio e a atração internacional (GRIX *apud* PIZARRO, 2017, p.4).

A consolidação da Copa do Mundo e das Olimpíadas como os dois eventos mais poderosos do esporte global serviu como estímulo ao desenvolvimento das tecnologias da comunicação, como observa Edison Gastaldo (2011, p.43). Tal fenômeno fez possível alguns dos avanços na cobertura dos megaeventos esportivos ao longo do século XX: em 1938, na Copa na França, ocorreu a primeira transmissão intercontinental de uma partida de futebol pelo rádio. Em 1964, nos Jogos de Tóquio, o sinal via satélite da TV pôde cruzar o Pacífico, e em 1998, na mesma França, os jogos transmitidos possuíam alta definição HDTV.

Para Anderson Gurgel, as emissoras de TV ainda estão no centro dos grandes conglomerados de comunicação e entretenimento, e assumiram a função expansionista e reguladora do esporte (2006, p.41-85). E neste papel de liderar e decidir o que deve ser agendado e o valor-notícia no mundo esportivo, a TV acaba por produzir o espetáculo esportivo e também, atuar na cobertura dele.

No caso da Copa das Confederações da Rússia, competição na qual o Brasil não se classificou, ainda sim houve interesse de grandes conglomerados de mídia brasileiros em promover o torneio, considerado um grande teste a um ano da abertura da Copa do Mundo. A Bandeirantes, que nos últimos anos tem diminuído consideravelmente a transmissão de campeonatos de futebol, devido a problemas financeiros, comprou os direitos da competição na Rússia e enviou uma equipe de reportagem ao país. Já a Globo, que transmitiu o torneio

pelo canal pago SporTV, como parte de sua estratégia de atrair o telespectador brasileiro para o tema Copa do Mundo da Rússia um ano antes de sua realização, enviou os correspondentes Marcelo Courrege e Richard Souza para morar em terras russas, e além de produzir a série de mais de 20 minutos para o telejornal com maior prestígio e no horário nobre de anúncios, passariam a viver o dia a dia do país, numa imersão cultural e social, e a partir desta vivência *in loco*, trazer a Rússia do Mundial para dentro das TVs dos lares brasileiros.

2. Diálogos possíveis entre a comunicação, o esporte e a cultura

A comunicação, abordada no dia a dia da academia como uma ciência humana transdisciplinar, que se emaranha pelos fios dos campos da sociologia, filosofia e da antropologia, também encontrou, em diálogos fluidos e elásticos com o esporte e a cultura, um caminho possível, muito rico e esclarecedor, para se buscar compreender muitas das questões da sociedade contemporânea, como os megaeventos esportivos, que abrigam não só competições em si, mas um prisma desafiante e com muitos lados para se analisar e se observar.

Por ser um elemento multifacetado, e por isso, ser tratada por alguns grupos no plural, como os culturalistas norte-americanos (MENEZES; PADOVEZ, 2018, p. 59)¹ a cultura possui muitas formas possíveis de leitura. Como referencial teórico deste artigo, utilizaremos a vertente de que ela é uma fusão de história, valores, herança, sentimentos, violência, língua, poder e geografia que move e determina o homem em sua caminhada da terra (TEZZA, 2017)². Também utilizaremos alguns estudos feitos por Bystrina na Universidade Livre de Berlim, que propõe que a cultura é constituída pelo que se denomina de "códigos terciários".

1. O grupo dos culturalistas dos EUA, formado entre 1930 e 1950 por Ralph Linton, Ruth Benedict, Franz Boas, Margareth Mead e Clifford Geertz, partem do princípio de que não existe o conceito de cultura, e sim de culturas, e que cada uma delas impõe um modo de pensamento aos homens e mulheres que nelas estão inseridos. A junção de ideias vai chegar ao que conhecemos por Teoria da Cultura, matriz abrangente capaz de abarcar as expressões de todas as sociedades humanas, desde aspectos materiais até o universo simbólico que as rodeia (ORTIZ, 2002, p. 21).

2. Trecho inspirado na coluna *o mundo e a tribo*, do escritor Cristovão Tezza para a Folha de São Paulo, publicada no dia 24 de setembro de 2017.

Ele chega a esta denominação considerando como códigos primários ou hipolinguais aqueles que antecedem a língua (como as informações no interior dos seres vivos), como códigos linguais aqueles próprios das linguagens que possibilitam a vida em sociedade, e como códigos terciários ou hiperlinguais, aqueles que operam na denominada "segunda realidade", na qual os símbolos têm um papel central, e que no caso de uma cobertura televisiva, pode ajudar na construção de um ambiente visual para o telespectador.

3. As sapatilhas que espalham poder suave e cultura russa pelo mundo

Logo na primeira das cinco matérias da série especial sobre a Rússia no Jornal Nacional, a cena de abertura se dá em um grande teatro, em um passeio que a câmera faz lentamente do palco até as arquibancadas vazias. Dele, surge uma bailarina, que entre movimentos perfeitos nos pés e nas mãos, demonstra disciplina e vai esculpindo no tempo um dos elementos culturais mais valorizados na construção da cultura russa pelos séculos: o balé. E ao trabalhar exclusivamente o tema cultura na matéria inaugural da série, o Jornal Nacional reforça a importância dela na construção da identidade nacional e de como ela é representada em um veículo estrangeiro.



Cena de abertura da série que o JN produziu sobre a Rússia, em 2017. Bailarina em destaque no Teatro Bolshoi.
Crédito: Cortesia Rede Globo

A valorização das artes em terras russas passa a ganhar em importância durante a dinastia dos Romanov (1613-1917), especialmente no que pode ser considerado o século mais voltado a abrir a “janela para o Ocidente”, expressão utilizada durante o czarato de Pedro, o Grande (1682-1721). Pedro, com desejo de modernizar a Rússia, combater o pensamento considerado

por ele provinciano e agrário, além de se defender das invasões suecas pelo Mar Báltico, declara guerra ao rei Carlos XVII, e no período de 1700 a 1721, este conflito vai resultar na perda do Golfo da Finlândia pelas tropas de Carlos e mais tarde, no fim do império sueco. Com o novo território conquistado, Pedro ordena, em 27 de março de 1703, a criação de uma nova capital russa, nos moldes de Paris, e que pudesse fazer frente aos grandes centros europeus em grandeza e desenvolvimento. Desta ordem imperial nasceria São Petersburgo e seus prédios imponentes sob as ilhas do rio Neva. Em 1740, Pedro, em uma de suas reformas ocidentalizantes, contratou o bailarino Jean-Baptiste Landé (1697-1748), já muito famoso na Europa, para criar e ser o diretor da Escola Imperial de Balé de São Petersburgo (BALLERINI, 2017, p.169). Ele também foi um dos responsáveis diretos pela criação do Teatro Mairinsky, e também, por ser o professor particular de dança de Catarina II (1762-1796) entre 1744 e 1748. A guinada para o Ocidente também esteve em alta durante o período de Catarina, também tratada por a Grande, e que transformou a cidade em centro cultural da Europa, ampliou as construções de palácios, catedrais e prédios públicos em escalas gigantescas para a época, e iniciou no Palácio de Inverno, a residência oficial da realeza, o que hoje é o Hermitage. Além das artes plásticas, Catarina, a Grande, ainda foi grande incentivadora do desenvolvimento do balé, que se tornou um selo cultural russo período no qual os Romanov estiveram à frente da nação (MONTEFIORE, 2016, p.163 e 310).

Ao longo do século XIX, os russos se mantiveram em destaque quando o assunto era o balé. Além de possuírem dois dos mais importantes teatros europeus para esta expressão cultural, o Bolshoi e o Mairinsky, grandes nomes da cultura mundial ajudaram a perpetuar a fama. O coreógrafo Charles Didelot (1767-1837), considerado o criador das sapatilhas para o balé, passou longos períodos na Rússia, e foi o primeiro artista a introduzir a literatura russa na dança, ao adaptar, em 1823, a obra *o prisioneiro do Cáucaso*, do poeta Alexandr Pukshin (1799-1837). Outras obras que ajudaram a consolidar o papel estratégico do balé russo na cultura mundial foram *o lago dos cisnes*, composto pelo compositor Piotr Tchaikovsky (1840-1893) em 1877, *o quebra nozes* e *a bela adormecida*, ambas montadas inicialmente pelo coreógrafo russo Marius Petipa (1818-1910).

O símbolo do balé na Rússia se manteve intacto e como uma forma de poder suave (BALLERINI, 2017), mesmo após o fim da dinastia Romanov, em 1917. Tal poder, que se opõe a poder duro (NYE, 19994), calcado no poderio militar e da coerção, é trabalhado simbolicamente por meio da cultura, e é bem desenvolvido quando se consegue atrair o outro

por meio de seus ideais, até que ele siga um comportamento previamente desejado. É a arte de persuadir, de modular o gosto alheio por meio de elementos culturais diversos, e não pelo uso de armas ou coerção social explícita.

Entre 1917 até 1991, as artes e o esporte foram dois dos poucos elementos culturais utilizados pelo Partido Comunista como ferramentas de diplomacia e de propaganda da URSS no exterior. Para alguns autores, como Christina Ezrahi (*apud* Ballerini, 2017, p.171) o balé russo se tornou o produto de exportação cultural mais importante da era soviética. Internamente, o balé sobreviveu a muitas correntes dentro do PC, que defendiam a destruição dos teatros como forma de se ter capital de investimento em outras necessidades consideradas mais urgentes.

Quando os bolcheviques chegaram ao poder, Lênin dissera que seria estranho gastar muito dinheiro em teatros tão luxuosos quando o país sofria com falta de escolas nas vilas. Em 1921, o líder ordenara à comissária Anatoly Lunacharsky que destruísse todos os teatros e pensasse nas necessidades básicas dos trabalhadores e camponeses: educação, comidas e remédios. Mas Lunascharsky percebeu que, ainda que a guerra civil consumísse o país, trabalhadores e camponeses ficavam felizes de lotar os assentos do Bolshoi, cativados não pelo “teatro revolucionário”, mas pelo balé. Ainda que não entendessem nada de arte, foi a paixão dos camponeses que ajudou Lunascharksy a convencer Lênin a manter em pé o Bolshoi e outros teatros (BALLERINI, 2017, p.175).

Internamente, tanto as artes quanto os esportes eram tratados como de acesso universal a toda população da URSS, e os alunos mais talentosos, segundo a visão soviética, deveriam ainda estudar e aprimorar tais habilidades em escolas especiais de esportes, artes e línguas estrangeiras, criadas durante o governo de Nikita Krushev (1894-1971), entre 1953 e 1964 (DE JESUS, 2010, p.18). A influência desta expressão cultural russa permaneceu em alta após a URSS, em 1991, e até no Brasil, encontrou um ponto para emanar poder suave. Desde 2000, a cidade de Joinville (SC) é a única do mundo a contar com uma filial oficial do Teatro Bolshoi.

Pelo mundo, bailarinos aposentados da Rússia constantemente abrem escolas ou viram diretores ou professores em países como Alemanha, Polônia, Argentina e Estados Unidos, ajudando a difundir e aumentar o poder suave do balé. Em suma, o governo, artistas e empresários trabalham para obter benefícios do poder suave do balé russo, mas, também, para ajudar a fortalece-lo mundialmente, mantendo a dança como o cartão de visitas mais sedutor da Rússia (BALLERINI, 2017, p.176).

4. A arena do espetáculo e do divertimento

Um drone sobrevoa e cria imagens de algumas das 12 arenas do mundial da Rússia. De longe, nenhuma delas impressiona mais do que a Arena Zenit, em São Petersburgo, que de 2006 até 2017, passou por obras de remodelação a um custo oficial, segundo dados do Comitê Organizador de R\$2,4 bilhões. Para sites de veículos europeus, como o Daily Mail (Reino Unido) e a ADR (Alemanha), o custo total da obra ultrapassou a quantia de R\$5 bilhões, o que o faz ser o estádio mais caro da história do futebol na história, superando a marca de Wembley (Inglaterra), cuja remodelação custou o equivalente a R\$4 bilhões.



Vista área da Arena São Petersburgo na série sobre a Rússia, veiculada em 2017 no JN.
Crédito: Cortesia Rede Globo.

Até nos *offs* do jornalista Marcelo Courrage para a matéria dois da série, a arena é descrita de maneira grandiosa: "um local onde os russos esperam ver partidas de outro planeta" e "na cidade imperial russa, os palácios foram feitos para impressionar. Agora, um estádio tem o dever de manter esta tradição". O gigantismo da obra, assim como a remodelação do estádio Luznikhi, em Moscou vai ao encontro da sociedade da hipertrofia, dos megacomplexos que se formam na arquitetura, que busca cada vez mais por recordes de todo o tipo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.271). Hoje, as Olimpíadas ou a Copa do Mundo de futebol não são mais concebidas sem cerimônias de abertura e encerramento, em que a apresentação dos atletas se insere num espetáculo que iguala em meios e ostentação os grandes espetáculos *hollywoodianos* (Idem, *ibidem*, 2015, p.291).

Utilizada como palco da abertura da Copa das Confederações, a Arena Zenit, dentro da ótica do esporte como espetáculo, proposta por Lipovetsky e Serroy, levou para o gramado dois mil bailarinos, que entre apresentações de danças folclóricas e balé, representaram as origens da Rússia até o surgimento das novas e modernas arenas para a Copa do Mundo. Além dos bailarinos, a cerimônia ainda contou com apresentações de artistas locais bastante conhecidos, como a cantora Alsou e o DJ Arty. A valorização do espetáculo como entretenimento aqui se torna ainda mais forte, quando a organização do evento decide começar a cerimônia de abertura duas horas antes do jogo entre Rússia contra Nova Zelândia, para um estádio bastante esvaziado de público, mas com transmissão televisiva para mais de 130 países. Ou como defendem os autores de *A estetização do mundo* (2015) de que "até o esporte, transmitido em milhões de telas mundo afora, se torna, pela maneira como é posto em imagens e dramatizado, megaespectáculo de dimensão planetária" (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p.263).

A decisão de espaçar a cerimônia de abertura com o início da partida entre Rússia X Nova Zelândia em duas horas também reforça a leitura possível do conceito do filósofo Pierre Bourdieu (1930-2002) sobre a produção dupla de megaeventos esportivos. Na visão bourdiana, a primeira vez da produção é feita pelos agentes do espetáculo, como os atletas, encenadores do cerimonial, e todos os outros que concorrem para o bom transcurso da competição esportiva no estádio (BOURDIEU, 1997, p.127). Já a segunda vez, que se volta mais para o campo da representação em imagens pelas emissoras de TV, que convertem o megaevento em produto midiático.

5. Camadas e camadas de kitsch

Apesar de cada uma das matérias da série sobre a Rússia do Jornal Nacional trabalhar com assuntos diferentes, todas contavam com um símbolo muito conhecido da cultura russa: as matrioscas. A simpática boneca de madeira, que segundo o site do Museu da Matrioska, surgiu em regiões camponesas da Rússia no século XIX, e começou a ganhar fama a partir da Exposição Mundial de 1900, em Paris. Ainda segundo o site da instituição, a matriosca ou babusca, como também é conhecida, contam a história da maternidade e do amor.

A boneca maior, a avó, era quem decidia os rumos de seus filhos e netos, as bonecas menores, que se alinham formando uma família harmonizada e feliz, segundo crenças da religião ortodoxa ³.

No caso da série do JN, as bonecas russas foram utilizadas como elementos gráficos nas matérias, "viajando" entre as cidades-sede do mapa virtual criado, e também, representando personalidades do país, como o poeta Alexandr Pukshin, o escritor Fiodor Dostoievsky (1821-1881) e o político Mikhail Gorbachov.



Figuras 1 e 2. Elementos gráficos da Globo para representar as matrioscas.
Crédito: Cortesia Rede Globo

3. Trecho inspirado no texto do Museu da Matriosca, de Moscou, sobre a explicação histórica das origens da matriosca na Rússia. Disponível em: <http://www.russiandolls.narod.ru/museum.html>. Acesso em 13 de outubro de 2018.

Antes objetos para simbolizar a família camponesa russa, as matrioscas, além de virarem recurso para as passagens das matérias do JN, também não escaparam da sanha do espetáculo do divertimento e do espetáculo, e se converteram, dentro da ótica da Indústria Cultural, em um símbolo kitsch, a arte comercial destinada ao divertimento da massa (GREENBERG, 2013). Nas lojas de souvenirs de Moscou e São Petersburgo, um mar de bonecas com feições meigas, inundam prateleiras, assim como um inevitável estoque de bibelôs, objetos de vidro, cartões-postais, produtos derivados e artesanatos diversos (LIPOVETSKY; SERROY; 2015, p.294). E dentro do universo kitsch e do divertimento, as bonecas russas de madeira ainda ganharam versões de paródias, como de políticos russos, personagens da Disney, jogadores de futebol e artistas internacionais, que criam em nossos dias de hipermodernidade, uma experiência sinestésica por meio de um real desrealizado (Idem; ibidem, 2015, p.296).

E com o intuito de criar a experiência sinestésica por meio da imagem televisiva, as matrioscas criadas pela Globo buscam criar no espectador uma identificação com o tema, ao correlacionar as bonecas de madeira com a Rússia. Assim como o ursinho Misha, outro símbolo globalmente conhecido da história local, e utilizado para abrir a matéria de número dois da série de reportagens do Jornal Nacional sobre o país. A mascote das Olimpíadas de 1980 evoca no telespectador uma memória construída de um megaevento esportivo organizado há 37 anos, mesmo que ele não o tenha acompanhado pela imagem representada pela TV naquela época ou in loco. Ou como bem descreve o *off* do repórter Marcelo Courrage de que “certas lembranças parecem presas no tempo. Desde que a lágrima do ursinho emocionou o mundo nas Olimpíadas, em 1980, o estádio Luznikhi virou o estádio do Misha”.



A mascote Misha entrou para a história como um dos símbolos mais lembrados de edições de Jogos Olímpicos.
Crédito: Cortesia Rede Globo.

O símbolo esportivo, que representou para os soviéticos o ápice de Jogos Olímpicos que entraram para a história, e com o gosto especial de ter “superado” o boicote dos EUA e de mais 64 países do bloco capitalista aos Jogos da URSS. Em uma época em que a TV já estava consolidada como um dos principais meios de comunicação, os soviéticos souberam como nenhum Estado atacar os sistemas de audiência, penetrar por todas as defesas e se engajar com a audiência até mesmo emocionalmente por meio do esporte (LIPOVETSKY; SERROY, 1982, p.18).

5. Considerações possíveis

Os megaeventos, sejam eles esportivos ou de outras áreas, como os culturais, atraem o interesse de cobertura das mídias e se tornam, ao mesmo tempo, valor-notícia e produto para elas, uma vez que no caso de grandes conglomerados, eles fazem o papel de produtores do conteúdo e também, o de transmissores dele. No caso da Copa das Confederações da Rússia, realizada entre os dias 17 de junho e 2 de julho de 2017, pode se notar um esforço grande da TV Globo em promover o evento, ao dedicar mais de 20 minutos durante a semana de abertura do torneio para veicular uma série de cinco matérias no Jornal Nacional, um dos espaços mais caros de anúncio na programação da emissora, para apresentar a Rússia aos telespectadores. A busca pela promoção do megaevento pelo JN, mesmo que no Grupo Globo ele só tenha sido transmitido pelo canal pago SporTV, sem a presença da seleção brasileira e a expectativa negativa da FIFA de que esta pode ter sido a última Copa das Confederações, reforçam a tese de que eventos de alcance global geram interesse de agendamento em grandes veículos de comunicação.

No mosaico plural de assuntos abordados pela série produzida pelo correspondente Marcelo Courrage, existe uma grande valorização de elementos espetaculares do país-sede da Copa do Mundo, como a cidade de São Petersburgo, construída para ser a capital do império dos czares Romanov, e que hoje abriga a Arena Zenit, considerado o estádio mais caro do mundo já construído até então. As imagens produzidas por drones da cidade, assim como das novas arenas para o mundial, aumentam a sensação de grandeza e imponência para o telespectador.

O divertimento e o kitsch também não foram esquecidos nas matérias, que procuram construir memórias afetivas em que as assiste. Um dos recursos é o uso de matrioscas digitais, que além de contarem a história da Rússia por meio de seus personagens ilustres e viajarem pelo mapa das cidades-sede do mundial, buscam fazer com que o telespectador, por meio de um símbolo

kitsch, se identifique com o assunto abordado. Ainda no espaço dedicado pela Globo à Copa do Mundo, foi criada uma vinheta russificada do lema da Copa de 1994 *pra frente Brasil*, cuja versão atual traz uma banda de cossacos, que em trajes e com instrumentos típicos, celebram a vaga do Brasil no mundial de 2018.

Além de um estereótipo, como representar o Brasil por meio de passistas da escola de samba, a vinheta procura o divertimento, um roteiro que possa entreter o telespectador, numa profusão de imagens de corres berrantes e repletas de clichês já consolidados sobre a Rússia. Na era do hiperespetáculo e da hipertrofia de imagens e informações, a cultura busca cada vez mais seduzir e divertir a massa.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BALLERINI, Frantiesco. **Poder Suave**. São Paulo: Summus Editorial, 2017.

DA COSTA, Lamartine (org.). **Atlas do Esporte no Brasil**. Rio de Janeiro: Confef, 2007.

FREITAS, Ricardo; LINS, Flavio; CARMO, Maria Helena. **Megaeventos, Comunicação e Cidade**. Curitiba: Editora CRV, 2016.

FOLHA. Presidente da FIFA não garante Copa das Confederações em 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/07/1897721-infantino-diz-que-fifa-nao-garante-copa-das-confederacoes-em-2021.shtml>. Acesso em 13 de outubro de 2018, às 16h43.

GLOBO PLAY. Confirma o tema da seleção brasileira em russo para a Copa do Mundo 2018. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/5761687/>. Acesso em 13 de outubro, às 16h50.

GREENBERG, Clement. **Arte e Cultura: Ensaio crítico**. São Paulo: Cosac&Naif, 2013.

GUIMARÃES, Luciano. **A Cor como Informação: A construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Editora Anna Blume, 2004.

GURGEL, Anderson Campos. O papel do jornalismo nos megaeventos esportivos. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MATRIOSKA MUSEUM. Disponível em: <http://www.russiandolls.narod.ru/museum.html>. Acesso em 13 de outubro de 2018, às 16h47.

MENEZES, José Eugênio; PADOVEZ, Elcio Cassola. A etnografia como método de observação e cobertura de megaeventos esportivos. *Communicare*, vol. 18, ed.1, p.54-66, 1º semestre de 2018.

MONTEFIORE, Simon Sebag. **Os Romanov**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

NACIONAL, Jornal. JN apresenta as belezas da Rússia e as questões problemáticas. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/06/jn-apresenta-beleza-da-russia-e-questoes-problematicas.html>. Acesso em 13 de junho de 2017, às 14h.

NACIONAL, Jornal. Estádio da Olimpíada de 1980 será o palco da final da Copa da Rússia. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/06/estadio-da-olimpiada-de-1980-sera-o-palco-da-final-da-copa-na-russia.html>. Acesso em 13 de junho de 2017, às 13h30.

ORTIZ, Renato. As ciências sociais e a cultura. Tempo Social, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 19-32, 2002.

PIZARRO, Juliano. FIFA e o soft power do futebol nas relações internacionais. Recorde, v.10, n.2, p. 1-19, julho a dezembro de 2017.

TEZZA, Cristóvão. O mundo e a tribo. Folha de São Paulo, 27 de dezembro de 2017. Caderno Ilustrada, p.C8.

VIEIRA, Diego Santos de Jesus. Foices e Martelos no Olimpo: A política esportiva da União Soviética e as relações com o mundo capitalista. Revista da História do Esporte, v.3, n.2, 2010.