

Manifestações de Junho de 2013, Mídia e Copa do Mundo 2014¹

Priscila Kalinke da SILVA²
Universidade do Estado de Minas Gerais

RESUMO

Esta pesquisa tem por finalidade desenvolver uma análise das bases sociopolíticas das manifestações de junho de 2013 no contexto da realização da Copa do Mundo 2014 no Brasil. O objetivo é situar as tensões decorrentes das ações de manifestantes críticos à realização da competição no país, iniciadas antes da Copa das Confederações em 2013 e seguiram, apesar de proporções menores, até a realização da Copa do Mundo 2014. São ainda abordadas as relações entre mídia e Copa do Mundo, no cenário das mobilizações, em que foi possível identificar mudanças no tom midiático acerca do megaevento esportivo motivado pela opinião pública dos brasileiros às vésperas do torneio.

PALAVRAS-CHAVE: Manifestações de Junho de 2013; Copa do Mundo no Brasil; Mídia e opinião pública.

Introdução³

A torcida é um elemento cultural com que pode ser observado com múltiplos olhares pelos pesquisadores. Em copas do mundo de futebol, o engajamento da torcida brasileira é uma característica observada de forma ainda mais especial por todo simbolismo que carrega o “país do futebol”. Em 2013, no entanto, observou-se um cenário diferente, que mereceu atenção especial: foi preciso motivar a torcida.

Desde 2008, até às vésperas do Mundial, o número de brasileiros que viam com pessimismo a realização da Copa no Brasil crescera. O Datafolha (2014)⁴, em uma pesquisa sobre a opinião dos brasileiros em relação à Copa do Mundo, mostra que em 2014 menos da metade dos entrevistados (48%) eram favoráveis à realização do evento, resultado bem diferente do obtido em 2008, quando 79% dos eram a favor e apenas 10% eram contrários. Outro dado revelado pela pesquisa mostrou que 55% dos brasileiros acreditavam que a Copa traria mais prejuízos que benefícios à população.

Essas informações dão indícios de que existiam diversas forças contrárias de resistência à realização da competição. Um exemplo muito significativo desse embate foi a Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa (ANCOP), que organizou grupos

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado de Minas Gerais. E-mail: prikalinke@yahoo.com.br

³ Artigo extraído de pesquisa doutoral intitulada “Mídia e produção simbólica: a construção do torcedor-anfitrião no cenário da Copa do Mundo de 2014 no Brasil”. A pesquisa teve o incentivo da Bolsa CAPES.

⁴ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/04/1437326-para-55-copa-trara-prejuizos-ao-povo.shtml>. Acesso em 15 abr. 2014.

locais nas 12 cidades-sede da competição e debateu diversas violações aos direitos da população local decorrentes da realização da Copa⁵. Neste cenário, as mobilizações de 2013 tomaram grandes proporções, a ponto de interferir a abordagem midiática sobre as tensões que envolviam Copa do Mundo e manifestantes. Nesta perspectiva, o objetivo é analisar as bases sociopolíticas das manifestações no contexto do Mundial no Brasil e as relações entre mídia e opinião pública.

Bases sociais, políticas e imaginárias das manifestações de junho de 2013

Aqui apresentamos um breve cenário e faremos algumas relações com as manifestações ocorridas no país e que, de seu encadeamento, emergiram novos discursos ligados à Copa do Mundo, especialmente no contexto intervalar entre a Copa das Confederações, em 2013, e o Mundial, em 2014.

Classe social é “identificada”, geralmente, pelas condições econômicas das famílias, embora existam diversas metodologias (OCDE, Banco Mundial, FGV, Critério Brasil, SAE/PR, etc.) que tentam exprimir fatores relevantes à época para a melhor definição dos estratos. Por exemplo, a Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE/PR)⁶ adota critérios que classificam como classe média a parcela da população que possui renda familiar média entre R\$1.540 e R\$ 2.813 (divididos em três grupos: baixa classe média, média classe média e alta classe média), sendo que a renda per capita varia entre R\$ 291 e R\$ 1091. Já a definição adotada pela Associação Brasileira de Empresas e Pesquisas (ABEP), a partir de 2014, elaborada pelos professores Wagner A Kamakura (Rice University) e José Afonso Mazzon (FEA-USP), no livro *Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil*⁷, agrupa na classe média indivíduos que possuam renda média familiar entre R\$2.674 e R\$9.897.

No editorial escrito por Álex Rodrigues, intitulado *Ni demasiado rico, ni demasiado pobre*, da Revista *Vanguardia Dossier* (2013), cujo número tratava exclusivamente da classe média, o autor conclui que “[...] a receita, pois, parece evidente: quanto mais classe média no mundo, melhor. Um mundo sem desigualdades, nem muito rico, nem muito pobre, como diria Aristóteles” (RODRIGUES, 2013, p. 3, tradução nossa). Apesar de parecer contraditório aos interesses do capitalismo, a redução das desigualdades e, conseqüentemente, a criação de uma massa de consumo acabam por tornar-se um grande negócio para os setores empresariais. Peres e Bairon (2013), ao

⁵ Mais informações sobre essa articulação podem ser encontradas através do site <http://www.portalpopulardacopa.org.br/index.php>

⁶ Mais informações em <http://www.sae.gov.br/vozesdaclassemedia/>. Acesso em 13 out 2014.

⁷ Mais informações em <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2013/08/veja-diferencas-entre-conceitos-que-definem-classes-sociais-no-brasil.html>. Acesso em 13 out. 2014.

recuperarem a ideia no livro *A riqueza na Base da Pirâmide* (PRAHALAD, 2005, apud PERES; BAIRON, 2013), contribuem para que a reflexão seja ampliada sobre parte da população de renda baixa, excluída até então pelos empresários. ~~Além disso, a obra discute a importância deste estrato nos processos sociais e econômicos, bem como sua importância para obtenção de riqueza e, ao mesmo tempo, e para levar desenvolvimento e prosperidade, sob um ponto de vista humanista e capitalista.~~

A classe média/baixa, nessa perspectiva, vem recebendo atenção especial em diversos setores (social, econômico, político, cultural, entre outros), com plurifinalidades (comercial, redução das desigualdades, consumo, etc.), o que, em certa medida, vem alargando as oportunidades em diversas áreas nas quais essa população não tinha acesso. Tal circunstância levou a classe C a gastar R\$1,71 trilhão em 2013 e movimentar 58% do crédito no país, segundo pesquisa divulgada em fevereiro de 2014 pela SERASA Experian e Data Popular⁸. A pesquisa, que levou em consideração as famílias que têm renda per capita entre R\$320 e R\$1.120, revelou que esta classe é composta por aproximadamente 108 milhões de pessoas no Brasil. O estudo ainda apresentou a evolução das classes econômicas e a previsão para 2023:

Em termos da projeção de consumo da classe média brasileira, a pesquisa destacou que, nos 12 meses seguidos, os brasileiros que integram este estrato pretendiam comprar:

Bens individuais	Bens domiciliares
8,5 milhões de viagens nacionais	7,8 milhões de móveis para a casa
7,8 milhões de notebooks	6,7 milhões de aparelhos de TV
4,5 milhões de tablets	4,8 milhões de máquinas de lavar
3,9 milhões de smartphones	3,0 milhões de carros
3,2 milhões de viagens internacionais	2,5 milhões de casas ou apartamentos

Quadro 1: Pretensão de compra dos brasileiros pertencentes a classe média nos próximos 12 meses

Fonte: SERASA EXPERIAN e DATA POPULAR (2014)

Mas aproximadamente um semestre após este levantamento, dados da Confederação Nacional do Comércio (CNC) e Data Popular, a pedido do Jornal Folha de S. Paulo⁹, concluíram que 49% das famílias pertencentes à Classe C não conseguiram adquirir – à época da realização da pesquisa – o que compravam seis meses atrás. Essas incongruências revelam que, apesar da redução das desigualdades, a ascensão da classe

⁸ Mais resultados da pesquisa em <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/54-dos-brasileiros-formam-a-classe-c-diz-serasa-experian>. Acesso em 10 out. 2014.

⁹ Resultados divulgados pela Folha de S. Paulo, no dia 21 de setembro de 2014, no caderno B1. Matéria intitulada “Metade da Classe C diz ter perdido poder de compra”.

média não representa seguramente uma estabilidade. Os produtos e serviços consumidos, o salário, o emprego e a manutenção do poder aquisitivo são oscilantes ao longo dos anos.

De todo modo, podemos afirmar que existem experiências de consumo mais próximas entre os indivíduos de classes mais baixas e indivíduos de rendas mais altas. O termo experiência foi alocado por conta dessa volubilidade mencionada. Observa-se, ainda, que há maior procura por produtos que representam uma inclusão simbólica, isto é, indivíduos economicamente excluídos na história adquirem bens e serviços que os tornem análogos aos considerados “incluídos”, mesmo que esta sensação seja expressa apenas no momento do consumo. Contudo, na visão de Peres e Bairon (2013), esta aproximação, especialmente o maior convívio, entre as classes vem “[...] desenvolvendo um imaginário mais crítico e mais seletivo” (p. 181) entre pessoas de baixa renda. Em termos de escolaridade, 55% dos jovens entre 18 e 25 anos da classe C ocupavam vagas nas universidades em 2011, um aumento de 15 pontos percentuais em relação a 2004, segundo pesquisa do Instituto Data Popular¹⁰.

A falta de estabilidade relativa ao consumo de bens e serviços aliada à ampliação da formação de uma população mais crítica, talvez em função do maior acesso às universidades, podem ser considerados fatores relevantes para o fortalecimento em termos ideológicos e numéricos, cujo resultado foi a proporção tomada pelo conjunto de manifestações no país em junho de 2013, sobretudo a miscigenação de valores e ideias que circundavam as mobilizações, por não contarem com a participação ativa de partidos políticos na linha de frente (inclusive houve conflito quando bandeiras de determinado partido político apareceu em meio às passeatas)¹¹.

Essa nova classe média, na visão de Alves (2014), apesar de se consolidar como parte das mudanças no padrão social do país, foi construída com base no neodesenvolvimentismo (visível no Brasil nos governos Lula e Dilma Rousseff). O neodesenvolvimentismo pode ser visto como uma modernização conservadora, na qual confluiu em contradições sociais, haja vista que a concepção inicial deste governo era criar barreiras contra o capital e investir maciçamente em serviços públicos, porém a reforma social (apesar de iniciada) perdeu lugar para políticas neoliberais. Neste sentido, Alves (2014) aponta como hipótese principal de seu estudo que “o ‘choque de capitalismo’ neodesenvolvimentista provocou, no plano do metabolismo social do trabalho vivo, profundas inquietações existenciais nas individualidades pessoais de

¹⁰ Informações embasadas em <http://www.sae.gov.br/site/wp=9390>. Acesso em 01 out. 2014.

¹¹ Segundo pesquisa Ibope realizada em 20 de junho de 2013, 89% dos manifestantes não se achavam representados por nenhum partido político. Informações em <http://g1.globo/brasil/noticia/2013/06/veja-integra-do-ibope-sobre-os-manifestantes.html>. Acesso em 24 set. 2014.

classe, expondo nelas, carecimento civilizatório do capital alcançado na contradição viva”.

Esse cenário de contradições foi intensificado com o neodesenvolvimentismo. Possivelmente, este sonho foi derivado mediante a ampliação da renda de uma parcela da população que integrava a classe baixa e ascendeu para a classe média. Em contrapartida, o orçamento público da União, que poderia ser ainda mais dedicado aos serviços públicos e à melhoria das condições de vida dos cidadãos, continua sendo sugado pelo capital financeiro.

Em certa medida, a insatisfação popular está atrelada a problemas ou déficit de governança, porque a qualidade dos serviços públicos estava sendo questionada pelos manifestantes. Gonçalves (2013, p. 3) argumenta que diversos fatores endógenos e exógenos afetam a governança, como os “[...] processos históricos (herança colonial, transição democrática, nível de desenvolvimento econômico), questões estruturais (dotação de recursos, qualidade e fragmentação das elites) e fatores conjunturais (pressão internacional)”. Singer (2012) atribui a vitória da Dilma na eleição de 2010 a extensão do lulismo, isto é, um estilo de governança ambíguo em meio a um jogo de forças entre a mudança e a conservação; entre o social e o capital.

Esta crise de governança e também a crise de representação das entidades clássicas da política de participação democrática formal concomitante, ou conseqüentemente, à redução do bem-estar social podem ser fatores importantes para refletir as motivações da eclosão das manifestações em junho de 2013. Outra questão importante a ser dita é que sempre houve mobilizações sociais na luta pelos direitos e reivindicações de melhores condições de sobrevivência de grupos minoritários, contudo a divulgação ficava mais restrita a pessoas ligadas diretamente aos movimentos. Portanto, o bloco de reivindicações, a associação de diversos grupos em conjunto com a sociedade civil e a contribuição da *internet* e redes sociais virtuais foram substanciais para a execução do grande movimento social que balançou o Brasil. Anos mais tarde, foi possível identificar que, para além desta motivação (sentimento de redução de bem-estar social), nas manifestações, existiam conexões entre grupos com ideias conservadoras, que almejavam a saída do Partido dos Trabalhadores do Governo Federal, com discursos de que havia uma ameaça comunista e que a corrupção no país havia sido institucionalizada por este partido. De todo modo, é relevante ressaltar como os protestos tiveram reflexos na Copa do Mundo no Brasil e na apuração da mídia em relação a estes dois movimentos.

Manifestações entre a Copa das Confederações e Copa do Mundo 2014

A grande manifestação protagonizada pelos brasileiros, com auge em junho de 2013, iniciou-se com o Movimento Passe Livre, o qual demandava a redução do valor da passagem do transporte coletivo (R\$0,20, em São Paulo) e o passe livre. Peruzzo (2013) esclarece que o referido movimento já havia se mobilizado nos anos de 2006, 2010 e 2011, mas sem o sucesso conquistado em 2013, quando houve a anulação do aumento da tarifa. A autora avalia a importância das redes sociais virtuais e da *internet* como articuladores de organização de bases populares.

A mobilização, que teve como ponto de partida a redução da tarifa de ônibus em São Paulo, ganhou força e as críticas se estenderam ao governo, à mídia, à FIFA, entre outros diversos organismos que, em certa medida, conflitavam com os direitos não atendidos e exigidos pelos manifestantes. Os sentidos da mobilização, segundo Peruzzo (2013, p. 80) “[...] confluíram-se na expressão do descontentamento da forma de protesto e de reivindicação diante das condições de sofrimento e carências que afetam grandes contingentes da população brasileira”. A autora (2013, p. 80) continua afirmando que “representaram um grito por mudanças, a partir das difíceis condições de vida cotidiana das classes pobres, do desencanto com a política e com os governos e, sutilmente (e não de forma majoritária) com o próprio modo de produção capitalista”.

Pela conexão do nosso tema com a Copa do Mundo, é importante destacar o protesto em relação à realização do evento no Brasil. Entre diversas demandas, tais como: melhorias da saúde pública, luta contra corrupção, crítica a políticos, redução do preço das passagens, ação contra a PEC 37¹², melhorias nos serviços de transporte e educação. Um dos destaques foi a crítica feita por parte da população à FIFA e aos gastos públicos com estádios e outras obras ligadas à competição, sobretudo no período pré-Copa das Confederações. Entre as frases expostas em cartazes e faixas durante as passeatas, eram comuns: “queremos escolas e hospitais padrão FIFA”; “Viva a Copa das Manifestações”; “Fora FIFA”; “Copa pra quem?”¹³, entre dezenas de outras que revelavam a indignação de críticos à Copa do Mundo de Futebol no Brasil.

Esses protestos foram articulados especialmente por membros de Comitês Populares Locais¹⁴, situados nas cidades-sede da copa, cujo objetivo era refletir sobre as violações dos direitos locais decorrentes da realização dos megaeventos Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016 no país.

¹²O objetivo da Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 37/2011 era limitar a investigação de crimes à polícia, impedindo que isso fosse realizado pelo Ministério Público.

¹³ Algumas imagens podem ser vistas por meio deste link: <http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/copa-do-mundo/2014/02/22/manifestantes-fazem-protesto-contracopa-do-mundo-em-sao-paulo.htm>. Acesso em 15 out. 2014.

¹⁴ Ver mais em www.portalpopular.org.br

A fim de tornar mais didático, no texto a seguir são apresentados, cronologicamente, os principais fatos que marcaram as manifestações entre o período que antecedeu a Copa das Confederações até o término da Copa do Mundo. Uma suposição é que este momento de tensão e mobilização que o país atravessava interferiu no posicionamento de algumas coberturas jornalísticas e campanhas publicitárias que abordavam o Mundial. Isso porque, em dado momento, foi projetado um clima de instabilidade na segurança dos turistas (em função de dados atos de violência entre policiais e manifestantes); um receio de que o evento poderia ser impedido diante da multidão de “ameaças”; problemas no transporte, haja vista as greves dos rodoviários que aconteciam em diversas cidades-sede; obras de mobilidade urbana e infraestrutura dos estádios e aeroportos atrasados; enfim, havia um medo de que a Copa do Mundo pudesse ser um fracasso. Tudo isto colocava em xeque o retorno mercadológico de marcas que investiram no evento e deixava em alerta as emissoras de televisão que detinham os direitos de exibição dos jogos. Nesse sentido, percebemos, num primeiro momento, uma tentativa de educar o torcedor brasileiro para tornar-se um bom anfitrião.

Já destacamos que manifestações de diferentes grupos ativistas sempre existiram, embora grande parte ignorada pela mídia tradicional. Tendo em conta as proporções tomadas pelos protestos e a quantidade de pessoas que saíram de suas casas e se destinaram às ruas para reivindicar uma série de melhorias, as atenções das mídias nacional e internacional não puderam ser desviadas deste fenômeno que, certamente, foi histórico.

No princípio, o aumento do preço das passagens de ônibus foi a principal motivação. Entre março e maio de 2013, moradores das cidades de Porto Alegre, Manaus e São Paulo criticaram esta elevação nas tarifas, mas os reajustes foram aprovados inicialmente. Até junho, onze capitais haviam tido aumento nos preços das passagens no ano de 2013, a saber: Aracaju, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, João Pessoa, Manaus, Natal, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo e Vitória¹⁵. No auge das manifestações, em junho, aproximadamente 10 capitais e diversas outras grandes cidades reduziram o valor das tarifas, além de algumas negociações com passe livre para estudantes.

Especificamente em São Paulo, no dia 2 de junho de 2013, foi divulgado o aumento de R\$0,20, passando para R\$3,20 o valor das passagens de transporte público na cidade. No dia seguinte, ativistas do Movimento Passe Livre (MPL) marcaram protesto na Estrada do M’Boi Mirim, na Zona Sul de São Paulo. Na ocasião, a Polícia Militar (PM) foi chamada para conter as manifestações. Nos dias 06, 11 e 13 de junho,

¹⁵ Mais informações em <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-capitais-que-tiveram-aumento-nas-tarifas-de-onibus-em-2013.html>. Acesso em 01 out 2014.

aproximadamente 5 mil paulistas por dia voltaram às ruas para pressionar políticos a vetarem o acréscimo. No dia 13, houve forte repressão policial, muitos manifestantes foram atingidos por balas de borracha e gás lacrimogênio e mais de 200 manifestantes foram detidos para averiguação. Neste dia, o protesto iniciou às 17 h, em frente ao Theatro Municipal, no Centro de São Paulo, mas se espalhou diante do confronto entre policiais e ativistas, resultando em manifestantes feridos, sete jornalistas do jornal Folha de S. Paulo hostilizados (dois sofreram lesões por balas de borracha) e um cinegrafista teve o rosto atingido por gás lacrimogênio (QUATRO..., 2013).

No dia 17 de junho, mais de 250 mil pessoas saíram às ruas em 12 capitais e ao menos 16 cidades do interior. No Rio de Janeiro, contabilizaram-se aproximadamente 100 mil manifestantes. A maior parte dos atos deste dia foi pacífica (PROTESTOS..., 2013a). Já a manifestação do dia 18 de junho foi considerada uma das mais violentas, com depredação de parte da prefeitura de São Paulo e incêndio de uma unidade móvel da TV Record. Dois guardas civis metropolitanos foram feridos durante a ação dos manifestantes. Segundo informação da PM, cerca de 10 mil pessoas participaram da mobilização até às 18h na capital paulista. No dia seguinte, o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, e o prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, decidiram reduzir a tarifa para R\$3. Rio de Janeiro, Aracaju e Belo Horizonte também tiveram redução.

Apesar da revogação do aumento das tarifas, as mobilizações continuaram e se intensificaram as petições por menos corrupção no país, melhorias em diversas áreas (saúde, educação, mobilidade, etc.), redução dos gastos públicos com a Copa do Mundo no Brasil, entre outras. Em pesquisa realizada pelo Ibope em 20 de junho de 2013, com 2002 manifestantes, em capitais de sete estados e em Brasília, as três principais razões que os levaram a participar das manifestações foram: 1º) transporte público; 2º) ambiente político; 3º) gastos com a Copa do Mundo/das Confederações. Na data da realização desta pesquisa, 1,4 milhão de pessoas foram às ruas em mais de 130 cidades brasileiras.

Segundo Peruzzo (2013), o Movimento Passe Livre anunciou o fim das convocações em São Paulo no dia 21 de junho¹⁶, porém, durante os meses de junho e julho, as manifestações seguiam “[...] mesmo com menor participação, talvez pela alteração de perspectiva em decorrência da interferência de grupos de ação direta violenta (presença do *Black Bloc*). A partir de agosto verificaram-se protestos mais esporádicos e com temas específicos, principalmente, no Rio de Janeiro” (p. 75). *Black Bloc* é um

¹⁶ Um ano depois, em 19 de junho de 2014, o MPL organizou um protesto cuja reivindicação era tarifa zero no transporte público e em memória ao aniversário da revogação do aumento da passagem em junho do ano anterior. Reuniram cerca de 1300 pessoas na Avenida Paulista. O ato terminou em depredação de bancos e lojas. (ATO... 2014, A8).

movimento formado por indivíduos com afinidades anarquistas e que pregam a desobediência civil¹⁷. Para não serem facilmente identificados por autoridades, eles usavam roupas pretas e máscaras durante as passeatas. O *Black Bloc* não é um grupo unificado, mas os que se identificam com o seu ideal se aglomeravam nas manifestações, o que fez parecer uma organização definida e sólida. Entre seus preceitos, está a destruição de propriedades (bancos, por exemplo) como forma de protesto, é uma tática anticapitalista. Grande parte da mídia tratava estes ativistas como vândalos, separando-os daqueles que participavam das manifestações de forma “ordeira”. A pesquisa do Ibope, já mencionada, realizada no dia 20 de junho, revelou que 66% dos manifestantes consideram que as depredações nunca são justificadas, independente das circunstâncias de um protesto; e 28% acreditam que somente em certas ocasiões a destruição de bens públicos e privados é justificada. Deste modo, observa-se que as ações promovidas pelo *Black Bloc* não eram aprovadas pela grande maioria dos ativistas.

Com o anúncio do fim das convocações do Movimento Passe Livre, outros atos foram sendo organizados entre o segundo semestre de 2013 e meados de 2014. Um exemplo que merece destaque é o Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST), cujo objetivo, segundo sua cartilha de princípios, é “[...] a luta contra o capital e o Estado que representa os interesses capitalistas” (CARTILHA..., 2013, p. 3). Uma das principais ações do movimento é a ocupação de terrenos urbanos, uma tática que visa, além de lutar por moradia, atuar como um instrumento de enfrentamento do sistema e adesão de militantes. No *site* do MTST¹⁸ são noticiados diversos atos organizados por militantes. Há registros desde 2010, nos quais informam as ocupações realizadas em todo Brasil, as conquistas do movimento, notas de repúdio, ações contra despejo, críticas à truculência policial, entre outros.

Em 22 de janeiro de 2014, o MTST organizou duas marchas com cerca de 10 mil pessoas no total, que se uniram em torno do Palácio dos Bandeirantes em São Paulo. O governador Geraldo Alckmin, o secretário da Casa Civil, da Habitação, o presidente da CDHU e a presidente da SABESP receberam uma comissão com dez representantes do movimento para um diálogo, cuja pauta incluiu: a) projetos de moradia organizados pelo MTST; b) viabilização de projetos habitacionais; c) encaminhamento sobre terrenos; d) auxílio-moradia para famílias em situação de maior dificuldade nas ocupações organizadas pelo MTST; e) problemas ligados à falta de água em alguns bairros periféricos (MAIS..., 2014).

¹⁷ Os “bloc” emergiram na Europa, por volta dos anos 1980, em apoio a movimentos sociais. Em meio às manifestações de junho de 2013, eles aparecem no Brasil.

¹⁸ www.mtst.org

O grupo continuou com as agendas de mobilização durante os demais meses de 2014. Reportagem do Jornal Folha de S. Paulo, divulgada em julho de 2014, informou que, em seis meses e meio, houve 30 atos do MTST na cidade de São Paulo (MTST..., 2014, C3). Entre as ações, o movimento realizava protestos nas sedes de três construtoras que faziam obras da Copa do Mundo. No dia 8 de maio, líderes do movimento dialogaram com a Presidente da República à época, que prometeu estudar propostas colocadas em pauta. Os militantes do MTST também participaram de manifestações contra a realização da Copa do Mundo no Brasil, realizadas em 11 ocasiões em 2014.

A fim de sintetizar as mobilizações, em São Paulo, específicas ao Mundial 2014, criamos o quadro a seguir¹⁹:

ATOS	DATA	LOCAL	Nº APROX. DE MANIFESTANTES
1º	25/01/2014	Avenida Paulista	2.500 pessoas
2º	22/02/2014	Praça da República	1.200 pessoas
3º	13/03/2014	Largo do Batata	1.500 pessoas
4º	27/03/2014	Avenida Paulista	1.000 pessoas
5º	15/04/2014	Avenida Paulista	1.000 pessoas
6º	29/04/2014	Metrô Tatuapé	500 pessoas
7º	15/05/2014	Avenida Paulista	350 pessoas
8º	24/05/2014	Praça da Sé	300 pessoas
9º	31/05/2014	Theatro Municipal	300 pessoas
Grande ato – Início da Copa ²⁰	12/06/2014	Estação Carrão e Tatuapé	100 pessoas ²¹
11º	23/06/2014	Avenida Paulista	200 pessoas

Quadro 2: Atos Contra a Copa do Mundo no Brasil

Fonte: Autora da pesquisa²²

Entre os manifestantes, havia muitos *Black Blocs*. Em quase todos os atos, houve conflitos com a Polícia Militar. Talvez em decorrência desse fato e a aproximação com a Copa do Mundo, o número de ativistas que foi às ruas se reduziu consideravelmente na capital paulista. Segundo balanço do Jornal Folha de S. Paulo, o número de protestos, nos 12 primeiros dias da Copa do Mundo, foi 39% inferior aos outros 12 dias que antecederam o torneio (CAMARGO, 2014, A7). Pesquisa Datafolha realizada no município de São Paulo, em 20 de maio de 2014, revelou que, apesar de 52% dos moradores serem a favor dos protestos na cidade, 73% acreditam que as manifestações geram mais prejuízos do que benefícios (MENDONÇA, 2014, A4). De todo modo, Peruzzo (2013, p. 91) avaliou que as manifestações que aconteceram em junho de 2013 “[...] expressam a busca pela

¹⁹ Atos agendados em São Paulo, mas outras capitais e cidades do interior também se mobilizaram em algumas dessas datas.

²⁰ O grande ato também estava sendo programado para todas as cidades-sede da Copa do Mundo.

²¹ Informações variam entre 100 e 200 pessoas em São Paulo. No Rio de Janeiro, cerca de 600 manifestantes se mobilizaram na Fan Fest.

²² Com base em reportagens, números da PF e agendas do Facebook criadas pelo grupo de manifestantes.

ampliação da cidadania. Há interesse da sociedade em interferir e participar. Foi explicitado um grito de revolta, mas também um grito por mudanças”.

Como já dissemos, esta onda de manifestações interferiu nos modos da mídia noticiar a Copa do Mundo. Neste sentido, a seguir, discutimos as relações entre as mobilizações, a mídia e a Copa do Mundo²³.

Mídia, Copa do Mundo e opinião pública

Antes de tratar deste tema, é importante ressaltar a relevância das mídias sociais²⁴ para o processo de articulação das manifestações realizadas no período analisado. Na pesquisa realizada pelo Ibope no dia 20 de junho de 2013, 62% dos entrevistados souberam do ato daquele dia por meio do Facebook, 86% se mobilizaram via mídias sociais (Facebook e Twitter); 75% utilizaram estes meios para convocar outras pessoas para aquela manifestação. É claro que este fenômeno só foi possível após redes sociais (não necessariamente virtuais) e organizações já existentes impulsionarem as mobilizações. No período pré-Copa e também durante a Copa do Mundo, os brasileiros utilizaram muito esta ferramenta para expor suas opiniões e reflexões sobre a realização do evento no Brasil. É interessante observar, contudo, algumas mudanças nas avaliações dos internautas, sobretudo uma tendência a apreciar positivamente a condução da competição no país. Em levantamento realizado pela empresa americana de marketing digital iProspect em publicações no Twitter e Facebook, entre os dias 20 e 23 de junho de 2013, havia 5,2 mil menções favoráveis ao evento e, entre 16 e 19 de maio de 2014, o número cresceu para 144,5 mil publicações positivas (BOUÇAS, 2014).

Ainda assim, havia uma preocupação com a baixa adesão dos brasileiros à Copa e a pouca cordialidade em relação aos estrangeiros. Pouco menos de um mês para a abertura da competição, lojistas da rua de comércio mais popular do Brasil, a 25 de março

²³É interessante registrar como as manifestações de 2013, em um primeiro momento apartidário, culminaram para uma série de protestos após a vitória de Dilma Rousseff à Presidência do Brasil, em 2014, sobretudo de grupos ou simpatizantes dos partidos de direita do país. Problemas de governabilidade, as dificuldades na condução econômica do país e novas denúncias sobre corrupção (ligadas a vários partidos) foram justificativas das elites, com apoio da mídia hegemônica, à saída às ruas para pedir o impedimento de continuidade da presidente, porém sem uma base legal forte que justificasse o fato. Apropriando-se de táticas do Movimento Passe Livre, surgiram dois movimentos da direita radical, Vem Pra Rua e Movimento Brasil Livre, que impulsionaram manifestações e discussões contra a presidente e contra o Partido dos Trabalhadores (PT).

²⁴Mídias sociais são as redes sociais virtuais nas quais potencializaram as ferramentas de comunicação entre os indivíduos e/ou empresas por meio de publicações, interações e compartilhamentos de informações. Nesse sentido, ampliou-se o processo de trabalho coletivo. Segundo Peruzzo (2013, p. 79): As mídias e redes sociais virtuais [...] se constituem em canais de informação, em ambientes comunicacionais, em pontos de encontro, enfim, em redes e, às vezes, até em comunidades, que facilitaram os relacionamentos (entre os que estão conectados), a articulação entre as pessoas e as ações conjugadas (acertos de dia, local e hora para encontros presenciais). Claro que servem ainda de arena de debate, de difusão, acesso e troca de informação”.

em São Paulo, temiam que produtos destinados à torcida ficassem encalhados por conta da baixa procura. Segundo a União dos lojistas da rua e adjacentes (Univinco), as vendas estavam inferiores quando comparadas ao mesmo período da copa de 2010, realizada na África do Sul (LOJISTAS..., 2014, B3). Além disso, na véspera da abertura da competição, torcedores estrangeiros reclamavam do desânimo do paulistano com a Copa (MESQUITA, 2014, D16).

Esse cenário de preocupação para patrocinadores e emissoras que transmitiam a Copa 2014 pode ter contribuído para algumas mudanças de pauta, sobretudo concentrando-se no engajamento do torcedor. Até então, grande parte da cobertura da mídia hegemônica mostrava os gastos com a Copa e os atrasos preocupantes nas obras. Um exemplo da tentativa de motivar o torcedor foi a divulgação, já na primeira fase da competição, de sugestões de músicas para a torcida cantar nos estádios promovida pela emissora Rede Globo e uma das marcas patrocinadoras, Brahma. A seleção de músicas buscava ampliar o repertório pobre dos brasileiros nos estádios, aliado ao desânimo em algumas partidas da seleção.

Galvão Bueno²⁵, principal narrador de futebol da Rede Globo, participou, junto com a jornalista Patrícia Poeta²⁶, da cobertura da Copa do Mundo no Jornal Nacional. Em entrevista à Revista Veja, Galvão Bueno (2014) deixou claro que “as pessoas não podem esquecer que eu [Galvão] estou lá para animar o espetáculo, para vender emoções”. Eram perceptíveis algumas matérias e comentários realizados no Jornal Nacional durante a competição, que tendiam a esta mesma linha. Faltando pouco menos de dois meses para a abertura, matéria deste programa jornalístico mostrou truques para o torcedor soltar o grito de gol nas partidas da seleção, segundo recomendação de fonoaudióloga (FONOAUDIÓLOGA..., 2014).

Editorial do jornal Folha de S. Paulo do dia 12 de junho de 2014, intitulado “Vai ter Copa”, inseria a ideia de uma compatibilidade entre manifestações pacíficas e torcida à seleção brasileira: “apoiar a seleção brasileira não significa ignorar muitos problemas do país”. O texto termina com uma espécie de convocação à torcida: “Que a torcida repita o comovente espetáculo promovido na Copa das Confederações, e que os jogadores retribuam com seu máximo esforço o apoio recebido” (VAI..., 2014, A4). Três dias depois, a ombudsman do jornal, Vera Guimarães Martins, no texto “Não dá pra vestir a camisa”, faz um alerta aos posicionamento de algumas matérias publicadas, até então,

²⁵ Mais conhecido como Galvão Bueno, Carlos Eduardo dos Santos Galvão Bueno é narrador, radialista e apresentador esportivo brasileiro. Sua primeira participação como narrador de futebol na Rede Globo foi em 1981.

²⁶ Patrícia Poeta é jornalista. Em dezembro de 2011, assumiu o cargo de diretora-executiva e a apresentação do Jornal Nacional, onde permaneceu até novembro de 2014.

pela Folha: “com a Copa em casa, o grande desafio é manter distanciamento que separa a jornalista do torcedor” (MARTINS, 2014, A6).

Por outro lado, mídias alternativas, sobretudo na *internet*, priorizavam pautar os fatores muitas vezes ocultados pela mídia hegemônica. A Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) – coletivo conhecido especialmente pela cobertura das manifestações de junho de 2013 – comprometeu-se a concentrar as atenções nos protestos críticos à Copa.

Concomitante às partidas da primeira fase (considerada por muitos comentaristas esportivos como uma das mais emocionantes na história das copas); ao incentivo midiático; e, aos poucos problemas (enquanto o esperado eram muitos) de infraestrutura dos estádios e imediações, o humor da torcida foi melhorando. Às vésperas do jogo do Brasil nas quartas de final, pesquisa Datafolha mostrou que 63% dos brasileiros apoiavam o evento, 12 pontos percentuais a mais em comparação ao início de junho²⁷.

Este espírito positivo, estimulado no país em torno da Copa, no entanto, para muitos analistas esportivos, foi criado em particular pela espetacularização do evento na mídia e pelo trabalho veemente do marketing das empresas interessadas na competição. O colunista da Folha de S. Paulo e ex-jogador da Seleção Brasileira de 1970, Tostão (2014, D8), no artigo “Mentiras têm pernas curtas”, disse sobre a indústria do entretenimento e o marketing exagerado: “Jogadores medianos são anunciados como bons, e os bons, como craques. Técnicos medíocres são tratados como mestres. O torcedor, consumidor, é enganado. A mentira de que o Brasil continuava com o melhor futebol do mundo foi desmascarada na Copa. Mentiras têm pernas curtas”.

Tostão escreveu o texto após o término da Copa e o termo “desmascarado” foi usado, possivelmente, pela má atuação do Brasil no jogo contra a seleção da Alemanha, quando perdeu por 7x1. De todo modo, o sentimento de que a Copa foi um sucesso para a maior parte da população prevaleceu mesmo após este fracasso e a quarta colocação da seleção brasileira no Mundial. Pesquisa Datafolha, realizada nos dias 01 e 02 de julho de 2014, revelou que apenas 27% eram contra a realização da Copa, enquanto dois meses antes 41% tinham opinião contrária ao evento (COM..., 2014).

Além disso, 60% dos entrevistados sentiam-se orgulhosos em serem anfitriões da Copa do Mundo 2014 (COM..., 2014). O Instituto Datafolha também fez pesquisa com 2.209 estrangeiros de mais de 60 países em aeroportos, Fan Fests e locais com grande volume de torcedores em seis cidades-sede do Mundial, entre os dias 1º e 11 de julho de 2014. O resultado revelou que 83% consideraram sua organização ótima/boa; e 92%

²⁷ O que indicava uma espécie de materialidade do sucesso tão esperada pelos patrocinadores.

avaliaram positivamente o conforto e a segurança nos estádios. Um resultado interessante foi quando, questionados sobre a hospitalidade dos brasileiros, 95% dos estrangeiros responderam que a recepção foi ótima/boa²⁸.

Durante a realização da Copa, o número de protestos também foi reduzido. Foram 172 atos nos 30 dias que antecederam o Mundial e 106 manifestações um mês depois de iniciado o torneio; com isso, a redução foi de 38% nas dez principais regiões metropolitanas do país. Pesquisadores e manifestantes atribuíram esta redução ao aumento da repressão policial e à concorrência com os jogos da Copa (CAMARGO, 2014, A10).

Considerações Finais

É difícil atribuir a principal razão da mudança de opinião em relação à Copa do Mundo e à redução do número de protestos. Contudo, observamos aqui alguns indícios, como: as *Fan Fests* organizadas pela FIFA e outras festas organizadas pela população em geral, bares, etc.; o apoio e o entusiasmo de grande parte da mídia; e o reduzido número de problemas estruturais e organizacionais (ao menos divulgados), fato que impulsionou o engajamento da torcida brasileira e contribuíram para o contentamento dos anfitriões, turistas e equipes de reportagem do mundo todo.

É importante destacar que, mesmo após a pior derrota da Seleção Brasileira da história²⁹, a reação dos brasileiros não pareceu ser de desânimo. O que aparentou foi certa indignação diante da humilhação. O fato de a Copa ter sido um sucesso em termos de organização (durante o evento) e os jogos empolgantes parecem ter aliviado o sentimento ruim entre os torcedores. É importante destacar a empatia dos jogadores alemães, que conquistaram a torcida brasileira. A pior derrota, no entanto, parece ter sido para grande parte das agências patrocinadoras. A maioria delas se afastou e preferiu não se manifestar após o vexame. Na sequência da derrota, apenas uma das 14 patrocinadoras da seleção efetivamente deu sequência ao seu apoio, a Sadia, que substituiu o #jogapramim por #tamojuntinho. Nas redes sociais, outras marcas se pronunciaram *a posteriori*, mas com mudança no tom. Aparentemente, as empresas não estavam preparadas para a derrota, ou

²⁸ Mais resultados da pesquisa em: ORGANIZAÇÃO da Copa é bem avaliada por 83% dos estrangeiros. Folha de S. Paulo. 15 jul, 2014, D3.

²⁹ Na disputa pelo terceiro lugar com a Holanda, o Brasil tomou mais três gols (além dos sete contra a Alemanha), totalizando 10 gols sofridos em duas partidas. Talvez a decepção dos torcedores que acompanharam a derrota da seleção brasileira na copa de 1950, no Brasil, em certa medida, foi suavizada após vislumbrarem a maior derrota do Brasil em jogos oficiais, até 2014. Veríssimo, em artigo publicado no jornal O Estado de S. Paulo disse que sempre que pensarmos nessa última Copa, nos lembraremos do 7x1, e complementa: “[...] o esdrúxulo não irá embora. Ele se instalará em nossas vidas como um hóspede incômodo [...]. Gerações ainda por vir não saberão quem ganhou hoje e foi campeão, mas saberão do esdrúxulo” (VERÍSSIMO, 2014, E2).

ainda, não tinham um plano B para a maior derrota da seleção brasileira³⁰. Só após 24h do término da partida, outras patrocinadoras, de forma tímida, apresentaram mensagens de motivação, apesar de revelarem decepção. O Banco Itaú, por exemplo, uma das empresas que mais associaram seu nome à seleção brasileira colocou em seu twitter: “A dor é grande, mas o orgulho de ser brasileiro é maior. Estamos juntos, Brasil”.

Aproximadamente um mês antes do início da Copa no Brasil, Eduardo Tracanella, superintendente de marketing do Banco Itaú, concedeu entrevista à Revista Lance. O profissional falou sobre o investimento em ações de mídia relacionadas à Copa do Mundo e disse que a empresa não se preparava para uma eventual derrota da Seleção Brasileira: “Não pensamos nisso [derrota] nem nos piores pesadelos. Nossa estratégia está voltada para correr até a data final do torneio e estamos otimistas quanto a isso”³¹. Essa declaração revelou bem a falta de ação após o jogo entre Brasil e Alemanha.

Algumas parceiras da FIFA, que também incentivavam a participação positiva da Seleção em campanhas, mudaram o tom do discurso. A Hyundai com a hexagarantia atrelada à vitória da Seleção, mudou a promoção para seis meses de garantia de fábrica para aqueles que comprassem carros durante toda a Copa do Mundo. A Visa publicou, após a derrota contra a Alemanha, no Twitter: “Amanhã é quarta-feira de cinzas. #SemPalavras #AquiéCopa.” O McDonald’s, também no microblog, pronunciou: “Aquele sentimento de quando você já comeu todas as batatas mas ainda tem molho barbecue. :(“.

REFERÊNCIAS

ALVES, G. Neodesenvolvimentismo e a nova miséria espiritual das massas no Brasil.

Boitempo. 07 jul. 2014. Disponível em:

<<http://blogdaboitempo.com.br/2014/07/07/neodesenvolvimentismo-e-a-nova-miseria-espiritual-das-massas-no-brasil/>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

ATO termina com bancos e lojas depredadas. **Folha de S. Paulo**, A8. 20 jun. 2014.

BOUÇAS, C. Nas redes sociais, cresce apoio à Copa no Brasil. **Observatório da imprensa**. Edição 803. 17 jun. 2014. Disponível em:

<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed803_nas_redes_sociais_cresce_a_poio_a_copa_no_brasil>. Acesso em: 13 out. 2014.

CAMARGO, C. Número de protestos cai 39% com a Copa. **Folha de S. Paulo**, A7, 25 jun. 2014.

³⁰ Podemos pensar como uma possível hipótese o fato das empresas não se preocuparem duramente com as repercussões de seus discursos, e conseqüentemente não traçarem um plano B, pelo fato delas deixarem de falar sobre si mesmas nas campanhas para falar do torcedor.

³¹ Itaú Unibanco investe mais em futebol por conta da Copa do Mundo de 2014. 12 mai 2014. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/minuto/Itau-investe-futebol-Copa-Mundo_0_1136886376.html>. Acesso em: 19 nov. 2014.

- CARTILHA de princípios e linhas organizacionais. **Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto**. 25 set. 2013. Disponível em: <www.mtst.org/index.php/o-mtst/cartilha-de-principios>. Acesso em: 20 set. 2014.
- COM Copa, humor do país melhora e Dilma cresce. **Folha de S. Paulo**, A4, 3 jul. 2014.
- GONÇALVES, R. Déficit de governança e a crise de legitimidade do Estado no Brasil. **Instituto de Economia UFRJ**. 13 jul. 2013. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/index.php/index-publicacoes>>. Acesso em: 13 nov. 2014.
- FONOAUDIÓLOGA ensina truques para soltar grito de gol na Copa do Mundo. **Jornal Nacional**. Edição do dia 21 abr. 2014.
- KAMAKURA, W. A.; MAZZON, J. A. Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil. Blucher, 2013.
- LOJISTAS da 25 de março temem encalhe após copa. **Folha de S. Paulo**, B3, 9 maio 2014.
- GALVÃO, B. ‘Sou um vendedor de emoções’. Narrador desistiu de se aposentar e tem contrato com a Globo até 2019. **Revista Veja online**. 21 jul. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/galvao-bueno-sou-um-vendedor-de-emocoes-narrador-desistiu-de-se-aposentar-e-tem-contrato-com-a-globo-ate-2019>>. Acesso em: 14 out. 2014.
- MARTINS, V. G. Não dá pra vestir a camisa. **Folha de S. Paulo**. 15 jun. 2014. A6.
- MANIFESTANTES fazem protesto contra copa do mundo em São Paulo. **UOL**. 22 fev. 2014. Disponível em: <http://imguol.com/c/esporte/2014/02/22/22-fev-2014---protesto-contra-a-copa-do-mundo-toma-ruas-de-sao-paulo-1393100523751_956x500.jpg>. Acesso em: 13 out. 2014.
- MENDONÇA, R. Para 73%, protestos geram mais prejuízos do que benefícios. **Folha de S. Paulo**. A4, 22 maio 2014.
- MTST fez protesto em 30 dias de 2014. **Folha de S. Paulo**, C3. 17 jul de 2014.
- PEREZ, C; BAIRON, S. Universos de sentido da população de baixa renda no Brasil: semânticas da estabilidade, da ascensão social e da mobilidade. *Revista Matrizes*, São Paulo, ano 7, n. 2, p. 177-191, jul./dez. 2013.
- PERUZZO, C. M. K. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?). *Matrizes*, a. 07, n. 2, p. 73-93, jul.-dez. 2013.
- PROTESTOS pelo país reúnem mais de 250 mil pessoas. **G1**, 18 jun. 2013a. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/protestos-pelo-pais-reunem-mais-de-250-mil-pessoas.html>>. Acesso em: 10 out. 2014.
- PROTESTOS se espalham e reúnem mais de 250 mil. **UOL**. 18 jun. 2013b. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/17/onda-de-protestos-cresce-e-leva-mais-de-220-mil-brasileiros-as-ruas-de-norte-a-sul-do-pais.htm>>. Acesso em: 10 out. 2014.
- QUATRO continuam detidos após protesto desta quinta-feira em SP. **G1**, 14 jun. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/cinco-permanecem-detidos-apos-protesto-de-quinta-em-sp.html>>. Acesso em: 28 set. 2014.
- RODRIGUES, A. **Vanguarda Dossier**. Ni demasiado rico, ni demasiado pobre. N. 47. Barcelona, Espanha, 2013.
- SINGER, A. **Os sentidos do lulismo**: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- TOSTÃO na copa. **Folha de S. Paulo**. 9 jul. 2014. D9.
- VAI ter Copa. **Folha de S. Paulo**, A4, 12 jun. 2014.
- VERÍSSIMO. Foi Pena. **O Estado de S. Paulo**, E2, 13 jul. 2014.