

**O Brasil Pelo Olhar da Mídia Estrangeira: O Caso do Nadador Ryan Lochte na Rio
2016 por Meio do *The New York Times* e do *Washington Post*¹**

Mariana CAPRA²

Paula PUHL³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

RESUMO

Este artigo busca responder de que maneira a mídia estadunidense representou o Brasil a partir do assalto forjado pelo atleta do time de natação dos Estados Unidos Ryan Lochte, durante os Jogos Olímpicos Rio 2016. São analisadas as reportagens sobre o caso publicadas pelas plataformas online dos jornais *The New York Times* e *Washington Post* que ocorreram na data em que o suposto assalto veio à tona, dia 14 de agosto de 2016. São utilizadas as pesquisas bibliográfica e documental, para a contextualização teórica, e o protocolo metodológico de Análise de Cobertura Jornalística, para a análise das reportagens.

PALAVRAS-CHAVE: identidade nacional; Jogos Olímpicos Rio 2016; Ryan Lochte; *The New York Times*; *Washington Post*.

INTRODUÇÃO

O presente artigo⁴ aborda os temas: identidades, identidade brasileira e esporte e mídia, a partir da análise de duas matérias publicadas online pelos jornais *The New York Times* e *Washington Post* sobre o caso Lochte nos Jogos Olímpicos Rio 2016.

A identidade nacional é composta por um grupo de características únicas que representam a cultura e o povo de um país, diferenciando-o dos demais. A mídia, devido a sua relevância e alcance, é capaz tanto de promover, quanto de prejudicar a imagem de um país, através dos ideais que reproduz em larga escala.

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Recém-graduada no Curso de Jornalismo da PUC-RS, e-mail mariana.capra@acad.pucrs.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da PUC-RS, e-mail paula.puhl@pucrs.br.

⁴ Artigo escrito a partir do Trabalho de Conclusão de Curso com mesmo título, apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Este artigo busca responder de que maneira a mídia estadunidense representou a identidade brasileira em suas matérias sobre o caso do falso assalto sofrido pelo nadador Ryan Lochte durante os Jogos Olímpicos de 2016. Busca também conceituar o que é identidade, abordando a identidade nacional brasileira e como se dá a visão externa a essa identidade. Procura ainda estabelecer a relação entre mídia, esporte e identidade, tratando da cobertura de megaeventos esportivos e dos Jogos Olímpicos.

O artigo está organizado em cinco capítulos, já incluídos entre eles a Introdução e as Considerações Finais. O capítulo 2, Identidades e Identidade Brasileira, aborda como a identidade brasileira é vista por outros e construída no exterior. No terceiro capítulo, Esporte e Mídia, é estabelecida a relação entre mídia esporte e identidade. Ainda, são conceituados os megaeventos esportivos. No capítulo 4, Análise do Olhar Estrangeiro Através dos Jornais *The New York Times* e *Washington Post*, Ryan Lochte é apresentado e a polêmica em que este esteve envolvido é discutida, ainda, é realizada a análise dos objetos de estudo do presente artigo. Para a construção da pesquisa são utilizadas as pesquisas bibliográfica e documental, além do protocolo metodológico de Análise de Cobertura Jornalística (ACJ), proposto por Silva e Maia (2011).

As reportagens foram escolhidas a partir da data em que foi publicada a primeira matéria sobre o caso, sendo fundamental para o entendimento do falso assalto sofrido por Ryan Lochte durante os Jogos Olímpicos de 2016, em 14 de agosto de 2016, dia em que o suposto assalto veio à tona. Foram selecionadas uma matéria do *The New York Times* e uma do *Washington Post*. A escolha dos dois jornais se dá buscando trazer diferentes pontos de vista sobre a identidade brasileira ao trabalho.

2 IDENTIDADES E IDENTIDADE BRASILEIRA

2.1 CONCEITOS DE IDENTIDADE

Identidade é um conjunto de características particulares que define e caracteriza pessoas ou sociedades. A identidade nos permite traçar uma diferença entre o “nós” e os “outros” e também é o modo como uma pessoa ou sociedade se vê perante o todo. Ainda, a ideia de identidade está associada à algo próprio a um determinado grupo ou indivíduo. Segundo Castells (1999, p.22): "Entende-se por identidade a fonte de significado e experiência de um povo".

Para Silva (2009), a identidade é fruto da cultura e da sociedade, não podendo ser compreendida fora do sistema de significação no qual adquire seu sentido. Ainda

segundo o autor, a diferenciação é o principal processo na produção de uma identidade, no entanto, há uma série de outros procedimentos que simbolizam essa diferenciação. São eles incluir ou excluir, demarcar fronteiras, classificar e normalizar. Sendo assim, a construção da identidade seria tanto simbólica, resultado das características da sociedade e de sua história, quanto social, resultado da ação dos indivíduos e grupos sociais. Desta forma, em resumo, pode-se afirmar que a identidade é, segundo Silva (2009, p.96-97):

uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performativo. A identidade é instável, contraditória, fragmentada, inconsistente, inacabada. A identidade está ligada a estruturas discursivas e narrativas. A identidade está ligada a sistemas de representação. A identidade tem estreitas conexões com relações de poder.

A identidade nacional é uma das categorias de identidade e representa o conjunto de características que definem uma nação. Construída por meio da cultura de um determinado povo, ela tem relação direta com a percepção dos membros de sua comunidade sobre si e sobre o contexto em que estão inseridos. As diferenças, os modos de fazer e os comportamentos em situações distintas de cada sociedade são o que diferem as identidades nacionais entre si.

As identidades nacionais funcionam por meio do que Benedict Anderson, citado por Silva (2009), chamou de “comunidades imaginadas”. Uma cultura nacional busca unificar os diferentes membros de uma mesma nação, independente de sua raça, gênero ou classe, agrupando todos em uma representação única da identidade nacional. Hall (2002) acredita que não se deve pensá-las como algo unificado, mas sim como parte de um “dispositivo discursivo” que retrata a diferença como algo uno.

O contato direto entre diferentes identidades culturais gerado pela globalização nos permite pensar não como substituição de uma identidade por outra, mas como a formação de um híbrido entre a identidade consolidada e as influências de outras identidades e culturas mundiais. Conforme Silva (2009), essa identidade formada pelo hibridismo, pela mistura entre diferentes, deixa de ser ambas as identidades originais, porém ainda guarda traços destas.

2.2 IDENTIDADE BRASILEIRA

A identidade brasileira é a união de todas as características capazes de representar o Brasil. É, como diz o título do livro de Roberto DaMatta, o que faz o Brasil, Brasil. É capaz de retratar a cultura, os valores e os costumes do povo brasileiro. Qualquer tentativa de se pensar um padrão definitivo do que é ser brasileiro tende a ser ilusória, pois são muitas as faces que o Brasil pode adotar e os fatores que compõem uma cultura tão rica são mutáveis e apresentam infinitas combinações possíveis (RIBEIRO, 1994).

Mais do que ter nascido dentro dos limites territoriais que definem o que é o Brasil, para que a identidade brasileira seja capaz de refletir um indivíduo é preciso, como afirma DaMatta (1986), que a vontade do sujeito seja de se colocar como brasileiro e como pertencente a esta identidade. O brasileiro, conforme Ribeiro (1994, p.199), “é um povo com características comuns – que, porém, se evidenciam em combinações diferentes segundo as regiões geográficas, situações econômicas e ritmos sociais”.

Segundo Ribeiro (1994), para entender o brasileiro como povo é relevante compreender as questões raciais. Diversas raças habitam o Brasil e o fazem ser o país plural que é através da mistura entre elas. A religião também é um fator significativo na construção da identidade brasileira. Muito diversificada, compila diversos grupos e vertentes religiosas, além de legitimar as relações hierárquicas da sociedade. Conforme DaMatta (1986), a sociedade celebra o que julga essencial para sua estrutura social. No caso do Brasil, “para cada instituição importante, há um lugar e uma forma dramática de apresentação ritual” (DAMATTA, 1986, p.90). É assim com as paradas militares, com as procissões religiosas, e com os desfiles festivos, como o carnaval.

Outra característica identitária do Brasil é o “jeitinho brasileiro”, uma habilidade criativa e improvisada de resolver problemas. Para DaMatta (1986), o “jeitinho” é um modo tipicamente brasileiro de enfrentar as condições e paradoxos gerados pelas duas unidades sociais básicas: o indivíduo, limitado pelas leis e regras reguladoras da sociedade, e a pessoa, sujeito das relações sociais.

Conforme Gebara (2006, p.104), “os esportes e as equipes podem representar identidades locais, regionais, nacionais, étnicas tanto quanto político-ideológicas”. Conhecido como país do futebol, o Brasil é fortemente representado pelo esporte, não só através da Seleção Brasileira de Futebol, mas também com os times regionais, times de várzea e com o futebol de final de semana praticado entre amigos. Criou-se no país

uma monocultura do futebol, onde o esporte se transforma em paixão nacional e assume o papel de único esporte no coração dos brasileiros de todas as camadas sociais, dominando, assim, a mídia e sendo capaz de representar a identidade nacional.

2.3 IDENTIDADE BRASILEIRA VISTA POR OUTROS

Um dos fatores que colaboram para a construção da identidade brasileira no exterior se dá através da mídia, da atuação dos correspondentes internacionais e da imprensa. É a mídia a principal responsável por transmitir a imagem de um país a outro, tendo grande influência no modo como essa é percebida e sendo muitas vezes a única forma de contato e de informação sobre o Brasil. Desinformação, preconceito e estereótipos pré-concebidos, que datam do século XVI, época em que foram escritos os primeiros relatos de europeus sobre o Brasil, são, na maioria das vezes, a base para que os estrangeiros enxerguem o nosso país.

Atualmente, o Brasil é visto por muitos estrangeiros como um país ainda em desenvolvimento, com problemas políticos, econômicos e sociais. Para Burke (2006), citado por Brasil (2012, p.776), “as principais agências internacionais de notícias apresentam o Brasil como uma nação assombrosa, oscilando entre paraíso tropical e inferno dantesco”. Murta e Goodey, citados por Caponero (2007), defendem que a imagem estereotipada do Brasil no exterior é construída pelos próprios brasileiros, sendo assumida como verdadeira dentro do território nacional e assim sendo traduzida e difundida para os demais países através dos correspondentes internacionais que, utilizando-se da força da mídia, relatam o Brasil tendo como fonte primária para seus relatos a imprensa brasileira (BRASIL, 2012). Ainda, a necessidade de validação cultural pelo “outro” estimula uma atitude negativa do brasileiro, passando a desprestigiar aspectos da cultura nacional que pensam que não são do agrado dos estrangeiros ou que acreditam que não serão valorizados por eles (ROHTER, 2008).

Apesar de, em um primeiro momento, o Brasil agradar a todos que o visitam com suas belezas naturais e sua afabilidade, em uma análise mais profunda da sociedade brasileira, segundo Rohter (2008), é possível perceber todos os pontos negativos antes omitidos pela imagem que os anfitriões tentam enfatizar. A pobreza e a diferença de classes, a corrupção, em todos os níveis da sociedade, a ineficiência da política, da economia e de áreas importantes para o desenvolvimento do país e a violência são os fatores que o jornalista identificou após começar a construir sua vida no Brasil. Essa

identidade brasileira vista por outros é, assim como a própria identidade brasileira, dinâmica e mutável, estando diretamente relacionada com a identidade do Brasil formada e propagada pela mídia brasileira e internacional (BRASIL, 2012).

3 ESPORTE E MÍDIA

3.1 MÍDIA, ESPORTE E IDENTIDADE

A mídia, especialmente a esportiva, tem importante papel na construção das identidades. No Brasil não é diferente. Os veículos de comunicação exercem o seu papel como selecionadores de informações, acabando, assim, ressaltando alguns pontos em detrimento de outros e filtrando a informação que chega ao povo. É através da mídia que as características que são capazes de definir ou descrever o país são disseminadas e validadas.

Goff (1984), citado por Cabo e Helal (2014), afirma que a memória social é construída através da identidade e de disputas de poder. A mídia, devido a seu alcance e influência pode ser considerada um instrumento de construção da memória de uma sociedade, pois é capaz de suggestionar o inconsciente coletivo, fixando imagens e ideias. Para que um conceito seja aceito e reconhecido como atributo do Brasil é preciso que se estabeleça uma via de mão dupla onde o público tem papel fundamental na apropriação dessas ideias e na atribuição de significado a elas (COSTA, citada por CABO; HELAL, 2014).

Segundo Guterman (2009, p.9), “o futebol é o maior fenômeno social do Brasil”. A popularização do futebol se deu não só através do baixo custo da prática do esporte, mas também através dos meios de comunicação. De acordo com Dantas (2014), o rádio, conhecido por ser um meio de baixo custo e, por isso, acessível às camadas mais pobres da população, foi decisivo para essa amplificação do alcance do esporte a partir de 1930. Sobre isso, Mostaro, Amaro e Helal (2014, p.64-65), afirmam que “ao se unir às transmissões esportivas radiofônicas, o futebol se consolida como atividade popular e mobilizador das massas”. A criação dos heróis nacionais através do rádio esportivo, e, em seguida, pela mídia de modo geral, colaborou para a construção da identidade do futebol brasileiro como um esporte nacionalista e grandioso, onde a Seleção Brasileira passa a representar a nação e o futebol, de maneira mais ampla, vira símbolo da brasilidade (GUTERMAN, 2009).

As transmissões via satélite, feitas pela primeira vez na Copa do Mundo de 1970, igualmente contribuem para a construção da identidade brasileira, não somente no país, mas também no exterior. As imagens da Seleção Brasileira daquele ano, em que foi tricampeã mundial, foram vistas por todo o mundo, feito que colaborou para a consolidação da narrativa de um Brasil dono do “futebol-arte”, termo cunhado pela mídia anos antes (MOSTARO; AMARO; HELAL, 2014).

Conforme Bourdieu (1997), na medida em que um atleta ou uma modalidade esportiva consegue atender o orgulho nacional ou nacionalista, mais espaço será recebido por eles na televisão nacional. Isso faz com que a representação televisiva deixe de ser somente um registro, se transformando de uma competição esportiva entre todos os atletas de determinado universo desportivo na criação de uma disputa entre os campeões de diferentes países (BOURDIEU, 1997).

Hoje, com os avanços do jornalismo na web, segundo Maluly (2012), o público do jornalismo esportivo se tornou universal e o jornalista deixa de falar somente com o público brasileiro para dirigir-se ao mundo. O jornalismo se torna a vitrine da identidade do país.

3.2 COBERTURA DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS

O megaevento não necessariamente é esportivo. Roche (2000) acredita que os dois tipos chave de megaeventos são as Feiras Internacionais e os Jogos Olímpicos. Podem-se perceber os megaeventos como marcos da sociedade atual, sendo eventos que apresentam tradição em unir interesses da indústria e do Estado, em relação à construção da imagem do país e ao seu desenvolvimento urbano (SCHIMMEL citado por TAVARES, 2011). Sendo assim, em resumo, podemos conceituar os megaeventos como apresentando as seguintes características:

grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro do setor público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da sociedade anfitriã (HALL citado por TAVARES, 2011, p.17).

Para Villano e Terra (2008, p.103), alguns dos mais relevantes megaeventos contemporâneos, como, por exemplo, os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo, estão atraindo investimentos governamentais e de grandes marcas do mercado publicitário e

encontram-se cada vez mais presentes na mídia, “figurando como um dos mais importantes fenômenos sócio-culturais da atualidade”.

Criados pelo Barão Pierre de Coubertin, os Jogos Olímpicos da Era Moderna tiveram sua primeira edição em Atenas, na Grécia, em abril de 1896, reunindo, segundo dados oficiais do Comitê Olímpico Internacional, 241 atletas de 14 países em dez modalidades esportivas. Desde então, 28 edições aconteceram. Os Jogos Olímpicos Rio 2016, edição mais recente do megaevento, ocorreram na cidade do Rio de Janeiro de 05 a 21 de agosto de 2016, reunindo, segundo o site oficial do COI, 11.238 atletas de 207 países, em 39 modalidades.

4 ANÁLISE DO OLHAR ESTRANGEIRO ATRAVÉS DOS JORNAIS *THE NEW YORK TIMES* E *WASHINGTON POST*

4.1 O ATLETA E A POLÊMICA

O foco desta pesquisa é analisar as matérias publicadas nos jornais estadunidenses *The New York Times* e *Washington Post* sobre o caso do nadador estadunidense Ryan Lochte, ocorrido durante os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em 2016, buscando entender como a identidade brasileira é retratada. Ryan Lochte tem 33 anos e atualmente figura como o número dois do ranking mundial, atrás apenas de Michael Phelps. Ele já participou de quatro edições dos Jogos Olímpicos, em Atenas, Beijing, Londres e Rio de Janeiro, e é doze vezes medalhista olímpico com seis ouros, três pratas e três bronzes, conforme seu site oficial. Nos Jogos do Rio, Lochte conquistou a medalha de ouro no revezamento masculino 4 x 200m.

A polêmica envolvendo Lochte e outros três nadadores (Gunnar Bentz, Jack Conger e Jimmy Feigen) da equipe dos Estados Unidos aconteceu durante os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. No dia 14 de agosto, Ryan Lochte afirmou ter sido assaltado durante a madrugada, quando voltava de uma festa no Club France. Lochte teria pego um táxi na saída da festa com os colegas de time e, segundo relatos dos próprios nadadores, tiveram o “táxi parado por indivíduos se passando por policiais armados”. Três dias depois, a Justiça do Rio encontrou divergências no relato dos atletas e determinou a apreensão dos passaportes para que os nadadores não pudessem deixar o Brasil. Em 18 de agosto, a polícia do Rio de Janeiro concluiu que os nadadores não haviam sido assaltados. De acordo com a investigação, o táxi parou em um posto de gasolina para que um dos atletas fosse ao banheiro e então uma porta da loja de

conveniências do posto foi danificada, gerando discussão entre os atletas e os funcionários e seguranças do local e culminando no acionamento da Polícia Militar.

O caso de Lochte foi destaque na mídia brasileira e internacional, repercutindo, principalmente, nos Estados Unidos da América, país natal do atleta. Os jornais *The New York Times* e *Washington Post* fazem parte da mídia americana que cobriu a mentira do atleta e seus desdobramentos. Os dois jornais são influentes em seu país de origem e ao redor do mundo e trazem dois pontos de vista sobre a identidade brasileira ao trabalho.

4.2 ANÁLISE DAS REPORTAGENS

A reportagem 1 - "Ryan Lochte e Três Colegas de Equipe Roubados à Mão Armada", do *The New York Times*, foi publicada no dia em que o assalto veio a público (14/08). Em nível de marcas de apuração, pode-se notar que a matéria é assinada por dois repórteres e uma colaboradora. O local de apuração da notícia se enquadra na categoria externo, uma vez que o texto diz, logo no primeiro parágrafo, "aqui", ou seja, no Rio de Janeiro. Quanto à origem da informação, a matéria apresenta fontes diretas e indiretas, sendo estas de natureza humana, documental e eletrônica.

Em nível de marcas de composição do produto, o gênero jornalístico do texto informativo em questão é reportagem. Os recursos visuais presentes na matéria se dão através de quatro fotos e um vídeo. No terceiro nível proposto pela Análise de Cobertura Jornalística, em relação aos aspectos do contexto de produção, pode-se notar, em nível de contexto interno, que o *The New York Times* tem uma divisão proporcional entre texto e conteúdo imagético. Além disso, o veículo opta por trabalhar com parágrafos curtos. Ainda, é possível notar o fato de o jornal ter optado por enviar um fotógrafo e não um repórter.

No nível do contexto externo, é relevante o fato de que, historicamente, os Estados Unidos enxergam o Brasil como um país violento e, por isso, em momento algum o texto relativiza o relato do assalto dado por Ryan Lochte e os outros três nadadores estadunidenses. No parágrafo inicial da reportagem, o texto menciona o aumento da ansiedade sobre crimes violentos no Rio de Janeiro, como se pode notar na imagem a seguir:

Figura 1 - Trecho da matéria "Ryan Lochte e Três Colegas de Equipe Roubados à Mão Armada", do *The New York Times*⁵

RIO DE JANEIRO — Ryan Lochte, an Olympic gold medalist in swimming, and three of his United States teammates were held up at gunpoint here early Sunday, according to the United States Olympic Committee, heightening anxiety over violent crime in the host city of the Summer Games.

Fonte: The New York Times (2016)

Conforme Brasil (2012), a imprensa construiu, ao longo dos anos, um estereótipo do Brasil como um país violento, o que transparece já no primeiro parágrafo desta reportagem, uma vez que o texto trata do aumento de uma ansiedade que já existia em relação ao local sede dos Jogos Olímpicos de 2016. Neste outro parágrafo, apresentado abaixo, a reportagem fala sobre a preocupação com a onda de crimes e afirma que o entorno das áreas de competição e da Vila Olímpica chegou a parecer com um complexo militar.

Figura 2 - Trecho da matéria "Ryan Lochte e Três Colegas de Equipe Roubados à Mão Armada", do *The New York Times*⁶

Crime was already a top concern before the Rio Games began, as Brazil's economic crisis deepened, pushing up unemployment and poverty rates. The Rio de Janeiro state government deployed a huge security force, and the streets surrounding the Olympic Park and the athletes' village sometimes look like a military compound.

Fonte: *The New York Times* (2016)

Rohter (2008) acredita que em uma análise mais profunda sobre o Brasil é possível enxergar os pontos negativos do país, como a pobreza, a diferença de classes e a violência. A reportagem reconhece e apresenta esses pontos, porém, dá a entender que esses são os motivos para que os Jogos do Rio tenham convocado uma grande força de segurança. Os Jogos Olímpicos têm o costume de ter sua segurança reforçada para evitar ataques terroristas. Nos Jogos Olímpicos de Barcelona, em 1992, por exemplo,

⁵ "RIO DE JANEIRO - Ryan Lochte, medalhista de ouro olímpico na natação, e três de seus colegas do time dos Estados Unidos foram mantidos em um assalto à mão armada aqui, no início de domingo, de acordo com o Comitê Olímpico dos Estados Unidos, aumentando a ansiedade sobre crimes violentos na cidade sede dos Jogos de Verão."

⁶ "Crimes já eram uma das principais preocupações antes do início dos Jogos do Rio, como a crise econômica do Brasil se aprofundou, aumentando o desemprego e as taxas de pobreza. O governo do estado do Rio de Janeiro implantou uma enorme força de segurança, e as ruas em torno do Parque Olímpico e da Vila dos Atletas às vezes pareceu um complexo militar."

foram investidos mais de quatro milhões de pesetas e foram empregadas mais de 21 mil pessoas na área de segurança. Em Sydney, em 2000, foram investidos 75 milhões de dólares em segurança, em um mega esquema que envolveu 110 mil agentes (PRONI; ARAÚJO; AMORIM, 2008).

A reportagem 2 - "Ryan Lochte diz que teve uma arma engatilhada pressionada contra sua testa durante assalto no Rio", do *Washington Post*, também foi publicada em 14 de agosto, dia que o assalto se tornou fato público. Sobre o nível de marcas de apuração, apresenta a assinatura de dois repórteres e contribuição de um correspondente diretamente do Rio de Janeiro. O local de apuração do acontecimento é externo, uma vez que o texto deixa claro que dois dos três jornalistas que assinam a matéria fizeram a cobertura dos Jogos Olímpicos Rio 2016 *in loco*. Quanto à origem da informação, a reportagem é composta por fontes diretas e indiretas, de origem humana, documental e eletrônica. Em nível de marcas de composição do produto, o gênero jornalístico do texto informativo publicado pelo *Washington Post* é reportagem. Os recursos visuais apresentados na matéria são duas fotos e um vídeo.

No terceiro nível, que analisa os aspectos do contexto de produção, proposto pela ACJ, nota-se, em nível de contexto interno, que o *Washington Post* faz maior uso de texto em relação à fotografia e vídeo. Ainda, é interessante destacar que a matéria foi escrita por dois jornalistas que estiveram no local e uma que se encontrava na redação, nos Estados Unidos. Em relação ao contexto externo, destaca-se o fato de o jornal relativizar o relato de Ryan Lochte, sempre tratando como uma informação ainda a ser confirmada. No título já é possível notar essa imparcialidade, uma vez que a notícia é Lochte dizer que foi assaltado. Durante o texto, o jornal apresenta os relatos conflitantes que surgiram sobre o caso.

Figura 3 - Trecho da matéria "Ryan Lochte diz que teve uma arma engatilhada pressionada contra sua testa durante assalto no Rio", do *Washington Post*⁷

Earlier reports conflicted: Before the USOC's confirmation, Mark Adams, the IOC's director of communications, initially [told reporters](#) in Rio that the report of the robbery was "not true" while Lochte's personal coach also denied it to USA Today. Meanwhile, [Lochte's mother confirmed it](#). Later, [Lochte detailed the event to NBC's Billy Bush](#), including having a gun pressed against his forehead:

⁷ "Declarações anteriores conflitantes: Antes da confirmação do USOC, Mark Adams, o diretor de comunicações do COI, inicialmente disse aos repórteres no Rio que o informe do assalto era "não verdadeiro" enquanto o treinador pessoal de Lochte também negou ao USA Today. Enquanto isso, a mãe de Lochte confirmou. Mais tarde, Lochte detalhou o acontecimento para Billy Bush, da NBC, incluindo ter uma arma pressionada contra sua testa."

Fonte: *Washington Post* (2016)

Vilano e Terra (2008) acreditam que os megaeventos esportivos, como os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, são fenômenos sócio-culturais de maior importância da atualidade. Devido à grande quantidade de público que estas notícias atingem, movendo, segundo Tavares (2011), uma audiência global em grande escala, é preciso noticiar com responsabilidade, uma vez que a mídia é forte responsável pela construção da imagem dos Jogos e do país e cidade sede.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar as matérias com base no protocolo metodológico de Análise de Cobertura Jornalística, proposto por Silva e Maia (2011), é possível identificar uma diferença significativa entre as reportagens realizadas pelos dois jornais analisados. A cobertura apresentada pelo *The New York Times* é mais crítica ao Brasil e ao momento delicado que o país passa em relação à sua política, economia e segurança, além de não questionar o relato de Lochte. O tom opinativo da reportagem sobre aspectos sociais da identidade brasileira fica claro em diversos trechos. O jornal demonstra a presença de fortes estereótipos sobre o país em sua redação, presentes no processo editorial das reportagens.

Já a cobertura do *Washington Post* tende a ser mais imparcial, mostrando a prática de um jornalismo neutro, que não se deixa influenciar pelos fortes estereótipos do Brasil já consolidados no exterior, uma vez que não critica o país e sempre coloca o assalto como algo afirmado por Lochte, mas que ainda estava sendo investigado pela polícia carioca. O veículo mostra o compromisso com a informação quando não toma partido ao dar a informação.

O Brasil viu na Copa do Mundo de 2014 e nos Jogos Olímpicos de 2016 uma chance de melhorar a maneira como é visto internacionalmente, utilizando-se desses megaeventos para promover a imagem de um país organizado, receptivo e, principalmente, seguro e civilizado. Desta maneira, o caso Lochte prejudicou a obtenção desses resultados, uma vez que ajudou a disseminar notícias sobre um evento negativo que teria acontecido durante os Jogos Olímpicos sediados no Rio de Janeiro.

Apesar de Lochte ter sido suspenso do time de natação dos Estados Unidos por dez meses⁸ e de ter perdido seus quatro patrocinadores (Speedo, Ralph Lauren, Syneron Candela e Airweave)⁹, a imagem do Brasil no exterior já havia sido prejudicada por suas atitudes irresponsáveis. A identidade e, principalmente, a identidade nacional, que lida com as emoções de um povo sobre si mesmo e em relação aos outros, é algo muito frágil, podendo ser facilmente lesada. Uma vez danificada, é preciso investir tempo e trabalho para que esta adquira um caráter positivo novamente. Conseqüentemente, a mentira de Lochte disseminou uma onda de percepções negativas sobre o Brasil e seguirá prejudicando a construção da identidade nacional do país no exterior durante anos, até que esta, pouco a pouco, possa ser reconstruída junto à mídia internacional.

Independente do que os dois jornais analisados trouxeram sobre a imagem do país no exterior, é importante que o brasileiro defenda a sua cultura e seus costumes, não permitindo que a definição do que é o Brasil venha dos “outros”, de uma identidade construída fora do território nacional e que, portanto, não engloba a dimensão das diversas características que compõem o nosso povo. O Brasil apresenta pontos negativos, assim como qualquer outro país. É necessária uma mudança de atitude dos brasileiros, para destacar e valorizar suas conquistas, legitimando a si mesmos e não mais dependendo da aprovação externa para dar o devido valor aos pontos positivos do país.

REFERÊNCIAS

BOREN, Cindy; PHILLIPS, Dom. **Ryan Lochte says he had cocked gun pressed to his forehead during robbery in Rio**. 2016. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/early-lead/wp/2016/08/14/ryan-lochtes-taxi-robbed-after-party-in-rio-says-brazilian-swimmers-spokesman/?utm_term=.39b6b00ffe8a>. Acesso em: 27 out. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão: seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRASIL, Antônio. **A construção da imagem do Brasil no exterior**: um estudo sobre as rotinas profissionais dos correspondentes internacionais. Revista Famecos: Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 775-194, 2012.

CAPONERO, Maria Cristina. **A imagem do Brasil na Itália**. 2007. 319f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

⁸ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/09/1811344-lochte-e-suspenso-por-dez-meses-e-perde-premio-pelo-ouro-apos-mentir-no-rio.shtml>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/08/1805703-patrocinador-de-ryan-lochte-anuncia-rescisao-apos-falsa-comunicacao-de-crime.shtml>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-23072009-161351/pt-br.php>>. Acesso em: 10 de set. 2017.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL. **Athens 1896**. Disponível em: <<https://www.olympic.org/athens-1896>>. Acesso em: 20 out. 2017.

COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL. **Rio 2016**. Disponível em: <<https://www.olympic.org/rio-2016>>. Acesso em: 20 out. 2017.

_____. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DANTAS, José. Espetáculo para além das quatro linhas: as interfaces entre, futebol, propaganda e autoritarismo nas copas do mundo de 34 e 78. In: ROCCO JR., A. J. (org.). **Comunicação e Esporte: Copa do Mundo de 2014**. São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/950bc416911c3c2e2d2963141273b315.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Lochte é suspenso por dez meses e perde prêmio pelo ouro após mentir no Rio**. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/09/1811344-lochte-e-suspenso-por-dez-meses-e-perde-premio-pelo-ouro-apos-mentir-no-rio.shtml>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Ryan Lochte perde patrocinadores após assalto forjado na Rio-2016**. 2016a. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/08/1805703-patrocinador-de-ryan-lochte-anuncia-rescisao-apos-falsa-comunicacao-de-crime.shtml>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

GEBARA, Ademir. Esporte e identidade nacional: reflexões sobre o caso brasileiro. In: _____; PILATTI, Luiz Alberto (org.). **Ensaio sobre história e sociologia nos esportes**. Jundiaí: Fontoura Editora, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

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

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro. Copas do Mundo e identidade nacional: um panorama teórico. In: HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro (org.). **Copas do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2014.

LOCHTE, Ryan. **Bio**. Disponível em: <<https://ryanlochte.com/bio/>>. Acesso em: 25 out. 2017.

MALULY, Luciano. Jornalismo esportivo - desafios e propostas. In: GURGEL, Anderson; ROCCO JR., Ary José; MARQUES, José Carlos; GUERRA, Márcio de Oliveira. **Comunicação e Esporte: Reflexões**. São Paulo: Intercom, 2012.

MARQUES, José Carlos; ROCCO JR., Ary. A dança das bolinhas nos potes da FIFA: análise comparativa da cobertura realizada pela mídia impressa de Brasil e Portugal a respeito do sorteio da Copa do Mundo de 2014. In: ROCCO JR., A. J. (org.). **Comunicação e Esporte: Copa do Mundo de 2014**. São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em: <<http://>

www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/950bc416911c3c2e2d2963141273b315.pdf>.
Acesso em: 20 out. 2017.

MOREIRA, Sonia. Análise documental. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas S.A., 2005.

MOSTARO, Filipe; AMARO, Fausto; HELAL, Ronaldo. “A camisa pesa”: a construção da identidade do uniforme amarelo da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo. In: ROCCO JR., A. J. (org.). **Comunicação e Esporte: Copa do Mundo de 2014**. São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/950bc416911c3c2e2d2963141273b315.pdf>>.
Acesso em: 20 out. 2017.

PRONI, Marcelo Weishaupt; ARAUJO, Lucas Speranza; AMORIM, Ricardo L. C.. **Leitura econômica dos jogos olímpicos: financiamento, organização e resultados**. Rio de Janeiro: Governo Federal, 2008. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1533/1/TD_1356.pdf>. Acesso em: 27 out. 2017.

RIBEIRO, Hércion. **A identidade do brasileiro: “capado, sangrado” e festeiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

ROCHE, Maurice. **Mega-Events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture**. Londres: Routledge, p. 1-30, 2000.

ROHTER, Larry. **Deu no New York Times**. O Brasil segundo a ótica de um repórter do jornal mais influente do mundo. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

RUIZ, Rebecca R.; MATHER, Victor. **Ryan Lochte and Three Teammates Robbed at Gunpoint**. 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/08/15/sports/olympics/ryan-lochte-and-three-teammates-robbed-at-gunpoint.html>>. Acesso em: 27 out. 2017.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia. **Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico**. Revista Rumores: São Paulo, nº10, p.18-36, jul/dez., 2011.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2009.

STUMPF, Ida. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas S.A., 2005.

TAVARES, Otavio. Megaeventos Esportivos. **Movimento**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 11-35, jul./set. de 2011.

VILLANO, Bernardo; TERRA, Rodrigo. Definindo a temática de Legados de MegaeventoEsportivos. In: RODRIGUES, Rejane; PINTO, Leila; TERRA, Rodrigo; DACOSTA, Lamartine (org.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/ascom/publicacoes/Legados%20de%20Megaeventos%20Esportivos_Portugus_e_Incls.pdf>. Acesso em: 20 out. 2017.