

José Carlos Marques
(ORGANIZADOR)

A COPA DAS COPAS?

**REFLEXÕES SOBRE O MUNDIAL DE
FUTEBOL DE 2014 NO BRASIL**

**Edições
LUDENS**

José Carlos Marques
(ORGANIZADOR)

A COPA DAS COPAS?

**REFLEXÕES SOBRE O MUNDIAL DE
FUTEBOL DE 2014 NO BRASIL**

AUTORES

Luiz Henrique de Toledo | Flavio de Campos | Rafael Fortes Soares | Bernardo Buarque de Hollanda & Jimmy Medeiros & Luigi Bisso | Pablo Alabarces | Elcio Loureiro Cornelsen | Ary José Rocco Júnior | Ronaldo Helal & Fábio Aguiar Lisboa & Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro | Marcos Américo | Anderson Gurgel Campos | Heloisa Helena Baldy dos Reis & Mariana Zuaneti Martins & Felipe Tavares Paes Lopes | Carlo José Napolitano & Bárbara Bressan Belan | Édison Gastaldo | Márcio Guerra | José Carlos Marques | Cláudio Bertolli Filho & Ana Carolina B. Talamoni

Edições Ludens
São Paulo – 2015

Edições Ludens

Conselho Editorial

Coordenação

Flavio de Campos (USP)

José Geraldo Vinci de Moraes (USP)

Membros

Fábio Franzini (UNIFESP)

Luiz Henrique de Toledo (UFSCar)

José Carlos Marques (UNESP)

José Paulo Florenzano (PUC-SP)

Marco Antonio Bettine de Almeida (RACH-USP)

Mauricio Murad (UERJ)

Sérgio Settani Giglio (UNICMP)

Equipe Editorial

Organização: José Carlos Marques

Apresentação: Ary José Rocco Júnior

Edição: José Carlos Marques e Sergio Rizek

Coordenação Editorial: Sergio Rizek

Produção

Edições Ludens / Attar Editorial

Capa, Projeto Gráfico e Diagramação

Erika Woelke • Canal 6 Editora

A Copa das Copas? Reflexões sobre o Mundial de Futebol de 2014 no Brasil. / organização José Carlos Marques. E-book. São Paulo: Edições Ludens, 2015.

333 p. ; 23 cm.

ISBN: 978-85-68146-01-9

1. Futebol. 2. Copa do Mundo 2014. 3. Brasil.
I. Marques, José Carlos. II. Título

Realização



Edições
LUDENS

Apoio



Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação
Bauru - São Paulo



SUMÁRIO

- 7** **PREFÁCIO: “AS MINHAS COPAS”**
JOSÉ CARLOS MARQUES

- 11** **APRESENTAÇÃO**
ARY JOSÉ ROCCO JÚNIOR

- 15** **PODE UMA RELAÇÃO IDENTITÁRIA ENCOLHER?
FUTEBOL E CULTURA EM TEMPOS DE OLIMPIADAS**
LUIZ HENRIQUE DE TOLEDO

- 31** **A COPA DA POLÍTICA EM UM PAÍS DO FUTEBOL**
FLAVIO DE CAMPOS

- 39** **O MUNDIAL DE 2014 NO IMAGINÁRIO POPULAR BRASILEIRO**
RAFAEL FORTES

- 57** **HOSPITALIDADE À BRASILEIRA? A COBERTURA MIDIÁTICA DOS
JOGOS DA COPA DE 2014 NO MARACANÃ**
BERNARDO BUARQUE DE HOLLANDA; JIMMY MEDEIROS; LUIGI BISSO

- 95** **FÚTBOL, MÚSICA, NARCISISMO Y ESTADO EN “BRASIL, DECIME QUÉ SE SIENTE”**
PABLO ALABARCES

- 121** **UM “CONTO DE FADAS DE VERÃO” – A COPA DE 2014 VISTA A PARTIR
DA MÍDIA ALEMÃ**
ELCIO LOUREIRO CORNELSEN

- 149** **BRASIL 1 X 7 ALEMANHA: O DIA EM QUE A COMUNICAÇÃO A FAVOR DO
ESPORTE GOLEOU O ESPORTE A FAVOR DA COMUNICAÇÃO**
ARY JOSÉ ROCCO JÚNIOR

- 175** **COPA DE 2014 E IDOLATRIA: NARRATIVAS SOBRE O JOGADOR NEYMAR ANTES DO MUNDIAL**
RONALDO HELAL ; FÁBIO AGUIAR LISBOA ;
FILIPE FERNANDES RIBEIRO MOSTARO
- 191** **A COPA DO MUNDO DA FIFA BRASIL 2014 E A EVOLUÇÃO DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS**
MARCOS AMÉRICO
- 209** **OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS E OS MECANISMOS ECONÔMICOS DE GESTÃO IMAGÉTICA: CORPOS E IMAGENS NA COPA DO MUNDO FIFA DE 2014**
ANDERSON GURGEL CAMPOS
- 227** **MERCANTILIZAÇÃO E MILITARIZAÇÃO DOS EVENTOS DE FUTEBOL: REFLEXÕES SOBRE O CÓDIGO DE CONDUTA NO ESTÁDIO PARA A COPA DO MUNDO FIFA BRASIL 2014**
HELOISA HELENA BALDY DOS REIS ; MARIANA ZUANETI MARTINS ;
FELIPE TAVARES PAES LOPES
- 249** **A LEI GERAL DA COPA E SEUS DESDOBRAMENTOS JURÍDICOS**
CARLO JOSÉ NAPOLITANO ; BÁRBARA BRESSAN BELAN
- 267** **A COPA DE 2014, ENTRE O FASCÍNIO DAS RUAS E O FASCISMO DOS CRAQUES**
ÉDISON GASTALDO
- 273** **“O BRASIL NÃO É PARA PRINCIPIANTES”: O PAÍS ENTRA NO CENÁRIO DOS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS, MAS MOSTRA ATRASO DA COBERTURA**
MÁRCIO GUERRA
- 285** **FOMOS GOLEADOS TAMBÉM FORA DE CAMPO – A COPA DO MUNDO FIFA-2014 E A COBERTURA DA TV BRASILEIRA**
JOSÉ CARLOS MARQUES
- 311** **O ‘SACANA COÇA-SACO TROPICAL’ E O HOMO BRASILIS: O DISCURSO FUNDADOR DO BRASIL SEGUNDO UM ‘PROFESSOR’ ALEMÃO EM BONITAS E GOSTOSAS**
CLAUDIO BERTOLLI FILHO ; ANA CAROLINA BISCALQUINI TALAMONI

PREFÁCIO:

“AS MINHAS COPAS”

No dia 27 de maio de 1998, a poucos dias do início da Copa do Mundo da França, o escritor Luis Fernando Verissimo publicava no *Jornal do Brasil* e em *O Estado de S. Paulo* a crônica intitulada “A do Pelé”. Ao longo do texto, o cronista gaúcho comentava as contradições que envolveram o Mundial do México de 1970 e o período no qual o Brasil assistia à Ditadura Militar instituída em nosso país em 1964. Tratava-se de um momento em que, segundo o mesmo Verissimo, vivíamos “numa espécie de clandestinidade clandestina”, pois aquela competição fora disputada num clima de ambiguidades entre o apoiar e o não apoiar a Seleção Brasileira. Ainda nas palavras dele, “Nunca foi tão difícil e nunca foi tão fácil torcer pelo Brasil. Difícil porque torcer era uma forma de colaboracionismo, fácil porque o time era de entusiasmar qualquer um.”.

O que me chama a atenção nessa crônica, entretanto, é seu primeiro parágrafo, no qual o autor subordina temporalmente nossa vida em torno do ciclo quadrienal cumprido pelas Copas do Mundo:

Como o personagem do poema de T.S. Eliot que podia medir sua vida em colherinhas de café, podemos medir nossos últimos 28 anos em Copas do Mundo. Foram sete, cada uma

correspondendo a uma etapa do nosso relacionamento com o futebol, ou com a Seleção, que é o futebol depurado das suas circunstâncias menores, e portanto com o país.

No meu caso particular, posso afirmar que este ciclo teve início em julho de 1966, quando eu ouvia, de dentro da barriga de minha mãe, as comemorações de meu pai, de meus tios e de meu avô ao ouvirem, pelo rádio, as façanhas que a Seleção Portuguesa realizava na Copa da Inglaterra por meio do virtuosismo de craques como Torres, Coluna, Eusébio & Cia. Fui nascer apenas em outubro daquele ano, já em meio à ressaca do terceiro lugar conquistado por Portugal em campos ingleses, mas quatro anos depois eu já era submetido a novo batismo de fogo, agora acompanhado de um irmão de apenas seis meses, com quem eu julgo ter assistido aos festejos do tricampeonato brasileiro, na tal “Copa do Pelé”.

Digo isto porque, à semelhança do Verissimo e à semelhança do personagem do T.S. Eliot, tenho a impressão de que também posso medir minha vida em Copas do Mundo. Contando com a de 1966, que certamente incubou o futebol no líquido amniótico que me alimentava até então, já posso contabilizar 13 Copas, incluída a de 2014, realizada no Brasil (e, para quem gosta de números, o título deste livro também tem 13 letras!). Lembro e relembro de fases da minha existência (como a infância, os tempos de colégio, a chegada à universidade, o casamento, o início do Mestrado e do Doutorado etc.) fazendo correlações com o que acontecia no mundo a partir das realizações dos mundiais de futebol. É como se o sentido evolutivo da vida fosse dado em anos pares, sempre de quatro em quatro anos, com um jogo que opunha 11 indivíduos de lado a lado brigando pela posse de uma bola.

O que os artigos aqui reunidos querem fazer é algo bastante similar, ou seja, interpretar os fatos e circunstâncias que envolveram a Copa do Mundo de 2014 e perceber de que forma um acontecimento esportivo consegue dotar-se de tanta significação em meio à sociedade brasileira, influenciando e marcando a cena cotidiana por inúmeras semanas, antes e depois de o evento ter ocorrido. Quais imbricações culturais, políticas, sociais, econômicas, entre outras, são e foram operadas com a realização deste megaevento na *Terra Brasilis*? Tanto ou

mais importante do que a academia discutir e debater a organização da Copa-2014 antes de ela começar era a academia voltar-se a este evento após a sua realização e procurar dar sentido a ele. Daí o significado desta iniciativa.

Para tanto, foram convidados alguns pesquisadores que, nos últimos anos, vêm sendo responsáveis por incluir e manter o esporte, de forma geral, e o futebol, em particular, na agenda da pesquisa e da discussão acadêmica no Brasil. Nenhum dos autores aqui presente caiu de paraquedas na obra, e muitos já solidificaram suas carreiras por meio das investigações e da dedicação que destinam a este tema em suas universidades. O leitor pode estar certo de que tem em mãos um retrato abrangente dos principais grupos e pesquisadores contemporâneos que tratam do futebol na universidade brasileira, nem que, para isso, tivéssemos que recorrer a um estrangeiro, mas que mantém presença constante nos eventos e congressos acadêmicos em nosso país. A lamentar temos apenas a ausência de alguns poucos atletas, que não puderam atender ao chamado, ora porque estavam sobremaneira atarefados, ora porque entregues “ao departamento médico” durante os meses em que este livro foi composto.

Ainda que estejamos não muito distantes dos acontecimentos da Copa de 2014, penso que a massa crítica aqui presente cumpre positivamente o princípio basilar da pesquisa acadêmica: reunir ou investigar informações sobre um determinado assunto com a intenção de compreendê-lo melhor a partir de variados aspectos. Esta obra realiza tal tarefa por meio de leituras diferentes, por vezes contrastantes e opostas, mas sempre com a riqueza do olhar e com a graça da polifonia. E não seria demais afirmar que, se estivessem em campo, os artigos cá reunidos jamais perderiam por 7 x 1, qualquer que fosse o adversário!

Por último, cabem alguns agradecimentos: aos autores, inicialmente, pela gentileza em aceitar a convocação e por retribuírem a ela com sua contumaz habilidade crítica; ao GECEF (Grupo de Pesquisa e Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol), por meio do qual a obra pôde ser pautada e organizada; ao Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Campus de Bauru, pelo auxílio e financiamento de sua publicação; ao Grupo de Pesquisa em Comunicação e Esporte da Intercom, pela

parceria no agendamento das discussões que culminaram com o lançamento deste projeto; e às Edições Ludens, pela colaboração na reta final com a edição dos materiais.

Boa leitura!

José Carlos Marques

APRESENTAÇÃO

A belíssima imagem do Cristo Redentor, iluminado em verde e amarelo, com o Estádio do Maracanã ao fundo, banhado por intensa queima de fogos, correu o mundo na noite do dia 13 de julho de 2014. Estima-se que mais de um bilhão de pessoas tenham visto essa imagem em todo o mundo.

Minutos antes, Philipp Lahm, capitão da seleção da Alemanha, havia erguido a Taça FIFA, cobiçado troféu entregue à seleção campeã do mundo de futebol. Estava encerrada, pelo menos de forma simbólica, a principal competição esportiva do planeta, e, com ela, mais um importante capítulo da história recente do Brasil.

Desde o dia 7 de outubro de 2007, quando o país foi oficializado pela FIFA como sede de sua competição mais importante, o Mundial de seleções, o Brasil viveu um dos períodos mais interessantes de sua rica trajetória. Ao contrário daquilo que o senso comum imaginava, por ser o “país do futebol”, a escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014 evidenciou as principais contradições de uma jovem nação que ainda amadurece em suas instituições políticas, sociais e econômicas.

Aquilo que parecia ser motivo de festa para o país, a celebração de seu esporte favorito e do seu principal motivo de identificação no cenário internacional, foi alvo, internamente, de manifestações populares que explodiram por todas as principais cidades do Brasil, em busca de uma sociedade mais justa e democrática. A realização do evento no país estava em xeque.

Celebrada por uns, criticada por outros, a Copa do Mundo de 2014 marcou, assim, um dos momentos mais importantes da história recente da República, em que conceitos como democracia, cidadania, responsabilidade social, transparência, mobilidade urbana, capacidade de sediar o evento etc., foram amplamente discutidos por toda a sociedade brasileira.

Mais uma vez, como sempre ocorreu em sua história moderna, o futebol expôs de forma clara as contradições históricas da sociedade brasileira. Contradições essas que explicitaram diversos pontos de vista da importância, ou não, do evento Copa do Mundo para o Brasil. Da capacidade do país em organizar o evento até a discussão sobre o que restaria como legado da competição para a sociedade brasileira, diversos temas, com um espectro extenso e variado de opiniões, foram debatidos em um Brasil que sofre “na pele” a dureza de seu processo de amadurecimento democrático.

É essa riqueza de pontos de vista – cultural, social, político, econômico, jurídico, midiático, esportivo – sobre a Copa do Mundo de 2014 que o público encontrará nesta obra, *A Copa das Copas?*, que o GECEF (Grupo de Pesquisa e Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol), apoiado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Esporte da Intercom e pelas Edições Ludens, coloca à disposição do público leitor, interessado ou não no futebol brasileiro.

Isso mesmo, amigo leitor! A obra não se destina apenas aos fãs, estudiosos ou pesquisadores do esporte mais importante do país. *A Copa das Copas?*, pela importância da realização do Mundial em nosso país, transcende o universo do futebol. O livro é, antes de ser um livro sobre esporte, um olhar sobre o Brasil contemporâneo, suas contradições, dúvidas e angústias, evidenciadas pela organização do evento mais visto em todo planeta.

A importância cultural do futebol no país, principalmente na construção da identidade do “ser brasileiro” em tempos de megaeven-

tos marca presença nesta obra. Afinal, “Copa pra quem?”. Assim como ocorrera com o Mundial de 1950, a Copa do Mundo de 2014 trouxe vasta contribuição para a construção do imaginário popular do brasileiro. Leia o livro e veja como.

A mídia, parceira inexorável do esporte, também esteve presente de forma marcante no Mundial. Em um livro sobre comunicação e esporte, a cobertura midiática do evento não poderia deixar de chamar a atenção dos pesquisadores da área. “A Copa das Copas?” também lança seu olhar sobre esse tema.

A idolatria sobre o ídolo jovem Neymar e a evolução das transmissões esportivas também fazem parte da pauta de discussão da obra do GECEF. O livro lança novas discussões sobre o papel da mídia na construção do imaginário popular e na sua importância para o desenvolvimento tecnológico das relações cada vez mais fortes entre os meios de comunicação e os megaeventos esportivos.

Alemanha e Argentina fizeram o duelo final da Copa do Mundo de 2014. *A Copa das Copas?* reproduz em suas páginas o confronto que decidiu a competição. Porém, ao final da leitura do livro, o leitor não encontrará o campeão. Conhecerá, sim, a visão dos finalistas sobre a competição realizada no Brasil. Nossos vizinhos argentinos e os eficientes e pragmáticos alemães lançaram olhares interessantes e peculiares dos trinta dias de competição em território brasileiro. Leia a obra e entenda como ocorreu mais essa disputa entre europeus e sul-americanos.

A importância da gestão estratégica da comunicação entre entidades esportivas e a sociedade também está presente no livro organizado pelo GECEF. A obra mostra como a correta gestão de uma agremiação esportiva reflete, de forma clara, na *performance* esportiva no campo de jogo. *A Copa das Copas?* mostra isso de forma bastante clara para você, amigo leitor. A relevância econômica e mercantil da Copa do Mundo FIFA de 2014, o maior megaevento esportivo do planeta, não poderia ficar de fora de uma obra de referência sobre o Mundial realizado no Brasil. Os mecanismos de gestão imagética e o Código de Conduta nos Estádios durante o evento são as duas vertentes da questão econômica abordados em *A Copa das Copas?*.

Além dos aspectos culturais, econômicos e sociais apresentados em diversos textos da obra, o livro organizado pelo GECEF traz, tam-

bém, a discussão sobre a Lei Geral da Copa e seus desdobramentos jurídicos sobre a sociedade brasileira. Entre o fascínio das ruas e o fascismo dos craques, ao retomar a discussão sobre a cobertura que a imprensa esportiva nacional fez do Mundial, *A Copa das Copas?* conclui que o “O Brasil não é para principiantes” e que “Fomos goleados também fora de campo”.

Para fechar a obra, como a cereja do bolo, *A Copa das Copas?* apresenta ao leitor o *Homo brasiliis*, o ‘sacana coça-saco tropical’, em uma discussão que envolve o discurso fundador do país e um enigmático professor alemão. Para entender o que tudo isso junto significa, só lendo de forma completa este material.

Para finalizar, convido você, caro leitor, a responder, ao final da leitura integral do livro, à pergunta que a obra do GECEF deixa pairando sobre a cabeça de todos nós: A Copa das Copas? Não olhe com essa cara para mim, amigo leitor. Mesmo após a leitura, não tenho ainda minha resposta. Porém, uma coisa a você que está conosco agora posso garantir: *A Copa das Copas?* é o “Livro dos Livros” sobre a Copa do Mundo de 2014. Leia e veja você mesmo se não estou certo. Boa leitura!

PODE UMA RELAÇÃO IDENTITÁRIA ENCOLHER?

FUTEBOL E CULTURA EM TEMPOS DE OLIMPÍADAS

LUIZ HENRIQUE DE TOLEDO¹

Discutir o lugar do futebol no imaginário brasileiro na contemporaneidade é atentar para um conjunto de transformações mobilizadas pelo mercado mundial que reorganiza a “economia simbólica” esportiva internacional. O engajamento afetivo dos torcedores em torno dos clubes e do selecionado, o *ethos* dos jogadores profissionais que alcançam cada vez mais cedo outros mercados de trabalho e os significados nativistas que atrelam à noção de nacional um caráter identitário unívoco ao selecionado podem ser problematizados à luz dessas mudanças. É sabido que há um salutar espraiamento de centros de pesquisa voltados para os esportes em ciências sociais a partir do decênio de 1990 e com isso trouxe temas e problemas novos para o campo, acimatando controvérsias geradas nos primórdios do jornalismo esportivo em torno da relação entre cultura e identidade.

15

1 Mestre e Doutor em Ciências Sociais (Antropologia Social) pela Universidade de São Paulo (USP). Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e Docente do Departamento de Ciências Sociais da mesma instituição. Integrante do LELuS (Laboratório de Estudos das Práticas Lúdicas e Sociabilidade).

Mas num momento em que vivenciamos os dois megaeventos, uma Copa que findou e as Olimpíadas que se avizinham (2016), não é descabido problematizar o retorno da equação “identidade nacional e esportes” na agenda dos intelectuais ou mesmo na ampla divulgação midiática. Ademais, vivenciamos dias em que um certo nacionalismo está acossado pelas interpelações que parecem reverberar no senso comum ético e político, trazendo outros contornos à sensibilidade cultural sobre o que é estar brasileiro. E a pergunta que me ocorre é se estaríamos em condições de acompanhar novas movimentações em torno das apropriações que se fazem dos esportes haja vista que os modelos explicativos (quer sociológicos, quer os de senso comum) para se pensar o fenômeno esportivo ainda seguem fortemente as orientações da noção de *identidade* como foco aglutinador de diferenças.

Sugiro que lancemos mão de um artifício retórico e rebaixemos analiticamente a noção de *identidade* para que possamos ampliar ainda mais a agenda de pesquisas em ciências sociais sobre as práticas esportivas e atentar para as mudanças já percebidas no senso comum em relação às novas formas de adesão aos esportes, que passam, repito, pelas alterações no regime do profissionalismo mundializado, pela sensibilidade torcedora mais internacionalista e plural, que por sua vez traz novas formas de experimentar o clubismo para além das fronteiras territoriais nacionais, ou pelas políticas indutoras de novas figuras torcedoras atreladas ao mercado como o sócio torcedor, o torcedor consumidor (Toledo, 2011), pelas condições dinâmicas, por que não tênues, da lógica da financeirização-volatilização dos clubes, jogadores e marcas, que igualmente afrouxam tais fronteiras, inclusive as simbólicas, e por fim pelo aparecimento ainda de outros suportes como a internet que ampara a sociabilidade esportiva em escala global.

Mas há uma centralidade nessa relação que posiciona indiscutivelmente o futebol como sendo o epicentro. Trata-se de certa proporcionalidade que se quer alcançar aproximando futebol e identidade, associação simbólica segura que agregou legitimidade tanto ao fenômeno quanto às abordagens sobre ele. Todavia, o fato de retomá-lo como índice da identidade nacional paradoxalmente o apequena diante das possibilidades de vivenciá-lo como experiência multifacetada que é, ainda mais num momento em que o futebol (fracassado na Copa de 2014) será confrontado às Olimpíadas, fracionando as expectativas da

mídia e de torcedores. É como se o cultivo de uma espécie de monoesportismo tivesse por um bom tempo nos confinado à uma espécie de monoproblematização no âmbito das pesquisas em ciências sociais, algo que parece ter sido realimentado pelo discurso midiático que exercita tal nacionalismo há mais tempo que os estudos vindos da academia.

Não proponho que abandonemos a temática da relação entre *identidade* e futebol brasileiro, mas, cada vez mais, devemos construir tantas mediações e contrastes quantos forem possíveis entre uma coisa e outra a ponto de levá-la, digamos, a um limite extenuado, de modo que não precisemos necessariamente partir ou chegar a ela como retórica de legitimidade conferida às pesquisas sobre esportes no domínio acadêmico. E o exercício do afastamento é condição necessária para que a crítica fundamentada apareça com mais sistematicidade.

A rotinização da perspectiva analítica que associa identidade, a questão nacional e futebol tem um marco preciso na literatura sociológica brasileira nos escritos do eminente antropólogo Roberto DaMatta, antes dele Anatol Rosenfeld já havia associado fortemente o futebol a outros marcadores de nacionalidade étnicos como o samba e a “macumba”. E antes ainda, ensaístas como Mario Filho traria para a agenda sobre a nacionalidade a questão freyreana da identidade nacional miscigenada para percebê-la como problema dentro do futebol.

Todavia é primazia de DaMatta dentro das ciências sociais tingir fortemente o gramado do futebol com as cores da nacionalidade. Problematizar sua perspectiva é necessário não como um mero exercício desconstrutivista ou revisionista, mas para melhor visualizar dentro das ciências sociais parte do problema aqui levantado dada centralidade que seu trabalho adquiriu com os importantes *insights* que suscitou, de resto, de grande inspiração a todos aqueles que agendaram os esportes como fenômenos socioantropológicos.

A questão da identidade traz consigo, necessariamente, uma visada política e em DaMatta a escolha por uma específica área da etnologia na sua trajetória acadêmica o manteve por um tempo, e metodologicamente, mais afastado da problemática da identidade nacional, o que seria retomado com vigor no livro *Carnavais, Malandros e Heróis* no final dos anos setenta, texto que o faz atentar (e aí permanecer) para a questão da identidade brasileira.

Penso que no texto introdutório ao precioso volume *Universo do Futebol* (1982), livro que praticamente inaugura com sistematicidade a literatura sociológica sobre futebol no Brasil, o período da redemocratização pelo qual passava o país aparece como um fato totalizador, daí a importância que o autor confere ao futebol como uma via simbólica de apropriação popular dos signos de uma identidade nacional até então cerceada ou subtraída pelo então regime militar. Naquele momento, final da década de 1970, vê-se o processo de redemocratização em curso e seu trabalho assumiria, tal como esboçado ao final de *Carnavais...*, uma postura francamente política no âmbito das escolhas e demandas por novos objetos que arejassem as análises sobre a sociedade e a própria sociologia brasileira. Era o momento de explicar o porquê o futebol consistia num tema que pudesse ser observado à luz da academia e, nesse aspecto, seu trabalho cumpriu plenamente tal desígnio. De qualquer modo, o futebol foi um tema que se enquadrou na moldura sociológica proposta pelo autor, que arriscaria chamá-la de “estrutural-dualista”, um dualismo que o autor toma por dialético, mas prefiro um termo mais vago e metafórico, “pendular”.

Ainda que tenha escrito alguns textos sobre outras manifestações esportivas, mais especificamente sobre os jogos olímpicos,² salvo engano nada a respeito de qualquer outra modalidade em particular, DaMatta centrou-se mesmo no futebol brasileiro. E embora o Brasil não seja mais um país monoesportista, haja vista a forte presença de outras modalidades, tais como o automobilismo, surfe, tênis e notadamente o vôlei, como têm demonstrado alguns trabalhos (Costa & Toledo, 2009), a escolha de DaMatta pelo futebol se deu não somente pela sua inegável penetração social, mas também porque respondia imediatamente a certas tomadas de decisão metodológica que estavam

2 Só tive acesso às análises do autor sobre jogos Olímpicos a partir do interessante texto de Otávio Tavarez sobre igualdade nos esportes, citado. Mas reproduzo a indicação bibliográfica que Tavarez oferece para aqueles que pretendem ampliar o conhecimento sobre as considerações de DaMatta sobre outros esportes, segue: “DaMatta, Roberto. (1987), *Hierarchy and Equality in Anthropology and World Sport: A Perspective from Brazil*, in S-P. KANG & J. MacALOON & R. DaMatta (orgs). *First International Conference on the olympics and east/west and south/north cultural exchange in the world system. The Olympics and Cultural Exchange*, 1987, Seoul. *The Papers...* Seoul: The Institute for Ethnological Studies/Hanyang University (Hanyang Ethnology Monograph N°. 1)”.

no âmago de seu modelo explicativo. O autor quis elaborar, e em grande parte levou às últimas consequências, uma teoria sociológica geral para explicar o Brasil e o futebol aparecia como um índice relevante de evidência empírica deste modelo.

Poderíamos até mesmo utilizar o vocábulo “formação” para se referir ao modo como concebe sua perspectiva de identidade em *Carnavais, Malandros e Heróis* e embora seu texto não tenha uma dinâmica propriamente histórica, algo que a ideia de “formação” pode sugerir, mas estrutural como ele próprio reivindica, “formação” o recolocaria dentro de uma tradição sociológica ou de uma linhagem intelectual que ele mesmo não nega pertencer, não somente como continuador, mas também inovador. Aí, carnavais, procissões, malandragens, personagens literárias e o próprio futebol seriam zonas de encontro e mediação, que expressam modelos de ação que se atualizam no cotidiano, concretamente, ou seja, como o próprio sistema se divide e classifica. Portanto, não seriam tipos ideais weberianos (“construtos puros de relações”) ³, mas tampouco elementos posicionados para a comparação funcional (do semelhante ao semelhante), uma vez que a comparação é estabelecida por meio de contrastes, leiam-se contrastes hierarquizantes. Não obstante, trata-se de um regime de contrastes que produz o efeito de uma totalidade mais homogeneizante, que poderá, aí sim, ser comparada a outras paisagens culturais (a comparação com os Estados Unidos é predileção do autor, fórmula que ele dá vida seguidamente em suas colunas jornalísticas em *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*).

DaMatta se contrapõe às ciências co-irmãs da antropologia ao relativizar aquilo que a sociedade pensa ser o seu motor ou força dominante – a história, pois para ele alguns elementos que estruturam a sociabilidade são intangíveis historicamente (fé, amor, caridade, justiça social – valores eternos: hierarquia, descendência, honra, sangue). Como ele mesmo afirma, nem tudo poderia “ser observado como engolfado pelo tempo implacável”.

Embora rechace a crítica de que seu modelo seja estático, essencialista e dicotômico, uma vez que a presença dialética do tradicional e do moderno, ou em seus próprios termos, entre uma estrutura simbólica

3 Para um entendimento condensado de tipo ideal em Weber, consultar Ringer (1997).

holista e outra individualista, recomporia a dinâmica processual do nosso devir histórico, poderíamos adequá-lo a uma perspectiva antes pendular. Pendular porque ora a presença do regime hierárquico se impõe como valor, ora o regime individualista é acionado, onde os eventos se acomodariam à estrutura e a tensão entre o arcaico para o moderno se daria sem rupturas, ou melhor, as rupturas estariam suportadas ou previstas pela própria estrutura.

A isto DaMatta chama de “dilema” e o futebol consistiria numa instituição, ou melhor, num rito, para fugir de uma visada funcionalista tradicional, em que os movimentos do pêndulo inclinar-se-iam tanto para o lado moderno de sua trajetória, dada a vocação universalista presente nas regras do esporte, quanto para o lado tradicional, pois é também visto como um jogo (sorte/azar) no Brasil, daí novamente o pêndulo em movimento, uma vez que visita o outro lado da trajetória, o domínio do tradicional, do sagrado, dos valores intangíveis, enfim. Parece que a história para DaMatta seria a tentativa vã de superação desses pólos, e os elementos da cultura, tais como o futebol, formariam uma espécie de freio à corrosiva dinâmica da história, ou de uma determinada filosofia da história que norteia vários paradigmas.

Mas onde, exatamente se encaixaria o futebol no modelo damatiano expresso no seu triângulo ritual: Carnaval (*inversão*), Procissões (*neutralização*) e Paradas Militares/eventos institucionais (*reforço*) - presente no livro *Carnavais, malandros e herois?* Talvez o futebol se aproxime mais do espaço simbólico reservado à noção de *neutralização*, uma vez que o seu aludido aspecto democrático e universalista inscrito no desempenho e meritocracia do ganhar ou perder neutralizaria tanto as posições marcadas e imutáveis presentes nos rituais de reforço da ordem, de qualquer ordem, mas também nas ditas inversões hierarquizantes carnavalescas.

E no domínio cotidiano, onde reina outro sistema ritual na fala ou máxima *you know who you are talking to?*, expressão basilar em que o autor identifica o jogo social miúdo de repor as hierarquias no plano das experiências de senso comum, o futebol também não poderia ser acionado como marcador hierárquico de posições sociais uma vez que torcer seria, em si mesmo, um ato de livre escolha, um valor democrático praticado por qualquer um, sob qualquer intensidade, independentemente do *status* ou classe, quer dizer, anunciar o time a alguém

não faz ninguém superior, em que pese o domínio sempre jocoso da falação torcedora.

É dentro dessa ótica que o futebol ao se aproximar do sagrado neutralizador das aflições humanas ou se contrapor às hierarquias que se reatualizam no cotidiano é que pode ser visto como um fenômeno dotado de uma potência simbólica intangível que o populariza não somente pelos seus elementos civilizatórios, como quer, por exemplo, autores como Norbert Elias, mas também pelo adensamento dos valores presentes na tradição local, no caso, o Brasil. Mas a elegância do modelo traz consigo alguns dilemas internos (os dilemas sempre são históricos, pois): porque gostar de futebol nos levaria a certos imobilismos, a guardar certas propriedades simbólicas atávicas do nosso jeito de ser, para o bem e para o mal. Contemporaneamente parece que tal fórmula perde força à medida que crises políticas, institucionais e futebolísticas (os 7 a 1 para o selecionado da Alemanha foram emblemáticos na semifinal da Copa de 2014) se sucedem e alimentam inquietações multidirecionadas na sociedade, desestabilizando o lugar seguro do futebol no imaginário popular.

Portanto, parece-me que o futebol na teoria damattiana, ao menos dentro do triângulo ritual que propõe, poderia assumir um lugar ainda de maior destaque. Falta que, em parte, fora suprida com a publicação de *Universo do Futebol*, onde a questão da relação entre futebol e identidade nacional aparece com mais clareza, muito em função também do suporte empírico e analítico dos textos dos autores ali presentes, destacadamente o da antropóloga Simoni Guedes, considerada primeira mulher a enfrentar a seara masculinizante acadêmica a estudar fenômenos esportivos no Brasil. Nesse livro a questão da identidade ganha força a partir da noção de mito de formação, novamente são as propriedades do mito que se impoem à dinâmica social sobre os eventos históricos e aí o autor seguirá de perto uma dada tradição antropológica que lhe é cara.

Mas, de qualquer forma, o fenômeno futebol aparece como elemento que visualiza e dinamiza o modelo e descortina o jogo complexo da identidade brasileira afirmada pela ambiguidade (holismo/individualismo) que parece presidir e tensionar toda a realidade social. Para o autor o mito da nossa formação, baseado na peculiar forma como se deu o processo de miscigenação, aliando hierarquizações com

nichos de igualdade formal não cumpriria o destino dos mitos, de se espalharem, transformarem e perderem sua força para depois fenece-rem, como sugere autores como Lévi-Strauss. Ao contrário, aqui ele se expandiu e se fortaleceu, conquistando novas searas na vida social e ao que parece a miscigenação baseada na dimensão fenotípica, impactante no culturalismo freyreano é assegurada na forma de uma miscigenação simbólica, ou seja, seríamos frutos da mistura de dois modelos morais. É nesse sentido que DaMatta parte do fato, ou melhor do mito da miscigenação em alguma medida, mesmo que afastando-se do culturalismo mais próximo da teoria das três raças.

A atualização de sua pesquisa, ou mesmo os usos mais abusivos de suas premissas parecem menos dependentes das escolhas feitas em campo, das narrativas colhidas, dos sujeitos de pesquisa entrevistados, da relação que pesquisadores travam com seus colaboradores, dos objetos e documentos à mão. A estabilidade *a priori* do modelo assegura um mínimo denominador comum ante a profusão de dados que colige, das entrevistas recolhidas aos textos literários. Muda o Brasil, mas permanece o modelo. Desse modo e a partir do triângulo ritual seu modelo dualista dinamiza o pêndulo que desliza dos rituais coletivos às personagens literárias, passando pelos comportamentos e dramas de indivíduos concretos no domínio do cotidiano.

O universalismo dualista parece se fundir com a própria noção a-histórica de identidade que emprestamos às nossas representações sobre o Brasil a partir, não só, do futebol. Mas é possível que de tão rotinizado o modelo não seja suficiente para desvendar novas reconfigurações em curso, tais como a popularidade de outros esportes na dinâmica das identidades, que poderiam proporcionar uma perspectiva intracultural frutífera, reposicionando o papel do futebol como operador simbólico solitário, ou ainda multiplicar essa mesma identidade a partir de um pluralismo que descortinaria mais facetas identitárias em vários “brasis”, atentar, por exemplo, para o pluralismo religioso cristão vivido no Brasil contemporâneo que, em alguma medida, reposiciona a ideia de sagrado neutralizador e com isso o próprio *ethos* de brasilidade, ou ainda equacionar alguns temas que parecem escapar ao regime de dualismos que alimenta o modelo, como, por exemplo, a temática de gênero, outra dimensão cara que recoloca em outros termos a discussão sobre identidade no mundo contemporâneo.

Mas, afinal, pode uma identidade encolher?

Num evento acadêmico cuja temática mais geral era discutir as potencialidades de um Brasil Olímpico,⁴ a antropóloga Simone Guedes afirmara que o futebol, por contraste, não poderia ser considerado propriamente (ou apenas) um *esporte* no contexto nacional. Por certo a boa provocação estabelecia uma fronteira nítida e simbolicamente densa entre o futebol como um evento (histórico e estrutural) e todas as demais manifestações esportivas tomadas pela categoria *modalidades*, episódicas na percepção do senso comum.

O movimento de expansão temática no círculo antropológico de estudos abarcando outros fenômenos esportivos, investigações que tiveram considerável crescimento a partir dos anos 2000 levantaram questão semelhantes fortemente impregnadas pelo método etnográfico que leva os estudos de outras práticas esportivas para além das circunscrições que os definiam propriamente como esportes. Assim, esportes na leitura etnográfica aparecem como modos de vida, produzindo interfaces com outras esferas da vida social.

Aquilo que era tomado como condição *sui generis* do futebol, a primazia de um simbólico plasmado na vida social, a busca pelos significados, a circulação em domínios semânticos para além da prática esportiva, parecem hoje mais rotinizadas pelo método etnográfico ao desentranhar de outras práticas esportivas justamente a percepção de que tais esportes são experimentados como dimensões simbólicas que ordenam *habitus*, classificam indivíduos, conferem *status*, determinam lugares, constituem *peessoas*.

A questão que ainda permanece está na ordem da proporção, uma vez que a reverberação simbólica do futebol resvalaria nos limites da condição da nacionalidade. Eleito por intelectuais de vários domínios o esporte nacional bem antes que os cientistas sociais atentassem para o fenômeno, o futebol pode plasmar o simbólico como operador de condutas e classificação do mundo à noção política de identidade.

4 Na época (2007), o Rio de Janeiro havia sediado os jogos Pan-americanos em sua XV edição. O evento acadêmico ocorreu no campus da Universidade Federal Fluminense (UFF).

Na linguagem esportiva corrente brasileira, que faz aproximar intelectuais dos torcedores ditos “comuns” algumas nomeações usualmente separam futebol de outros esportes, enquanto aquele, como já salientou arguta observação de DaMatta, é mais corriqueiramente chamado de *jogo*, às definições de *esportes olímpicos* estariam mais constrangidas numa espécie de *continuum* contingencial revelado no coletivo *modalidade*. Mas ao evento propriamente dito, que são as Olimpíadas modernas, por razões que tem a ver com a busca de permanências e contiguidades históricas legitimadoras de um estado de civilização como suposta condição humana universal, evoca-se a ideia e grandeza emblemática da noção de *jogo* (Huizinga, 1971), daí inúmeras modalidades serem reunidas no formato conhecido por Jogos Olímpicos.

Se há densidade histórica e cosmológica que amparam as noções evocativas de jogos ancorados numa tradição clássica em contiguidade aos jogos modernos, haveria do ponto de vista etnográfico e tomando o “caso brasileiro” certo esvaziamento simbólico na noção de *modalidade* se tomado na linguagem do senso comum. Afinal, praticar uma “modalidade esportiva” parece levar o discurso para o reino frio da técnica, da escolha racional, deixando de lado noções como paixão e destino.

É bom lembrar que em dissertação de mestrado original Guedes já antecipara que a centralidade simbólica do futebol na sociedade brasileira o colocava em condições de ser tomado como uma instituição zero, posteriormente numa definição aguda retomaria o rendimento dessa noção que, a propósito, fora acolhida por mim em *Lógicas no Futebol* (Toledo, 2002). Diz a autora:

(...) apoiando-me em descobertas do estruturalismo lévi-straussiano, considerei o futebol no Brasil como “instituição zero” (Guedes, 1977), buscando acentuar, ao mesmo tempo, sua extrema exigência de significados e, de certa forma, a indiferença do veículo futebol aos significados que lhes são atribuídos. (GUEDES, 2003)

Passadas décadas de atividade esportiva, por um lado, e atividade científica em torno do esporte, por outro, na qual a autora e alguns outros intelectuais haviam inaugurado toda uma agenda de pesqui-

sa que frutificaria na multiplicação de pesquisas, sobretudo em torno desse “esporte maior”, a provocação motivou e entusiasmou a todos no citado simpósio, reorientando inclusive minha fala na ocasião, e agora, tempos depois, remóida neste texto na forma de uma reflexão que desloca um pouco o problema para pensar o lugar que estabelecemos para nossas teorias sociais ao pensar a centralidade do futebol e, por consequência, a “periferização” simbólica de outras tantas modalidades nomeadas de “olímpicas”.

Mas aí redireciono a pergunta com a seguinte indagação: seria o futebol *sui generis* no âmbito da (má) distribuição de representações e simbolismos que classificam o universo dos esportes no Brasil ou tal centralidade a ele atribuída deve em parte ser tributária à centralidade metodológica que conferimos às nossas próprias interpretações e teorias a seu respeito?

Noutras palavras, a quem caberia a primazia da centralidade, ao futebol como plano do vivido ou às teorias sociais, ao discurso midiático que se reorganizou há décadas a partir do jornalismo esportivo que asseveram sua centralidade na forma de um fenômeno? Vivido por milhões na forma de experiência biográfica e prática de sentidos (profissionais, emocionais, de sociabilidade), ou tomado como fenômeno social e cultural para nós outros, sociólogos, antropólogos, historiadores, intelectuais da comunicação, penso que esta indagação não seja totalmente descabida. Ao final das contas qual seria o lugar de outros esportes ou quais os limites de ser olímpicamente esportivo, para glossar uma expressão *bourdieusiana*, num contexto de impactante pregnância futebolística? Não está em jogo aqui tamanho espraiamento e saliência que o futebol adquiriu, mas a reparar é o modo como o plasamos à noção de *identidade*.

Gerações sucessivas de pesquisadores “cresceram” sob o manto desta representação capitaneada por este “símbolo flutuante”⁵ e isso

5 Tomando mais uma vez de empréstimo uma noção utilizada por Guedes (1977), afirmei alhures que “O futebol pode ser pensado como um *símbolo flutuante* justamente porque não produz consensos, ao menos não na sua totalidade, mas pode ser vislumbado como um fenômeno cultural no qual todos articulam, com uma boa dose de especulação, cientificismo, *magia* e emoção, suas teorias e doutrinas, e que, literalmente, investem nas suas falas e saberes determinados valores que, aí sim, talvez produzam identidades em alguns níveis” (Toledo, 2002, p. 27).

nos dá a ideia de que o fenômeno futebolístico esteja assentado numa longa duração. Mas devemos notar que disputas por legitimidades científicas também ocorrem num plano diacrônico e nossa consciência histórica futebolística, como outras, devem ser pensadas na chave processual das transformações. Mas não situarei meu diálogo exatamente nessa direção, penso que à etnografia como método da antropologia estão reservadas outras possibilidades interpretativas de entendimento e problematização dessa centralidade simbólica tomada como identitária para se pensar no contraste entre futebol e todos os demais esportes no que concerne à sociedade brasileira.

Dando mais sobrevida a oportuna provocação e acrescentando algo mais a ela, ou seja, a de que o futebol não seria no Brasil somente um esporte, porque transbordaria significados em outras dimensões (na linguagem estética, por exemplo) há, de fato, um rendimento ao especular quem o considera ou não um esporte e nesse sentido é crível que estabeleçamos níveis de entendimento que possam situar melhor afirmações mais universalistas como essa. Quero dizer, provavelmente o futebol seja menos esporte para os sociólogos e antropólogos que o estudam, tomado originalmente como representação, índice identitário e teoria nativa que retém boa parte do entendimento sobre modos de vida do brasileiro comum. Todavia é mais esporte para os *profissionais* em campo ou os *especialistas* da crônica esportiva. Ou é somente um joguinho de final de semana para aqueles que se entregam às refregas varzeanas e não ligam para o futebol jogado profissionalmente. E o fato da sociologia e antropologia serem grandes responsáveis na produção desse consenso sociológico de conduzir o futebol a um lugar de centralidade simbólica, parece razoável do ponto de vista de uma observância etnográfica mais estrita que se leve em conta ao menos outros discursos que o descentalizam.

É comum ouvirmos cronistas esportivos dizerem que o futebol é a coisa mais importante entre as coisas menos importantes de nossas vidas, por outro lado aqueles que militam nas ciências sociais suam a camisa para dizer justamente que ele é uma fração da sociedade tão importante como qualquer outra, ou que os esportes constituem dimensão fundamental em interdependência às outras esferas sociais (Elias, 1992).

Penso, dessa forma, que alguns consensos “teóricos identitários” cessam no exato momento em que o fenômeno futebol deixa de ser um problema epistemológico e passa ser entendido como algo da ordem do vivido. Não tem jeito, parte do campo jornalístico está mobilizado em torno dos esportes, e a dimensão técnica e tecnicista que permeia o discurso da mídia arrasta-o para o campo de um saber esportivo que não pode ser pensado somente como um fenômeno à espera de seu desvendamento pela via da teoria social. É como se tivéssemos sempre que estabelecer a seguinte equação sociológica sob estes outros discursos: sob o manto enevoadado do simbolismo, esses atores ou narradores fazem ou vivem o futebol, mas na verdade o que fazem é reproduzir ou perpetuar a propalada identidade brasileira.

Isso vale nessa exata medida para outras perspectivas, por exemplo, aquela elaborada pelos torcedores para quem o futebol pode significar muitas coisas ao se apossarem da sua sociabilidade, mas é pensado menos como índice identitário. Devemos levar a sério quando um corintiano diz que torce mais para o time que para o selecionado nacional e esse “localismo” verbera ou totaliza tanto quanto noções como a de identidade nacional.

7 A 1, e depois...

A globalização e o agressivo pacto midiático que trouxe nas últimas décadas o mundo futebolístico para dentro dos lares dos torcedores brasileiros impactaram em muito esta noção de primazia de que aqui teríamos o único futebol belo disponível no mundo. Portanto, fracionar as representações em torno das vocações identitárias do futebol pode abrir espaço para se pensar outras vocações esportivas, ou seja, talvez seja salutar descortinar este nível propriamente simbólico por onde caminham as teorias sociais, nossas representações sobre o futebol, e colocá-las mais em pé de igualdade ante outras possibilidades de acessá-lo como experiência e objeto de reflexão.

Parece algo fantasmagórico do ponto de vista etnográfico afirmar que nós estamos do lado daqueles que fazem teoria social com o futebol, e que todos os demais que produzem narrativas sobre o jogo o

vivenciam (corporalmente, verbalmente) na forma de uma representação identitária. Afinal, poderia uma relação identitária se apegue-nar? Outro olhar de relance num fenômeno correlato aos propósitos aqui discutidos, tal como o universo do samba, pode trazer um último alento à discussão.

O samba, de uns tempos para cá, fixado como um gênero musical no Rio de Janeiro e metonimizado “brasileiro”, vem assumindo por intermédio de múltiplas demandas e matizes locais mais visibilidade: samba de roda do Recôncavo baiano, samba de enredo carioca, samba rural paulista entre outras denominações que passam a se abrigar dentro da moldura jurídica das políticas de salvaguarda. Nacionalizado após os anos trinta, tal como reverbera parte significativa da literatura especializada, o samba vive hoje a experiência de redefinição da sua amplitude cultural e política. Num movimento invertido, do nacional ao carioca, do carioca ao samba rural e urbano paulista, apenas para citarmos fragmentos de um fenômeno que se espria, o samba se vê enredado às histórias mais particulares e às demandas específicas capturadas, inclusive, pelas políticas de tombamento que tentam assegurar sua permanência como símbolo local, e não somente nacional. A demanda por multiplicidade é respondida com reificação embutida em alguns discursos sobre patrimônio, de sambistas a intelectuais.

Embora as iniciativas oficiais estejam eivadas de folclorismo e não sejam condenáveis é preciso que se atente às movimentações em torno da categoria genérica samba e como ela se posiciona no âmago das disputas políticas e simbólicas pelas definições do que deve ser tomado como relevante nas definições de patrimônio. O “pagode paulista”, de forte apelo comercial, para muitos de baixíssimo rendimento poético, certamente não será a curto e médio prazo objeto de controvérsia, pois os parâmetros que definem o que deve ou não ser preservado é, em si mesmo, fruto de uma disputa simbólica, digamos, que se pauta em grande parte por uma perspectiva retroativa daquilo que foi um dia expressão estética legítima de um “povo”, um “grupo”, um segmento social.

Paradoxalmente o pagode paulista, alguns ritmos dentro do complexo do axé baiano, o forró eletrônico pernambucano, que se espria também pelo sudeste, ficariam de fora da salvaguarda, uma vez que constituem linguagens menos valorizadas pelas elites pensantes ou menos comprometidos politicamente com a problemática da “identida-

de nacional”, ainda que revigorados por redes estáveis de produtores, empreendedores, artistas e consumidores. Salvar aqueles politicamente e economicamente mais frágeis dessas outras investidas faz parte de um certo nacional que é ativado quando se pensa em cultura.

E o dito “futebol brasileiro”, a que tipo de salvaguarda se prestaria? Salvará-lo das goleadas e derrotas acachapantes? Ou deixá-lo ao sabor do fluxo das demandas políticas e ações de dirigentes e interesses vários? Talvez devamos atentar para as relações entre o futebol profissional, carro chefe da nacionalidade esportiva, e outros tantos futebolis ou esportes disponíveis que produzem sentido à vida de milhões de brasileiros mais à margem dos interesses que amparam o futebol “maior”.

De qualquer modo, tais movimentos à margem do nacional “patrimoniado” evidenciam movimentos de acomodação de identidades à revelia do caráter nacional, fato que parece ocorrer com o futebol em tempos de Olimpíadas, instrumentalizado localmente por demandas vindas de um profissionalismo de resultados menos sensível às demandas de um nacional reificado.

Referências Bibliográficas

BUARQUE DE HOLANDA, Bernardo & REIS, Heloísa Helena Baldy (orgs). *Hooliganismo e Copa de 2014*. Rio de Janeiro, Sete letras, 2014.

BOURDIEU, Pierre. “Como é possível ser esportivo?” *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro, ed Guanabara, 1979.

_____ (org). *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro, ed Pinakhotheke, 1982.

ELIAS, Norbert. *A busca da excitação*. Lisboa, Difel, 1992.

GUEDES, Simoni Lahud. *O Futebol Brasileiro - instituição zero*. Rio de Janeiro, PPGAS – Museu Nacional, dissertação de mestrado, 1977.

_____. *De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional entre Brasil e Argentina*. XXVI Encontro Anual da ANPOCS Caxambu, Grupo de Trabalho Esporte, Política e Cultura, 22 a 26 de outubro de 2002.

_____. Lógicas da emoção. Resenha. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol 18, nº 51, 2003.

HORIZONTES ANTROPOLÓGICOS. Dossiê Megaeventos. Porto Alegre, ano 19, nº 40, julho-dezembro, 2013.

HUIZINGA, Joan. *Homo Ludens*. São Paulo, Perspectiva, 1971.

RINGER, Fritz. *A metodologia de Max Weber. Unificação das ciências culturais e sociais*. São Paulo, Edusp, 1907.

RODRIGUES FILHO, Mário. *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1964 (2ª edição).

ROSENFELD, Anato. *O futebol no Brasil*. Argumento, n 2, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1974.

_____. *Negro, macumba e futebol*. São Paulo, Edusp, 1993.

TAVAREZ, Otávio. Tocqueville e as origens do conceito de igualdade no esporte. *Teoria e Pesquisa* (departamento de ciências sociais, UFSCar), nºs 42 e 43, janeiro-julho, 2003.

TOLEDO, Luiz Henrique. “Roberto DaMatta e o efeito Brasil”. *Revista da Faculdade de Letras*, Universidade de Lisboa. Lisboa, 1996.

_____. *Lógicas no Futebol*. São Paulo, Hucitec/Fapesp, 2002.

_____. “Políticas da corporalidade: socialidade torcedora entre 1990-2010”. 2011. Toledo, L. H. et al (orgs). *A Torcida brasileira*. Rio de Janeiro, Set letras, 2012, p 122-158.

_____. “Torcedores e o Mercado de bens simbólicos”. Flavio Campos & Daniela Alfonsi (orgs). *Futebol Objeto das ciências humanas*. São Paulo, LEYA, 2014.

A COPA DA POLÍTICA EM UM PAÍS DO FUTEBOL

FLAVIO DE CAMPOS¹

Na calma de maio de 2013, quando os índices de aprovação do governo federal ainda batiam sucessivos recordes, projetando uma barbada no resultado das eleições presidenciais de 2014, uma propaganda de automóveis subvertia o sentido das críticas aos atrasos nas obras de infraestrutura urbana. O refrão da peça publicitária convidava a torcida a ocupar as ruas para a vibrar com a seleção brasileira de futebol. Na cena, a multidão eufórica desfilava e bailava em torno de automóveis parados em um enorme congestionamento, expressão da opção pelo transporte individual, implementada desde a década de 1950 e estimulada ainda mais nas últimas décadas. Era quase uma provocação.

No mês de junho, em diversas cidades brasileiras, manifestantes tomaram as ruas e avenidas e ousaram ocupar o mesmo espaço hegemonicamente utilizado pelos automóveis. Desfilaram na contramão, atrapalhando o trânsito, e explicitaram ainda mais os entraves à mobilidade urbana, causados, sobretudo, pela falta de investimentos em

1 Graduado em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Mestre e Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo (USP). Docente de História da Universidade de São Paulo. Coordenador Científico do Ludens (Núcleo Interdisciplinar de Estudos Sobre Futebol e Modalidades Lúdicas).

transportes públicos e pelas opções pelo estímulo ao consumo de carros e por incentivos à instalação de montadoras transnacionais.

Desencadeadas pelo aumento das tarifas das passagens, as jornadas de junho ganharam corpo e articularam diversas outras demandas sociais: fim da violência policial, mais verbas para educação e saúde, combate à corrupção e críticas ao sistema político vigente.

Eram manifestações vinculadas a dezenas de entidades e grupos ligados à Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa do Mundo (ANCOP), atuante desde 2010, que também ocuparam ruas e praças nas proximidades dos estádios, onde se disputavam partidas da Copa das Confederações. Retomavam-se, com visibilidade, antigas bandeiras dos movimentos sociais, arriadas nos últimos doze anos em nome da governabilidade e do presidencialismo de coalizão.

Em Brasília, na cerimônia de abertura, a presidenta Dilma foi vaiada, no lado de dentro do Estádio Mané Garrincha, por uma maioria de integrantes das classes médias confortavelmente instalada nas cadeiras coloridas da arena esportiva. Do lado de fora, a presidenta foi vaiada por representantes de movimentos populares, que, paradoxalmente, denunciavam também o processo de elitização e de exclusão dos setores subalternos dos espaços destinados à assistência das práticas esportivas.

As críticas estampadas em cartazes e gritadas em palavras de ordem denunciaram o projeto tecnocrático que envolveu a preparação e a realização da Copa das Confederações, da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos de 2016. Refém da lógica dos megaeventos, a organização não incluiu projetos sociais significativos, não estabeleceu diálogos nem permitiu a participação dos movimentos sociais na sua elaboração.

O legado de desenvolvimento desses megaeventos, baseado na potencialização turística, na dinamização de serviços e negócios e na melhoria dos transportes públicos das cidades envolvidas, era evidentemente falacioso diante dos gastos na construção das arenas esportivas e dos resultados limitados em termos de infraestrutura.

A edificação de estádios em cidades sem expressão futebolística, projetava transformá-los em “elefantes brancos”, cujos custos de manutenção podem ser comparados à situação vivida hoje pela África do Sul (sede da última Copa do Mundo) e por Portugal (sede da Eurocopa de 2004). O financiamento público das obras por meio de emprésti-

mos subsidiados, renúncia fiscal e até mesmo o custeio direto dos empreendimentos significou enorme transferência de recursos do Estado para empresas privadas. Remoções de populações carentes, estímulo à especulação imobiliária e sobrecarga de trabalho na execução das obras, resultando na morte de operários e em diversos acidentes de trabalho completaram o cenário denunciado próximo aos canteiros dos estádios.

O conjunto de medidas exigido pelo Caderno de Encargos da Fifa e pela Lei Geral da Copa cancelou a exclusão social em um raio de dois quilômetros dos Locais Oficiais de Competição, viabilizou a ampliação do endividamento das cidades-sede e significou a aceitação de ingerências que afrontaram a soberania nacional.

Além disso, com a modernização da arquitetura dos estádios, em nome do conforto e da segurança, vem se alterando a gestualidade torcedora. A elitização provocou a exclusão dos setores populares. Os estádios viraram arenas e a torcida virou plateia, que vaia e aplaude. Uma forma de higienização social.

Na abertura da Copa as vaias foram substituídas por um xingamento chulo, em geral endereçado aos árbitros de futebol que contrariam a torcida com suas decisões ou a atletas que desapontam seus torcedores com mau desempenho. A essa altura, a popularidade da presidenta já despencara, e as eleições indefinidas permitiram uma série de articulações e defecções políticas. O entrelaçamento da agenda esportiva à agenda política tornava-se evidente. A ferocidade do desrespeito à figura da comandante máxima do país era a expressão de descontentamentos, frustrações e divergências ideológicas que, até pouco tempo, pareciam ter sido superadas pelo grande pacto social costurado em torno de Lula e Dilma.

Do lado de fora dos gabinetes e palácios, entre junho de 2013 a junho de 2014, a questionadora palavra de ordem “Copa pra quem?” passou a ser substituída pela temerária “Não vai ter Copa!”, reeditando as definições redutoras que desconsideram o futebol como um ingrediente da cultura das classes subalternas das sociedades contemporâneas e o compreendem como ingrediente de alienação social. De qualquer modo, ambas questionaram as prioridades sociais dos investimentos públicos e cobraram, de certo modo, coerência ideológica do governo federal capitaneado por um partido de origem popular como o PT.

Às vésperas da abertura da Copa ocorriam manifestações diárias, protestos e greves. Além disso, elevava-se o tom contra a FIFA, a CBF e à organização do megaevento esportivo, construindo um panorama de intensa mobilização social que contrastava com a desmobilização torcedora. De certo modo, um cenário surpreendente para uma Copa realizada em um país tido como o país do futebol.

Ressalvando-se que o Brasil não é o único país no qual o futebol é o principal esporte nacional e participa ativamente da construção de identidades, como a Argentina, a Inglaterra, a Itália e até mesmo a Espanha, pode-se dizer que essa foi uma Copa caracteristicamente brasileira. Uma Copa em uma sociedade em que o futebol tem o poder de evidenciar tensões e conflitos, de expressar as principais questões, de potencializar determinados problemas. Ou seja, dramatizar dilemas e contradições e produzir narrativas individuais e coletivas que se entrelaçam à nossa história. Uma Copa em um país do futebol.

Poucas vezes na História brasileira tivemos a expressão tão completa de insatisfações, interesses, perspectivas e frustrações como nesse intervalo entre junho de 2013 e novembro de 2014. Poucas vezes a pauta de reivindicações foi tão extensa e difusa, apesar da incapacidade dos setores organizados da sociedade em elaborar um projeto amplo que responda a todas essas demandas.

Experimentamos um momento histórico privilegiado, com a sociedade diante do espelho, com o país cara a cara com seus problemas e diferenças. Significativamente, no contexto da organização dos maiores megaeventos esportivos da atualidade, Copa do Mundo e Jogos Olímpicos. Em tempo: categorias conceituais como megaevento, legado da copa, mobilidade urbana entraram para o vocabulário cotidiano por força das manifestações iniciadas em 2013 e que tendem a se estender até 2016.

A estética da arquibancada à direita e à esquerda

Do ponto de vista da estética das massas, da sua gestualidade e da sua vocalidade, as manifestações e toda a extensa e difusa pauta que se construiu nas ruas brasileiras mimetizaram as expressões das arquibancadas.

“Pula sai do chão contra o aumento do buzão” (ou contra a corrupção) é uma paródia do “Pula sai do chão faz ferver o caldeirão”. “O povo acordou” tem também suas matrizes futebolísticas: “O campeão voltou”. “Sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor...” é o decalque do principal (talvez o único) canto entoado (e enjoativo) pela torcida brasileira em partidas da Seleção.

Se nos antigos estádios ocorriam disputas entre modalidades do torcer por aqueles que ocupavam gerais, arquibancadas, numeradas, tribunas de honra e outros espaços diferenciados, nas ruas pôde-se observar a expressão de diversos setores sociais e lutas ideológicas bastante explícitas.

À direita, embutida no discurso da ordem, ecoou uma saraivada de slogans ufanistas: “O Brasil é o meu partido”, “O povo unido não precisa de partido”, “Sou brasileiro, com muito orgulho...” Resgate do nacionalismo autoritário particularmente perigoso nesse contexto político e esportivo. Em algumas cidades, ocorreu a intimidação, a queima de bandeiras e a expulsão de militantes de partidos das ruas e avenidas.

Apesar de se valerem das liberdades democráticas para realizar suas manifestações, alguns grupos e indivíduos não demonstravam apreço pela democracia e chegam a defender a instauração de uma ditadura no País. Curiosamente, no momento de conclusão dos trabalhos da Comissão Nacional da Verdade, sobre os crimes cometidos durante o Regime Militar. Na mesma direção, criminalizam os movimentos sociais, reverberando falas agressivas de setores da imprensa, que podemos identificar como neolacerdistas, empenhados no ataque sistemático às esquerdas e ao governo federal.

Ao contrário das manifestações sociais a partir do fim dos anos 1970, as jornadas de junho foram marcadas pela organização descentralizada. Mobilizados por meio de redes sociais, sem lideranças políticas claras, figuras públicas ou entidades tradicionais da sociedade civil revelaram a emergência de uma nova geração, nascida após a ditadura militar.

A ação direta, através de confrontos, depredações e atos de vandalismo, demonstrou o distanciamento das demandas sociais em relação aos canais de representação político-institucionais. Muitas dessas ações foram promovidas por pessoas infiltradas, ligadas a forças con-

servadoras, com o intuito de provocar mais turbulências políticas para o governo federal.

Também foram praticadas por jovens da periferia das grandes cidades e provenientes dos setores sociais subalternos e da nova classe média gestada, em grande parte, com as políticas públicas dos últimos anos. Talvez como expressão e reação primárias ante as suas precárias condições de vida e a violência corriqueira e estruturante que marca o seu cotidiano.

No entanto, apesar da participação de pequenos partidos políticos de esquerda, a condução das manifestações foi levada por grupos e indivíduos mais ou menos identificados com práticas e ideias autonomistas e anarquistas.

De um lado, isso revela o esgotamento do atual sistema político brasileiro e a necessidade de reformas que revitalizem os canais de representação. Revela também a crise de duas gerações, estampada nos semblantes e nos discursos cotidianos emanados desde 2013. Uma crise da frustração, daqueles que participaram das lutas e manifestações pela instauração da democracia no Brasil, ao final dos anos 70 e início dos anos 80, e que se mostram indignados com a incorporação e cooptação de setores de uma certa esquerda à política tradicional do país. E, sobretudo para aqueles nascidos pós-ditadura, uma crise de indignação com relação às práticas políticas predominantes. De outro, as ações diretas de depredação de patrimônio público e privado e o enfrentamento com as polícias militares promoveram o esvaziamento gradativo das manifestações e o seu isolamento. No lugar de dezenas de milhares de pessoas, as manifestações de 2014 caracterizaram-se pelo pequeno número de integrantes e pelo aguçamento da violência.

Ao contrário do que se poderia esperar da população nacional, completamente paramentada pelo ufanismo de bandeiras, com o transcorrer da Copa e a gradativa mobilização dos torcedores, foi possível identificar duas torcidas brasileiras. Uma maior, verde-amarela, que de certo modo apostou na campanha dos comandados por Felpão. Outra menor, rubro-negra, mais negra que rubra, com bandeiras e camisetas anarquistas predominando sobre os símbolos socialistas, que torceu para que a seleção não obtivesse sucesso. Duas torcidas legítimas, que redefiniram e atualizaram o jogo de identidades e alteridades no Brasil durante o Mundial de Futebol.

O futebol e as eleições

A principal característica da Copa de 2014, que marcou definitivamente a história do futebol, foi a intensa politização. Futebol e política entraram em campo com uma disposição tática nunca vista. Não é novidade a utilização do sucesso de seleções por governos autoritários: 1934 e 1938 pelo regime fascista na Itália, 1970 pela ditadura militar brasileira, 1978 pelos militares argentinos.

A particularidade desta copa foi a expressão da política em uma chave democrática. Claro, pode-se lembrar as tentativas de todos os presidentes em extraírem algum dividendo das conquistas de 1958, 1962, 1994 e 2002.

Nesse certame, no entanto, foram os opositores, à direita e à esquerda do consórcio instalado no Palácio do Planalto, que utilizam o futebol mais que o próprio governo, a quem se acusava previamente de uma mal-intencionada instrumentalização bolivariana.

Além das manifestações iniciadas em junho de 2013, verificou-se a organização de variadas iniciativas à margem do megaevento - Copa Rebelde, Copa do Povo, Copa dos Refugiados, Copa das Meninas, Mundial de Futebol de Rua, Copa Revolucionária da Mulher – traduzindo a politização em sentido amplo e crítico.

Nesse sentido, o futebol interferiu no resultado das eleições de 2014. Após as jornadas de junho de 2013, as intenções de voto para a presidenta Dilma e sua popularidade desidrataram.

As demandas das ruas calçaram chuteiras ao estabelecerem como parâmetro os gastos com a organização da copa e o propalado padrão FIFA. Ao mesmo tempo, fortaleceu-se a percepção coletiva de que uma extensa lista de responsabilidades - atrasos nas obras de infraestrutura e mobilidade urbana, problemas na construção dos estádios e o desperdício da janela de oportunidades - deveria ser atribuída ao governo federal. Percepção bastante distorcida porque tais responsabilidades mereceriam ser repartidas com governantes estaduais e municipais de muitas siglas partidárias, inclusive do campo oposicionista.

Não é de estranhar, portanto, que enquanto Aécio Neves e Eduardo Campos foram alegremente retratados em fotografias com camisetas do Brasil e cercados de filhos e ex-atletas, tenhamos visto Dilma acua-

da, vaiada e vulgarmente desrespeitada. Impensável imaginar uma visita sua à Granja Comary, à semelhança do que fizeram Angela Merkel e a realeza da Holanda nos vestiários de suas respectivas seleções, sem que isso tivesse provocado reações furiosamente negativas.

Ao mesmo tempo, setores da imprensa pareciam ansiar por uma catástrofe durante a realização da Copa. Uma tragédia cuja responsabilidade pudesse ser atribuída ao governo federal. No entanto, o incidente mais grave ocorreu em Belo Horizonte. Caiu o viaduto da oposição, em uma cidade que era administrada pelo PSB e em um estado governado pelo PSDB.

Ainda em Minas Gerais, a massacrante derrota para a Alemanha ampliou ainda mais o descontentamento de grupos contra o governo federal. Nesse caso, os sentimentos de frustração e humilhação foram favoráveis aos discursos oposicionistas. Significativo que, durante o segundo tempo da partida, a torcida presente ao estádio tenha passado dos xingamentos ao jogador Fred aos insultos a Dilma. Perdida a Copa, os torcedores das classes médias do Sudeste, representados no Mineirão naquele momento, projetavam uma outra partida, uma outra disputa, que se revelou impressionantemente equilibrada até a noite da apuração do segundo turno.

A esse respeito, uma última observação. Também é revelador que, derrotada nas urnas, a oposição tente os mais diversos recursos para reverter o resultado, desde a desqualificação do eleitorado que optou por Dilma, passando pela auditoria das urnas eletrônicas, pelo pedido de impeachment da presidenta e chegando à expressão, cada vez mais audível, de clamores pela quebra da ordem institucional e por uma intervenção militar no Brasil. Se o gigante acordou, despertaram também os corvos raivosos que espreitam a democracia brasileira. O clima é de decisão de campeonato.

A derrota apertada contribuiu para que muitos eleitores e seguidores da oposição assumam um comportamento de torcida apaixonada, que estimula a rivalidade e aposta no confronto. Resta saber até quando, em nosso país, saberemos diferenciar os adversários dos inimigos.

De qualquer modo, vale insistir, foi através do futebol e de sua importância para a sociedade brasileira, que se tornaram mais explícitos esses conflitos de interesses. Esse é, talvez, o maior legado da Copa. O enfrentamento político com o Brasil diante do espelho.

O MUNDIAL DE 2014 NO IMAGINÁRIO POPULAR BRASILEIRO¹

RAFAEL FORTES²

Introdução

Em *Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*, Carlos Fico (1997) argumenta que, historicamente, constituíram-se uma “visão otimista” e outra, “pessimista”: ³

39

-
- 1 Este texto é uma versão modificada de conferência proferida em outubro de 2014 no Seminário Internacional: “¿Y después del Mundial qué? *Lecturas de la Copa de Brasil. Una mirada desde América Latina*”, realizado pela Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Bogotá, Colômbia), e de um artigo enviado para a revista *Desbordes*, da mesma instituição. Mantive como título o tema sugerido pelo Prof. José Carlos Marques, organizador deste livro.
 - 2 Docente da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio), onde coordena o Laboratório de Comunicação e História (Lachi – www.lachi.com.br), e do corpo permanente do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais. Vice-coordenador (2014-2016) do Grupo de Pesquisa Comunicação e Esporte da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Pesquisador do Sport: Laboratório de História do Esporte do Lazer.
 - 3 Agradeço a Luiz Carlos Sant’Ana por chamar minha atenção para este livro.

De fato, é possível detectar a existência de um conflito secular entre duas perspectivas, duas visões sobre o Brasil. Para uma delas, viveríamos numa terra abençoada – um país exuberante, rico, grandioso, que só poderia inspirar sentimentos esperançosos quanto ao seu futuro, certamente positivo. Para a outra, nossa triste sorte seria explicada por deficiências estruturais diversas, não restando muito mais que uma expectativa cética e pessimista quanto ao nosso possível futuro (p. 22).

Uma lista de motivos pelos quais a perspectiva otimista vê o Brasil desta maneira inclui: natureza exuberante; subsolo rico; clima ameno; mistura de povos (ou “raças”); grandiosidade e unidade territorial e linguística, ausência de preconceito racial, carnaval. Por outro lado, segundo este autor, também é possível identificar três notáveis “recorências, no plano das ideias, que sempre atormentaram intelectuais do país”:

(...) a noção de que umas tantas “correções de rota” seriam suficientes para pôr o Brasil no caminho certo; a ideia de “crise moral”, isto é, de que nossos problemas decorrem da frágil personalidade dos indivíduos que compõem a sociedade e, finalmente, a preocupação com a “imagem externa” nacional, vale dizer, a inquietação com aquilo que de nós pensam as sociedades de outros países (p. 38).

Reiterando as palavras do autor, temos, em primeiro lugar, a noção de que *mudanças de rota* são suficientes para pôr o país nos eixos. De acordo com Fico, isto pode se manifestar através da escolha de um tema como a panaceia do momento (como mudar o hino ou a bandeira nacional) ou da exigência de “sacrifícios” no presente sob a alegação de que são necessários para uma vida melhor no futuro, como, por exemplo, ocorreu em numerosas ocasiões ao longo do século XX em que foram anunciadas medidas econômicas prejudiciais aos trabalhadores.

Segundo, a ideia de *fraqueza moral*, ou seja, de que os problemas decorrem de características da personalidade dos indivíduos. Desta maneira, “razões sociais complexas transmutam-se em degenerescências de caráter, de personalidade, entendidas portanto de maneira

abusivamente generalizada – já que, via de regra, é ‘o brasileiro’ quem sofre de tais desvios” (p. 43). Ainda de acordo com Fico, “o recurso à noção de crise moral como explicação para os problemas brasileiros é uma forma tanto de isolá-los de seu contexto político, social e econômico, quanto de justificar a necessidade de uma ‘ampla reforma moral’ (...)” (p. 45). Entre as possíveis explicações para a existência e força desta visão estão os “preconceitos arraigados da elite contra as camadas populares” (p. 43).

Terceiro, a intensa inquietação em relação ao que os estrangeiros pensam do país e dos brasileiros. Para o autor, “a preocupação com a imagem do Brasil no exterior é uma das principais fontes de alimentação da tradição do pessimismo no Brasil” (p. 45).

Autores não acadêmicos também criaram chaves explicativas para como o Brasil lida consigo mesmo. Nelson Rodrigues, importante jornalista esportivo entre as décadas de 1940 e 1970, referia-se ao complexo de inferioridade que enxergava nos brasileiros como “complexo de vira-latas”. A expressão se referia ao pessimismo com relação à qualidade do futebol nacional, particularmente quanto ao desempenho da seleção nacional antes da primeira conquista de Copa do Mundo, em 1958. Nelson Rodrigues era um crítico feroz desta visão pessimista e afirmava que o futebol brasileiro tinha grande qualidade e não ficava a dever a qualquer outro praticado no mundo.⁴

Por que estou falando destas três recorrências? Porque creio que elas servem com uma chave de leitura para entender muito do que se falou sobre a Copa do Mundo – antes, durante e depois da competição.

Tendo em vista a complexidade de se elaborar uma análise ampla de um tema como a Copa de 2014 no “imaginário popular brasileiro”, decidi discutir aspectos que considero importantes deste evento – mas que, em geral, receberam pouco destaque nos veículos de comunicação de maior audiência. Para tanto, o texto está dividido em quatro seções. As três primeiras analisam âmbitos relativos à Copa do Mundo – ou melhor, aos discursos e pontos de vista construídos a respeito dela:

4 Ver, por exemplo, as crônicas e colunas reunidas em Rodrigues (1993, 1994, 2007). Para uma entre diversas análises dos escritos de Nelson Rodrigues sobre o esporte, ver Capraro, Santos e Lise (2012).

econômico, político e social. A última trata especificamente dos meios de comunicação.

Antes de prosseguir, ressalto que esta análise tem limites de, ao menos, três ordens: a) Considerando o número de cidades e o caráter local de boa parte do conteúdo e circulação dos veículos, é impossível dar conta dos acontecimentos em todo o país, ou seja, superar as abordagens localizadas e tecer um panorama nacional; b) Dado o pouco tempo decorrido desde o final do evento, creio que ainda é cedo para análises complexas e exaustivas. Só o tempo permitirá a emergência de trabalhos científicos consistentes sobre a Copa, cujo conjunto, talvez, permita uma visão panorâmica e, quiçá, aprofundada das consequências do evento, em seus diversos aspectos, para a sociedade brasileira; c) Não sou pesquisador dos temas futebol e megaeventos esportivos.

Econômico

42

Na medida em que ainda não foram publicados estudos científicos confiáveis sobre os resultados econômicos da Copa, nem foram divulgados números oficiais e/ou confiáveis pelo governo brasileiro ou pela FIFA (Federação Internacional de *Football Association*),⁵ recorri a um conjunto de reportagens, dossiês e relatórios para preparar esta análise.

O primeiro aspecto a destacar foi o imenso dispêndio de dinheiro público com estádios, obras de infraestrutura e outros itens. Para se ter uma noção da dimensão do problema, recomendo a leitura da obra organizada por Paula e Bartelt (2014), que dá a conhecer o caso brasileiro, mas também propõe parâmetros para compará-lo com o dos países que sediaram o torneio em 2010 e 2006.

Tal como nos Jogos Pan-americanos de 2007, realizados no Rio de Janeiro, os gastos com a Copa superaram muitas vezes o orçamento inicial. Além disso, na época do lançamento da candidatura do Brasil

5 O documento “Os números da Copa do Mundo da FIFA”, divulgado pela entidade, não inclui o balanço financeiro do evento. Disponível em: <http://resources.fifa.com/mm/document/tournament/competition/02/44/29/89/fifaworldcupinnumbers_120714_v7_por_portuguese.pdf>. Acesso em 17 out. 2014.

para sediá-la, autoridades políticas e esportivas afirmaram que o torneio seria financiado por recursos privados. No entanto, praticamente todos os custos relativos a estádios, desenvolvimento do turismo e infraestrutura de transporte urbano foram pagos com dinheiro público. A maior parte do financiamento dos três estádios privados (em Curitiba, São Paulo e Porto Alegre) também veio de cofres estatais.⁶

O segundo aspecto corresponde a dois pontos particularmente problemáticos e que não receberam nem recebem a atenção devida dos meios de comunicação:

a) Foram construídos estádios em cidades onde inexiste perspectiva de uso constante para tais equipamentos. Refiro-me aos de Manaus (AM) e Brasília (DF), municípios que em 2014 não contavam com times nas três primeiras divisões do Campeonato Brasileiro; e Cuiabá (MT), com uma equipe na terceira divisão. Estas cidades em geral estão fora do circuito de grandes atrações do *showbizz* internacional (como Madonna, Paul McCartney, Justin Bieber, Metallica e Rolling Stones) que, quando se apresentam no Brasil, o fazem em estádios de futebol.

Segundo dados do portal UOL,

43

O Mané Garrincha, estádio que custou R\$ 1,9 bilhão, teve um resultado operacional de R\$ 1,371 milhão no primeiro ano de funcionamento. Nesse ritmo, levaria mais de mil anos para recuperar o valor investido. O Campeonato Amazonense de 2014 teve um total de 37.862 pagantes, número que seria insuficiente para lotar a Arena Amazônia, que comporta 42.300 pessoas. Já a Arena Pantanal, sediada em Cuiabá, deve ter jogos do Campeonato Mato-Grossense de 2015, mas só porque haverá subsídio do Estado.⁷

6 Para informações sobre os custos de construção dos estádios e as fontes dos recursos, ver: Em nome da Copa, UOL, jun. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/infograficos/2014/em-nome-da-copa>>. Acesso em 17 out. 2014. BORGES, Lucas. O legado da Copa: o que será dos 12 estádios usados no Mundial. Espn.com.br, 15 jul. 2014. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/425068_o-legado-da-copa-o-que-sera-dos-12-estadios-usados-no-mundial>. Acesso em 17 out. 2014.

7 Promessas não cumpridas. Em nome da Copa, UOL, jun. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/infograficos/2014/em-nome-da-copa>>. Acesso em 17 out.

b) Os custos de construção dos estádios *não estão pagos*. Quer dizer, foram pagos, mas com dinheiro emprestado – a maior parte emprestada pelo governo federal, através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).⁸

Cabe perguntar: quem pegou emprestado? Via de regra, prefeituras municipais e governos estaduais, que usaram os recursos para pagar a construção ou reforma realizada pelas grandes empreiteiras e depois... privatizaram os estádios, entregando-os para... consórcios liderados pelas próprias empreiteiras!

A se manter o cenário atual, nos próximos anos e décadas, enquanto as empreiteiras/consórcios exploram os estádios e lucram com eles, as prefeituras e governos estaduais pagarão as dívidas, drenando para o governo federal recursos que poderiam ser utilizados para garantir direitos da população. Isto na hipótese de pagarem, claro.

Em casos como o do Itaquerão, o consórcio que recebeu a concessão para explorar o estádio por décadas está associado a um clube que se diz “proprietário”, embora juridicamente nem sempre o seja.⁹ Ou-

2014. No caso do Mané Garrincha, uma reportagem afirma que os cofres públicos arrecadaram R\$ 5 milhões nos primeiros 18 meses de funcionamento do estádio. Mané Garrincha aposta em shows e eventos. Band.com.br, 22 nov. 2014. Disponível em: <<http://esporte.band.uol.com.br/futebol/noticia/100000721456/por-arrecadacao-mane-garrincha-aposta-em-shows-e-eventos.html>>. Acesso em 30 nov. 2014.

Quanto ao público pagante do Campeonato Amazonense de 2014, outra reportagem afirma que a soma chegou a 41.500 pagantes – ainda inferior à capacidade total do estádio. BARROS, Felipe. Público dos 59 jogos do Amazonense ocuparia 98% do estádio de Manaus. *Placar*, 27 mai. 2014. Disponível em: <<http://placar.abril.com.br/materia/publico-dos-59-jogos-do-amazonense-ocuparia-98-do-estadio-de-manaus>>. Acesso em 30 nov. 2014.

8 Uma reportagem com dados que sustentam boa parte das afirmações deste e dos próximos parágrafos foi realizada pela Agência Pública: FONSECA, Bruno et. al. Tem dinheiro público sim, senhor. *Agência Pública*, 10 jun. 2014. Disponível em: <<http://apublica.org/2014/06/tem-dinheiro-publico-sim-senhor>>. Acesso em 30 nov. 2014.

9 O Corinthians se diz “proprietário”, mas, segundo o jornalista Rodrigo Mattos, o contrato assinado pode vir a excluí-lo da administração do estádio. MATTOS, Rodrigo. Por contrato, Caixa controla Itaquerão e pode excluir Corinthians. *Blog do Rodrigo Mattos*, 2 abr. 2014. Disponível em: <<http://rodrigomattos.blogosfera.uol.com.br/2014/04/02/por-contrato-caixa-controla-itaquerao-e-pode-excluir-corinthians>>. Acesso em 2 nov. 2014.

tro exemplo de uso de dinheiro público para garantir lucros privados ocorreu em Pernambuco.¹⁰

A justificativa oficial para a privatização é economizar os recursos públicos que seriam gastos com manutenção. Em geral, este ponto de vista foi reproduzido acriticamente pelos meios de comunicação hegemônicos, que apoiam as privatizações realizadas no Brasil desde o governo Collor (1990-1992). Contudo, esse custo é muito inferior ao despendido com as obras – só a do Maracanã superou R\$ 1 bilhão –, e seria compensado com as receitas advindas da exploração comercial, ao menos nas cidades com times grandes e que fazem parte do circuito do *showbizz* internacional. Tal administração estatal seria uma forma de fazer retornar aos cofres públicos parte do valor dispendido nas obras. No entanto, o estranho modelo de privatização à brasileira funciona assim: durante o período das obras, quando só há gastos e o estádio fica fechado, a responsabilidade é do Estado. Com a inauguração – momento em que caem drasticamente os gastos e começam a entrar as receitas –, a administração passa para grupos privados: primeiro, a FIFA; depois, os consórcios encabeçados por empreiteiras.¹¹

Por outro lado, raras obras de infraestrutura necessárias à garantia de direitos da população, como as relativas ao transporte de massa, ficaram prontas. Os maiores investimentos foram em corredores de ônibus, que pouco melhoram o trânsito caótico das grandes cidades brasileiras. Nos últimos anos, os principais aeroportos receberam reformas que custaram dezenas de milhões de reais, e alguns foram privatizados. A dinâmica se assemelha à dos estádios: primeiro, gasta-se bastante dinheiro público com melhorias. Depois, privatiza-se para que os lucros fiquem com a iniciativa privada.

10 SEGALLA, Vinícius. Governo de PE usará dinheiro público para garantir lucro de consórcio com estádio por 30 anos. *Blog do Vinícius Segalla*, 13 jun. 2013. Disponível em: <<http://viniciussegalla.blogosfera.uol.com.br/2013/08/13/governo-de-pe-usara-dinheiro-publico-para-garantir-lucro-de-consorcio-com-estadio-por-30-anos>>. Acesso em 17 out. 2014.

11 Duas obras de cunho jornalístico que apresentam fatura de dados sobre o modelo de privatizações do neoliberalismo brasileiro, especialmente as ocorridas durante o governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), foram escritas por Biondi (1999) e Ribeiro JR. (2011).

Segundo algumas reportagens, o impacto da Copa sobre o total da economia nacional em 2014 será próximo de zero, ou até negativo.

¹² Os grandes ganhos de setores ligados ao lazer e ao turismo (como hotéis, bares e restaurantes; fabricantes de cerveja e de televisores) são compensados pelo retrocesso na produção industrial, inclusive por causa dos feriados decretados durante o período.

Os defensores deste modelo de megaeventos esportivos como positivo para a economia que os recebe falam muito em retorno financeiro, mas vale lembrar que a FIFA recebeu do governo brasileiro isenção de impostos no período 2010-2014. Boa parte dos produtos e serviços relativos às obras, sobretudo quando envolveram as empreiteiras, também foram isentos de tributos. Ora, isto quer dizer que um dos pontos positivos da realização de gastos pelo Estado – o estímulo de um ciclo virtuoso em que, por meio da cobrança de impostos, parte dos recursos retorna ao caixa estatal, sendo em sequência reinvestido na economia –, que poderia beneficiar o conjunto da atividade econômica, não ocorreu com boa parte do dinheiro aplicado no Mundial. O governo federal e a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro já assegurou a mesma dinâmica para os Jogos Olímpicos de 2016.¹³

Em setembro de 2014, o então ministro do Turismo Vinicius Lages sustentava que os impactos econômicos da ampliação do turismo

12 MACEDO, Danilo; LISBOA, Vinicius. Para economistas, Copa do Mundo e atrasos em concessões derrubaram PIB. *Agência Brasil*, 29 ago. 2014. COSTAS, Ruth. Afinal, foi a Copa que derrubou a economia? *BBC Brasil*, 29 ago. 2014. ALVARENGA, Daniel. Veja quem ganhou e quem perdeu com a Copa na economia. *GI*, São Paulo, 15 jul. 2014. Disponíveis, respectivamente, em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-08/para-economistas-copa-do-mundo-e-atrasos-em-concessoes-derrubaram-pib>>, <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/08/140821_pib_brasil_ru>, <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/07/veja-quem-ganhou-e-quem-perdeu-com-copa-na-economia.html>>. Acesso em 17 out. 2014.

13 KONCHINSKI, Vinicius. Lei da Copa facilitou vida da Fifa? COI terá ainda mais benefícios em 2016. *UOL*, 25 set. 2014. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/rio-2016/ultimas-noticias/2014/09/25/leis-da-copa-facilitaram-vida-da-fifa-comite-olimpico-tera-mais-beneficios.htm>>. Acesso em 30 nov. 2014. RIO DE JANEIRO (cidade). Lei n. 5.230, de 25 nov. 2010. Institui incentivos e benefícios fiscais relacionados com a realização da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 e dá outras providências. Disponível em: <<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/b24a2da5a077847c032564f4005d4bf2/424f811599cb837c832577e70061585d?OpenDocument>>. Acesso em 30 nov. 2014.

internacional serão sentidos a médio e longo prazo, e que, portanto, não se medem os resultados econômicos de um evento como a Copa do Mundo apenas no curto prazo. Se ele tem razão, só o tempo dirá.¹⁴

Político

No plano político, a Copa do Mundo foi mobilizada pelo governo federal como uma tentativa de mostrar competência e obter popularidade. Durante o Governo Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), as decisões da FIFA e do Comitê Olímpico Internacional (COI) com relação às sedes da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016 foram celebradas como evidências da nova posição do país no concerto das nações. Este uso político também aconteceu nos âmbitos estadual e municipal, nos locais que receberam jogos da Copa (assim como em municípios que nos quais alguma seleção se hospedou durante o período de preparação e/ou o torneio). Vários destes estados e municípios são governados por partidos de oposição às administrações do Partido dos Trabalhadores (PT) no nível federal.

Já as principais empresas e veículos de comunicação – quase todos de direita e de oposição aos governos Dilma e Lula – trataram a preparação para a Copa como uma oportunidade de desgastar o governo petista. A mídia hegemônica criticava os problemas estruturais do Brasil, a falta de investimento público para garantir direitos básicos da população (como saúde e educação), as obras superfaturadas e o desvio de dinheiro público via corrupção.

Criticava os problemas estruturais do Brasil – que devem mesmo ser criticados. O que não criticava, o que não dizia, o que ocultava, era que estes problemas foram resultado de décadas de governos de direita e de intenso uso do Estado para favorecer os ricos e poderosos. O que não criticava, o que não dizia, o que ocultava, era que este modelo de megae-

14 Chamou minha atenção em seu discurso o olhar neoliberal em relação ao evento e ao turismo. Mídia internacional abre espaço para o sucesso da Copa do Mundo. *Blog do Planalto*, 8 set. 2014. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/midia-internacional-abre-espaco-para-sucesso-da-copa-do-mundo>>. Acesso em 17 out. 2014.

vento esportivo – proposto por uma organização multinacional (a FIFA) que detém o monopólio privado de exploração de um bem público que é o futebol – não ajuda e não pode ajudar a reduzir desigualdades e criar sociedades mais justas em lugar algum. O que não dizia, o que ocultava é que a candidatura do Brasil para sediar o evento e a decisão da FIFA de realizar nele o Mundial de 2014 foram celebradas euforicamente nos espaços jornalísticos destas mesmas corporações de mídia.

A mídia hegemônica criticava a falta de recursos públicos para garantir direitos básicos da população, como saúde e educação. O que não criticava, o que não dizia, o que ocultava era que o jornalismo praticado por ela própria defende, diariamente, os cortes de investimentos públicos, a privatização de empresas e serviços estatais (inclusive de saúde e educação,¹⁵ que obriga a população a pagar por direitos que o Estado deveria garantir), o aumento das taxas de juros, a redução do número de funcionários públicos e o congelamento de seus salários. Ou seja, todos os dias o jornalismo destas empresas advoga um *Estado mínimo* quando se trata de assegurar direitos da população e usar recursos públicos para reduzir desigualdade.

Dados da Auditoria Cidadã da Dívida informavam que, até 11/9/2014, o governo federal gastara R\$825 bilhões com pagamento de juros e serviços da dívida pública, valor equivalente a 51% do orçamento daquele ano executado até a data.¹⁶ Este escândalo se repete todos os anos, sem destaque em qualquer dos principais veículos de comunicação brasileiros. Afinal, trata-se de transferir dinheiro arrecadado com impostos para as mãos da classe dominante, em especial do setor financeiro. Enquanto isto, os investimentos em educação previstos no Orçamento Geral da União para 2014 somam 3,5%.¹⁷ De acordo com

15 A privatização de ambos os setores avançou de forma avassaladora durante os governos do PT (2003 em diante), consistindo em uma das numerosas continuidades em relação à política neoliberal do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), que governou o país no período 1995-2002. O crescimento dos planos de saúde privados e do número de matrículas no ensino superior privado, bem como a péssima qualidade dos serviços prestados pela maioria das empresas de ambos os setores, são dois dos muitos elementos que evidenciam esta privatização, bem como suas nefastas consequências.

16 Disponível em: <<http://www.auditoriacidada.org.br>>. Acesso em 14 out. 2014.

17 Disponível em: <<http://www.auditoriacidada.org.br/e-por-direitos-auditoria-da-divida-ja-confira-o-grafico-do-orcamento-de-2012>>. Acesso em 17 out. 2014.

Helene (2013), “o Brasil tem aplicado em educação pública, nas últimas décadas, valores que variaram entre não muito mais do que 2% até perto de 5% do PIB”, montante inadequado para a superação de nossos atrasos e a melhora dos patamares de ensino no país (p. 71). Segundo ele, “estimativas bem fundamentadas mostram que os recursos públicos devem atingir 10% do Produto Interno Bruto (PIB) e permanecer em patamares relativamente altos até que os atrasos sejam superados e o sistema educacional seja consolidado” (p. 63).

As corporações de mídia criticavam as obras superfaturadas e o desvio de dinheiro público via corrupção. O que não criticavam, o que não diziam, o que ocultavam, era que tais práticas provavelmente seriam idênticas, estivesse outro partido grande governando o país durante o período preparatório. Aliás, em diversos estados e municípios onde houve gastos para a Copa, o prefeito ou o governador pertencia aos partidos da oposição de direita, e a maneira de conduzir as obras e desperdiçar dinheiro público foi igual. Ou seja, tratou-se um problema estrutural e histórico do país como se apenas uma *mudança de rota* – uma das recorrências de que falei no início – fosse suficiente para resolvê-lo. Como se se tratasse apenas de falta de vontade dos governantes, ou um defeito específico do PT.

Até a partida semifinal contra a Alemanha, havia quem perguntasse: se o Brasil fosse campeão, a reeleição de Dilma Rousseff seria facilitada? Da mesma forma, houve muita discussão após a derrota acachapante. Iria o resultado ajudar as demais candidaturas? Tais questões, levantadas por alguns jornalistas esportivos e de outras editorias, baseavam-se em uma velha premissa do senso comum: a crença de que títulos mundiais favorecem o partido que está à frente do Poder Executivo e qualquer outra colocação, as oposições. Como é típico do senso comum, as afirmações se mantêm inabaláveis ao longo do tempo, não importando o número de vezes que se revelem erradas. Em 1998, a França derrotou o Brasil na final e Fernando Henrique Cardoso reelegeu-se no primeiro turno. Em 2002, a seleção brasileira foi campeã mundial na Ásia e o PSDB do então presidente Fernando Henrique Cardoso perdeu a eleição para o PT. Em 2006, o Brasil foi eliminado nas quartas-de-final e Lula reelegeu-se. Em 2010, nova derrota na mesma fase, e Dilma Rousseff obteve a vitória, com o PT caminhando para 12 anos na presidência. Em 2014, a seleção ficou em quarto e Dilma reelegeu-se.

Ainda no plano político, chama a atenção que a Copa do Mundo pouco tenha sido debatida nos meses que a sucederam. Na campanha eleitoral para a presidência, por exemplo, a organização do evento não foi um tema. Nenhum dos dados positivos que o governo Dilma insistiu em apresentar antes e durante o Mundial foi usado na campanha da situação, assim como nenhuma das denúncias e críticas de mau uso de recursos públicos apareceu nas campanhas da oposição, exceto nas dos pequenos partidos da extrema esquerda, que em geral conquistam poucos votos.

Este silêncio sugere que a organização dos megaeventos esportivos tem sido tratada como uma questão de Estado e de maneira suprapartidária. Este consenso, bastante raro no Brasil, infelizmente acontece em relação a gastos públicos realizados da maneira que aponte. Improvável encontrar tal consenso caso se tratasse de investimentos de bilhões de reais em saúde, educação, reforma agrária ou saneamento básico. O tratamento do assunto permite notar também a capacidade de mobilização do esporte na sociedade contemporânea, superando disputas de partidos, convicções ideológicas e posições políticas.

Social

Do ponto de vista jurídico, por exemplo, a situação é impressionante. Várias leis brasileiras foram descumpridas por agentes estatais e privados, e os poderes Executivo e Legislativo estimularam que isto acontecesse. Foram aprovadas leis que contrariam as existentes sobre uma série de assuntos (como meia-entrada para estudantes, obrigatoriedade de licitação para a contratação de serviços pelo Estado e tombamento de patrimônio histórico), de maneira a criar uma situação especial – um ambiente e período de exceção – por conta da Copa do Mundo. Ainda não é possível conhecer todas as consequências e desdobramentos disto. Provavelmente levaremos anos para saber.

De acordo com o portal UOL, houve pelo menos nove mortes de trabalhadores nas obras da Copa.¹⁸ As condições de trabalho eram

18 Em nome da Copa, UOL, jun. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/infograficos/2014/em-nome-da-copa>>. Acesso em 17 out. 2014.

péssimas, incluindo comida estragada servida aos trabalhadores, o que motivou protestos, paralisações e greves.

Houve remoções ilegais – expulsão de moradores e pequenos comerciantes, com destruição dos imóveis – em muitas cidades brasileiras, reproduzindo acontecimentos como os da Cidade do Cabo, na África do Sul, onde milhares foram expulsos para uma Cidade de Lata a dezenas de quilômetros de distância.¹⁹

Observou-se o recrudescimento da violência policial, sob nova roupagem: as UPPs (Unidades de Polícia Pacificadora). O combate ao crime e as estatísticas de violência produzidas pelo governo do Estado do Rio de Janeiro foram ignoradas no momento de escolher que favelas receberiam as UPPs. A proximidade em relação ao estádio do Maracanã e aos locais previstos para a realização das Olimpíadas, sim.²⁰

Vale lembrar que a cidade do Rio de Janeiro já havia sofrido as graves consequências da realização dos Jogos Pan-Americanos, em 2007. A Copa do Mundo ampliou a tragédia social para uma escala nacional, além de aprofundá-la, devido ao volume de recursos e de obras.

Tudo isto ocorreu apesar da intensa mobilização de setores da sociedade brasileira, que inclusive produziram diversos materiais e documentos relativos às arbitrariedades, irregularidades e violações de direitos humanos promovidas pelo Estado e pelas empresas. Refiro-me a filmes, cartilhas, blogues, sites, perfis em redes sociais, livros, artigos, filmes (de curta, média e longa-metragem), dossiês, manifestos, cartas abertas, ensaios fotográficos etc.²¹ Passada a Copa, reduziram-se as possibilidades de dar visibilidade aos problemas causados por ela.

19 Ver, a respeito, o documentário *Cidade de Lata (Tin Town)*, de 2010. Dirigido por Geoff Arbourne, aborda os impactos negativos da Copa de 2010 para a população sul-africana.

20 Outros fatores que parecem orientar a escolha dos lugares para implantação das UPPs são: a) privilegiar a *Zona Sul sociológica*, onde vivem e circulam boa parte dos integrantes das classes média-alta e alta da cidade (para uma descrição dos bairros e regiões administrativas que a compõem, ver Fortes e Laignier, 2013); b) combater uma das facções do varejo de drogas (Batista, 2011); c) buscar visibilidade.

21 Entre os muitos exemplos de materiais produzidos a respeito dos impactos dos megaventos esportivos, estão: a) Megaventos e violações dos direitos humanos no Rio de Janeiro (Dossiê do Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio de Janeiro), divulgado em junho de 2014; b) Domínio Público (documentário dirigido por Fausto Mota, Raoni Vidal e Henrique Ligeiro); c) Minha cidade virou sede de um megaevento esportivo. O que pode acontecer com meu

Uma vez começado o torneio, boa parte da população empolgou-se com a seleção brasileira. Talvez, menos com o desempenho, com a qualidade e com a beleza do futebol jogado dentro de campo; e mais com o próprio ato de torcer, que está associado a reunir os amigos e festejar.

Na perspectiva de Fico, a mídia impressa é um vetor particularmente importante de disseminação e defesa da ideia de que “é pequeno o amor que os brasileiros nutrem por seu país” (1997, p. 54). De acordo com o autor,

A maneira pela qual a noção de ‘patriotismo’ é entendida e vivida pelos setores letrados e com um mínimo de acesso a esses códigos culturais pode ser percebida nos momentos em que ondas de civismo varrem o país. Ao contrário de uma ‘ansiedade mal definida’ ante o desencanto ou o pessimismo, surge uma espécie de contentamento indisfarçável quando da exacerbação dos sentimentos patrióticos, como em épocas de grandes conquistas no campo esportivo (p. 57).

O trecho parece-me interessante para abordar dois pontos. Primeiro porque, apesar de todas as críticas ao fato de o Brasil sediar a Copa e à maneira como foram conduzidas a organização, a relação com a FIFA, a suspensão de direitos e leis, o uso de recursos públicos etc.; e apesar da visibilidade que essas críticas ganharam com os protestos

direito à moradia? (Cartilha elaborada pela Relatoria Especial da Organização das Nações Unidas para o Direito à Moradia); d) Copa Flexível e Olimpíada Heterodoxa (Quadro comparativo entre a lei 8.666, que rege as licitações, e o RDC (Regime Diferenciado de Contratações Públicas), aprovado no Congresso, para a Copa do Mundo de 2014 e a Olimpíada de 2016. Elaborado pelo mandato do deputado federal Chico Alencar, PSOL/RJ); e) A caminho da Copa (documentário de Carolina Caffé e Florence Rodrigues). Disponíveis, respectivamente, em: <https://comitepopular.files.wordpress.com/2014/06/dossiecomiterio2014_web.pdf>, <<http://vimeo.com/98238853>>, <http://www.direitoamoradia.org/wp-content/uploads/2012/11/Megaeventos_Digital_Final.pdf>, <<http://www.eliomar.com.br/wp-content/uploads/2011/06/Copa-Flexi%CC%81vel-e-Olimpi%CC%81ada-Heterodoxa.pdf>>, <<http://vimeo.com/50943699>>. Recomendo ainda a visita ao Portal Popular da Copa e das Olimpíadas. Disponível em: <<http://www.portalpopulardacopa.org.br>>. Acessos em 17 out. 2014.

que ocorreram em muitas cidades do país em junho de 2013; boa parte da população empolgou-se com a Copa do Mundo e torceu fervorosamente para a seleção. Este engajamento abrangeu pessoas cuja posição contrária à realização de megaeventos esportivos no Brasil vem desde antes de o país e o Rio de Janeiro apresentarem suas candidaturas, como é o meu caso. Uma coisa são os problemas do país; outra, o hábito arraigado de assistir à seleção em uma Copa.

Segundo, porque tal visão pressupõe que “o brasileiro” (esta construção homogênea do discurso elitista que prega a “fraqueza moral como um dos problemas da nação”, como apontado na introdução) é impatriota. É comum juntar-se a ela um lamento por que este (suposto) patriotismo se limitaria a tais ocasiões. Além disso, estabelece-se uma associação que considera torcer para a seleção masculina de futebol igual a patriotismo – equivalência que qualquer estudo do esporte com pretensão científica no âmbito das ciências humanas deveria debater e problematizar.

De qualquer forma, do ponto de vista da sociedade brasileira, a crítica aos gastos com a organização do evento foi, provavelmente, a posição que agregou a maior quantidade de pessoas. Relativamente poucos se colocaram favoráveis à dimensão dos gastos e à maneira como eles foram feitos. Com frequência, os meios de comunicação reduziram as posições dos brasileiros a duas possibilidades: ser “contra” ou “a favor” da Copa, classificação dicotômica que não contempla o variado leque de pontos de vista face ao assunto.

Meios de comunicação

Antes da Copa, como já dito, havia um esforço ambíguo dos principais grupos de comunicação. Por um lado, em seu papel de oposição sistemática de direita aos governos do PT, criticavam o governo federal em tudo que fosse possível – sobretudo quanto à organização. Por outro, tinham uma preocupação comercial com o sucesso do torneio, do ponto de vista da audiência – especialmente as emissoras de televisão e rádio. O objetivo parecia ser manter o *produto* Copa do Mundo valorizado – pois era preciso disputar a atenção de telespectadores e ouvintes

–, mas fazendo o possível para desgastar o governo, responsabilizando-o pelos problemas da preparação.

Em linhas gerais, parece-me que o jornalismo esportivo priorizou promover o evento em si e seus aspectos positivos,²² enquanto outras editorias se preocupavam em criticar o governo por causa dos atrasos nas obras de estádios e infraestrutura de transportes.²³ Às vezes, numa mesma semana, reportagens dos telejornais esportivos destacavam o avanço das obras, num tom animado, ao passo que os não-esportivos noticiavam o atraso das mesmas obras, mostrando preocupação e dúvida em relação ao cumprimento do prometido (isto é, que o evento seria um sucesso e os estádios ficariam prontos com meses de antecedência).

Iniciada a competição, esta postura mudou um pouco. Reduziram-se as críticas e aumentou a ênfase nos aspectos esportivos e competitivos. Além disso, foram aparecendo evidências de que não ocorrera a *catástrofe* esperada por setores da classe dominante, da classe média-alta e de sua porta-voz, a mídia hegemônica.²⁴ Pelo contrário: a infraestrutura do país, mesmo ruim, se mostrou suficiente para a realização do Mundial – evidentemente foram tomadas medidas específicas para isto, como esvaziar aeroportos (suspendendo voos regulares) e ruas (limitando/proibindo a circulação de pessoas em certas áreas e decretando feriados).

A população, que conta com índices vergonhosos de instrução formal – mesmo se comparada com países latino-americanos com economia e capacidade de investimento inferiores às do Brasil (Helene, 2013) –, recebeu de forma adequada os turistas estrangeiros.

22 Existem jornalistas que, com certa frequência, abordam criticamente aspectos sociais, econômicos, políticos e culturais do esporte, assim como veículos que abrem (um pouco de) espaço para que este trabalho seja feito. Isto, contudo, não significa que a postura crítica seja majoritária, nem constante nestes veículos. No eixo RJ-SP, é possível citar: *Folha de S. Paulo* e *Lance!* (jornais diários), *ESPN Brasil* (canal de TV por assinatura) e UOL (portal de internet); entre os profissionais: Lúcio de Castro, Rodrigo Mattos, Juca Kfoury, José Trajano e outros.

23 Nestes momentos de campanha intensa, quando os meios se mobilizam em torno de um tema e de uma agenda, é possível que os discursos jornalístico e publicitário se confundam (Fortes, 2004).

24 Perspectiva materializada no bordão “imagina na Copa”, repetido *ad nauseum* nos anos que antecederam o torneio.

Houve brigas, assaltos, confusões, cenas de desrespeito? Claro que houve, dentro e fora dos estádios. Mas, de uma maneira geral, as coisas pareceram correr muito mais tranquilas do que se esperava. Principalmente *do que os meios de comunicação hegemônicos esperavam*, pois passaram anos alardeando a incapacidade do país e de seu povo de receber e se comportar civilizadamente frente aos olhos do mundo (o que nos faz retomar as recorrências do livro de Carlos Fico). Como nada disso se mostrou verdadeiro, e aparentemente os olhos da imprensa estrangeira (mais importante) e do público que veio ao país para a Copa (menos importante) aprovavam o que viam, a imprensa encheu-se de orgulho, e descobriu motivos para celebrar o país, o povo e a Copa no Brasil. *Para celebrar o governo federal, não*. A previsão de fracasso feita pelos meios de comunicação levou a um discurso de “surpresa” quando, durante o torneio, chegaram à conclusão de que as coisas *deram certo*.

O jornalismo esportivo entrou completamente no clima de oba-oba, *esquecendo-se* dos problemas anteriores. Importava obter audiência a qualquer custo. Para isto, a Copa foi promovida como um evento de sucesso, *maravilhoso*, sobre o qual só se falavam coisas boas. O Brasil saiu de uma posição de inferioridade para o extremo oposto: um país que encanta o mundo por suas características, e cujo Mundial impressionou pela qualidade das partidas e pela quantidade de gols. De acordo com este discurso, é como se, através de mágica, as características do mítico *futebol brasileiro* houvessem contaminado os jogadores das 31 seleções, que passaram a jogar bonito, de maneira ofensiva e fazendo muitos gols, algo raro em Copas. Surgiram comparações com Copas “feias” ou “mediócras”, como as de 1990 e 1994.

Pouco se noticiaram os problemas macro relativos à circulação de turistas, tanto estrangeiros quanto brasileiros. Como a cobertura praticamente se limitava a repetir que havia muitos turistas e que eles consumiam bastante, torna-se difícil realizar uma análise abrangente. Tampouco é possível saber se os voos e aeroportos – um problema crônico, há muitos anos, assim como os transportes urbanos – de fato funcionaram perfeitamente; ou se operaram da maneira usual, com a diferença de que a imprensa deixou de falar no assunto porque a Copa, de tragédia anunciada, se tornara um sucesso.

Referências Bibliográficas

BATISTA, Vera Malaguti. O Alemão é muito mais complexo. *Revista Justiça e Sistema Criminal*, Curitiba, v. 3, n. 5, p. 103-125, jul.-dez. 2011. Disponível em: <http://www.sistemacriminal.org/site/images/revistas/Revista_n.5.pdf#page=103>. Acesso em 28 jan. 2014.

BIONDI, Aloysio. *O Brasil privatizado: um balanço do desmonte do Estado*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1999.

CAPRARO, André Mendes; SANTOS, Natasha; LISE, Riqueldi Straub. O enredo da vitória: seleção brasileira de futebol e identidade nacional (1950-1970). *Recorde: Revista de História do Esporte*, v. 5, n. 2, jul.-dez. 2012, p. 1-23. Disponível em: <<http://www.revistas.ufrj.br/index.php/Recorde/article/view/697/640>>. Acesso em 2 nov. 2014.

FICO, Carlos. *Reiventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

FORTES, Rafael. *A torcida “precisa e imparcial”: Istoé, Veja e o Plano Cruzado*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004. Disponível em: <http://www.bddt.ndc.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1157>. Acesso em 17 nov. 2014.

FORTES, Rafael; LAIGNIER, Pablo. Uma análise da cobertura do “choque de ordem” em diários cariocas. *Fronteiras*, São Leopoldo, v. 15, n. 2, p. 76-85, mai-ago 2013. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2013.152.01/2004>>. Acesso em 9 set. 2013.

HELENE, Otaviano. *Um diagnóstico da educação brasileira e de seu financiamento*. Campinas: Autores Associados, 2013.

PAULA, Marilene de; BARTELT, Dawid Danilo (org.). *Copa para quem e para quê? Um olhar sobre os legados dos mundiais no Brasil, África do Sul e Alemanha*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll Brasil, 2014. Disponível em: <http://br.boell.org/sites/default/files/copa_para_quem2_web_boll_brasil.pdf>. Acesso em 17 out. 2014.

RIBEIRO JR., Amaury. *A privatária tucana*. São Paulo: Geração Editorial, 2011.

RODRIGUES, Nelson. *À sombra das chuteiras imortais – crônicas de futebol*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

RODRIGUES, Nelson. *A pátria em chuteiras – novas crônicas de futebol*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

RODRIGUES, Nelson. *O berro impresso das manchetes*. Rio de Janeiro: Agir, 2007.

HOSPITALIDADE À BRASILEIRA?

A COBERTURA MIDIÁTICA DOS JOGOS DA COPA DE 2014 NO MARACANÃ

BERNARDO BUARQUE DE HOLLANDA¹; JIMMY MEDEIROS²; LUIGI BISSO³

1) Introdução

57

Durante cerca de sete anos, a sociedade brasileira discutiu com intensidade a 20ª edição da Copa-2014, torneio mundial organizado pela FIFA (Federação Internacional de Futebol Associação) no Brasil. Entre 2007, ano da escolha do Brasil como país-sede da competição, pela segunda vez, e 2014, ano de sua realização, a opinião pública projetou cenários, fez especulações e procurou prever como seria o Mundial no país.

-
- 1 Mestre e Doutor em História Social da Cultura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e Pós-doutor pela Maison des sciences de l'homme (MSH-Paris). Docente da Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e pesquisador do CPDOC-FGV.
 - 2 Mestre em Estudos Populacionais e Pesquisas Sociais pela Escola Nacional de Ciências Estatística (ENCE) do IBGE e bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor da Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Pesquisador do FGV-Opinião.
 - 3 Graduando em Ciências Sociais pela Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Embora o desempenho em campo das 32 seleções, durante 31 dias e um total de 64 jogos, fosse sempre alvo de reportagens e debates especializados, com ampla cobertura dos meios de comunicação, boa parte das discussões se concentrou nos aspectos ligados à administração, à organização e ao planejamento necessário para o sucesso do megaevento. As relações entre o governo brasileiro e a entidade suíça organizadora da competição foram marcadas por controvérsias, algumas delas bastante acaloradas. A maioria das divergências disse respeito ao calendário das obras de infraestrutura e ao atendimento da complexa série de quesitos envolvidos na preparação do evento, o que abrangia diversas esferas do poder público – federal, estadual e municipal – além da iniciativa privada.

Os atrasos no cronograma de execução levaram personagens de cada uma das instituições, em particular o Ministro do Esporte do Brasil, o Sr. Aldo Rebelo, e o secretário-geral da FIFA, o Sr. Jérôme Valcke, a declarações oficiais que geraram respostas enviesadas, numa esgrima verbal recheada de polêmicas.

A sociedade civil, por seu turno, atizada pelas denúncias da imprensa e pelo contexto insurgente das chamadas “Jornadas de Junho”, com seus protestos generalizados contra a baixa qualidade e a precariedade dos serviços públicos no país, passou a questionar com mais virulência os gastos despendidos pelo Estado nos trabalhos infraestruturais para a Copa.

Os questionamentos eclodiram em meados de 2013, quando da realização da Copa das Confederações, competição organizada pela entidade máxima do futebol, a fim de servir de ensaio geral e de testagem prévia dos equipamentos esportivos, com um ano de antecedência. A intensificação dos protestos populares contra as condições unilaterais impostas pela FIFA e contra as quantias abusivas investidas pelo Estado brasileiro em um torneio efêmero, com duração de trinta dias, gerou uma incógnita geral sobre os possíveis desdobramentos desses movimentos contestatórios no ano seguinte. O que se viu um ano depois, apesar de todas as dúvidas antes do início da Copa do Mundo, foi um torneio que chegou a termo sem maiores traumas e distúrbios. As contestações de fato existiram e não foram poucas nem inexpressivas. Ao invés de crescer ao longo do evento, as mesmas foram reprimidas

pelo aparato policial e não tiveram a visibilidade e o protagonismo do ano anterior.

Além das dimensões político-econômica e político-social, o balanço geral sobre o torneio, quando de seu encerramento em meados de julho de 2014, salientou um relativo êxito no que tange às questões administrativas e organizacionais. Se houve problemas pontuais nos aeroportos, nos hotéis, nos estádios e nas ruas, o caos generalizado antevisto e temido pelos mais catastrofistas afinal não se consumou. Com efeito, o saldo negativo para os brasileiros não ocorreu “fora de campo”, como se esperava, mas dentro das quatro linhas, com a performance decepcionante dos atletas do Brasil. O fato surpreendente não foi apenas deixar de conquistar o hexacampeonato, tão ansiado pela população, mas o modo pelo qual o selecionado brasileiro, após uma campanha mediana nas fases classificatória e eliminatória, perdeu as semifinais.

Como todos acompanharam, a equipe comandada por Luiz Felipe Scolari, desfalcada por contusão de seu melhor jogador, Neymar Jr., e privada por suspensão de um de seus zagueiros mais promissores, o capitão Thiago Silva, sofreu uma acachapante derrota pelo placar de 7 a 1 frente à equipe da Alemanha. O fiasco foi, imediatamente, comparado pela crônica esportiva à perda da Copa de 1950, considerada desonrosa e totalmente inesperada, para o Uruguai, em pleno Maracanã, 64 anos antes.

Feito esse apanhado bem sumário, cabe agora explicitar a proposta do presente capítulo, dentro do objetivo mais amplo deste livro, que visa uma reflexão retrospectiva sobre a última edição da Copa do Mundo. Nosso propósito principal aqui é destacar e analisar o conjunto das notícias relativas ao comportamento dos torcedores, brasileiros e estrangeiros, dentro e fora dos estádios, nas imediações das arenas, nos trajetos rumo ao local dos jogos ou nas ocupações da cidade durante um mês de competição.

A reconstituição da atuação das torcidas dos selecionados nacionais na Copa, através de sua respectiva cobertura midiática ⁴, deu-se mediante um sistema de coleta *online* dos *links* de reportagens publica-

4 A relação entre futebol e meios de comunicação no Brasil foi tratada, entre outros, por Édison Gastaldo. Cf. GASTALDO, E. “Soccer and media in Brazil”. In: CURI, M. (Ed.) *Soccer in Brazil*. London: Routledge, 2014.

das na *world wide web* a respeito das partidas. O levantamento ocorreu com a seleção de notícias coligidas em *sites*, *blogs* e portais, por meio da ferramenta virtual de pesquisa, via palavras-chave acessadas na Internet e nos seus hipertextos. Levaram-se em consideração as datas dos jogos e o acompanhamento das informações publicadas antes, durante e depois de sua realização ⁵. A metodologia seguiu os critérios semelhantes aos adotados pela pesquisadora Luisa Prochnik (2011), em sua análise de discurso da imprensa esportiva e do conteúdo dos “textos noticiosos” encontrados em três *websites* jornalísticos de cobertura da Copa do Mundo de 2010, na África do Sul.

O professor Rafael Fortes assim se posiciona acerca dos alcances e dos limites do uso da Internet, dos potenciais e dos desafios colocados pelo jornalismo *on-line* e pelo jornalismo digital para a pesquisa histórica:

Existe uma miríade de plataformas, programas, ferramentas, sistemas e redes, através dos quais temos acesso a textos, imagens, vídeos e demais materiais que podem se converter em fonte e/ou objeto para o historiador. Dentre eles, destacamos como mais usuais os sítios e os blogues. Em ambos, há muitos tipos distintos: desde os que possuem vínculos com os veículos e grupos de comunicação atuantes em outras mídias até os de caráter pessoal.

Seja como for, vale lembrar que estamos nos referindo principalmente à internet como *fonte primária* (ao que se soma o outro papel que ela tem, tão importante quando, que é o de disponibilizar fontes). Ela facilita sobremaneira a veiculação de textos, imagens, vídeos e outras formas de informação pelos mais diversos atores sociais. Consiste, por tudo isso, em fonte e objeto de pesquisa de grande interesse para o historiador. (FORTES, 2013, p. 125)

5 A coleta, levantada em outubro de 2014, obedeceu à seguinte sistemática: as palavras-chave “Copa do Mundo 2014” e “Torcida” foram vasculhadas nos dias do jogo da Copa no estádio do Maracanã – sete jogos ao todo, incluindo a partida de encerramento –, com o mecanismo de busca estendido um dia antes e um dia depois da data.

A impossibilidade de cobrir a quantidade excessiva e profusão de dados publicados acerca dos frequentadores das partidas do Mundial fez-nos optar pela escolha de uma das 12 arenas que hospedaram os jogos. A opção, dados o simbolismo, a tradição e a história do estádio, foi pelo Maracanã, no Rio de Janeiro, única praça de esportes que também havia sido palco da Copa de 1950.

Além da possibilidade de comparação com as matérias jornalísticas veiculadas na primeira vez em que o Brasil sediou a Copa, outra razão preponderante na decisão pela Arena Maracanã na abordagem do capítulo foram os debates candentes em torno da reforma, da gestão e da adequação do espaço para o padrão de exigências da FIFA, no decorrer dos preparativos para o Mundial. As idas e vindas no projeto de modernização do estádio evidenciaram as polarizações e as discordâncias, as mobilizações e os critérios políticos que envolveram o tipo de torcedor desejado e a correspondente transformação de sua fisionomia arquitetônica, no vórtice das mudanças econômico-culturais em curso no futebol globalizado ⁶.

Com base na série de relatos aqui coletados, fonte a que se soma o relatório final da Copa, com indicadores oficiais fornecidos pela FIFA ⁷, nossa finalidade no presente capítulo é oferecer uma tabulação das notícias, positivas, neutras e negativas, associadas à presença dos fãs de futebol nos jogos da Copa realizados no Maracanã. Serão considerados para esse fim, entre outros tópicos: os deslocamentos das torcidas rumo ao estádio; as condições de acesso à arena; o escoamento dos transportes à saída do jogo; a participação festiva dos torcedores em prol de seus selecionados; as rixas entre adeptos de seleções oponentes no interior do estádio; e, *last but not least*, as manifestações e a ação de movimentos sociais de oposição à Copa nas adjacências do Maracanã.

Da gama de tópicos, o ponto central a ser considerado neste capítulo é o modo como a imprensa cobriu a recepção do torcedor local, isto é, o brasileiro e, em particular, o residente no Rio de Janeiro, aos

6 Para uma dissecação do tema, ver os trabalhos do antropólogo Arlei Damo. Cf. DAMO, A. "O simbólico e o econômico no futebol de espetáculo: as estratégias da FIFA para tornar as Copas lucrativas a partir de uma interpretação antropológica". In: Revista *Razón y Palabra*. Cidade do México: n. 69, 2009.

7 Cf. FIFA. *Os números da Copa do Mundo da FIFA*. Genebra, 2014.

turistas estrangeiros, aos visitantes internacionais e a todos aqueles que se deslocaram de seus países de origem para apoiar as suas seleções nacionais, nos meses de junho e julho de 2014.

Argumenta-se que esse mosaico de informações disponíveis na rede virtual pode dizer muito sobre a receptividade, ora amistosa ora inamistosa, àqueles que vieram para o Mundial de 2014, com especial atenção para os vizinhos argentinos, chilenos e uruguaiois. Procuraremos sugerir que as notícias dão pistas e oferecem bons indícios para se repensarem determinados estereótipos associados à hospitalidade brasileira ⁸ e à personificação do “malandro simpático”, exportado para o mundo a partir de sua consagração na década de 1940 ⁹. Será colocada em questão a abertura supostamente calorosa e indiscriminada dos brasileiros para com os estrangeiros, conforme consagrado no imaginário nacional, no repertório da chamada brasilidade e em vasta literatura do pensamento social no Brasil. A presença constante dos protestos populares contra o megaevento também coloca em parêntesis a suposta imagem ¹⁰ do povo brasileiro como cordato, passivo e pacífico, infenso a guerras e revoluções, conforme já de há muito aventou a tradição ufanista sobre o Brasil.

-
- 8 Para uma reflexão sobre a “forma sociológica do estrangeiro”, bem como sobre o caráter simbólico da mobilidade, o contraste conceitual entre o fixar-se e o mover-se e a unidade de proximidade e de distância nas relações espaciais entre os seres humanos, ver ensaio do filósofo alemão Georg Simmel. SIMMEL, G. “O estrangeiro”. In: *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*. Vol. 4, n. 12, dezembro de 2005.
 - 9 Sobre a mestiçagem como tema e a malandragem como representação, a incorporar a feijoada, a capoeira, o samba e o futebol, ver o artigo de Lília Moritz Schwarcz. “Complexo de Zé Carioca: notas sobre uma identidade mestiça e malandra”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo: vol. 10, n. 29, 1995.
 - 10 Os usos da reputação de cidades como Montreal, Atlanta e Sidney para a recepção de megaeventos, por meio do mecanismo associativo da tâmara de sua população – limpa, amigável, hospitaleira, entre outros – foram analisados pelo pesquisador norte-americano Kimberly S. Schimmel. Cf. SCHIMMEL, K. S. “Deep play: sports mega-events and urban social conditions in the USA”. In: *Sociological Review*. Oxford: Blackwell, 2006.

2) A cobertura dos megaeventos esportivos no Brasil: um cotejo com a Copa de 1950

Ao longo do século XX, e na primeira década do século XXI, o Brasil sediou importantes eventos esportivos, com magnitude e alcance internacionais. Seria uma impropriedade semântica, no entanto, chamá-los de “megaeventos”, uma vez que a categoria é recente e inexistia à época de vários desses torneios. No limite, a denominação indiscriminada pode ser tomada como um anacronismo, posto que destituída de sentido contextual.

Não obstante, a importância dessas competições foi notável em seu tempo, como comprovam as coberturas efusivas feitas por parte dos meios de comunicação. O III Campeonato Sul-Americano de futebol, disputado no Rio de Janeiro em 1919, tendo por epicentro o estádio do Fluminense, reformado e ampliado para receber até vinte mil espectadores, é um exemplo emblemático. O campeonato revelou a convergência entre o interesse entusiástico do jornalismo de então com o seu papel central na catalisação do sentimento coletivo nacional em torno de uma equipe, no caso a Seleção Brasileira, à época em plena vigência do amadorismo esportivo.

Tal evento continental seria organizado pela CONMEBOL por mais duas vezes no Brasil: em 1922, por ocasião das comemorações do centenário da Independência brasileira; e em 1949, às vésperas da Copa do Mundo de 1950. A quarta oportunidade de sediar o evento ocorreu em 1989, mas o mesmo já tinha outro nome, o de Copa América, adotado pela entidade sul-americana a partir de 1975 ¹¹. Outra série de confrontos que abrangeu os países do continente foram a Copa Roca, a Copa Rio Branco, a Copa O’Higgins e a Copa Oswaldo Cruz, disputadas respectivamente por brasileiros contra argentinos, uruguaios, chilenos e paraguaios. Menos frequente, mas espécie de junção entre esses encontros bilaterais, a Taça do Atlântico foi realizada entre 1956 e 1976 e envolvia, além dos países platinos, a seleção do Paraguai.

11 Para uma abordagem histórica e política das entidades desportivas brasileiras, ver o livro do historiador Carlos Eduardo Sarmiento. Cf. SARMENTO, C. E. *A construção da Nação Canarinho: uma história institucional da seleção brasileira de futebol, 1914-1970*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2013.

O encontro entre os selecionados futebolísticos dos diferentes países da América do Sul acionou, com frequência, imagens especulares de alteridade e de identidade entre as nações. A dinâmica de hostilidade e de hospitalidade entre visitantes e anfitriões era estimulada pela imprensa esportiva, bem como pelos espectadores presentes em cada competição. Foi assim que, em determinados jogos decisivos, a rivalidade suscitou excessos, geradores por seu turno de notícias controvertidas, que extrapolaram as raiais da esportividade e da tolerância para com os adversários.

A queima de bandeira de um país vizinho ou mesmo a ofensa aos jogadores de outra seleção acabavam por se configurar estratégias de desestabilização, tanto coletiva quanto psicológica, das equipes rivais. Entre apupos e ovações, o princípio originário do *fair play*, presente na gênese do olimpismo moderno, enfrentava desafios de sustentação pedagógica e moral entre as coletividades arregimentadas para o futebol. A título de exemplo, conta-se que, em um dos primeiros campeonatos sul-americanos da história, ainda nos idos de 1920, diversas injúrias foram cometidas contra os atletas brasileiros, chamados pejorativamente de “macaquitos” por setores da imprensa argentina.

Além das competições futebolísticas, grandes eventos olímpicos foram sediados no Brasil em pelo menos duas oportunidades: os Jogos Pan-Americanos de 1963, realizados em São Paulo, e os mesmos Pan-Americanos de 2007, cuja sede foi o Rio de Janeiro. Para muitos, este último foi uma espécie de “vestibular”, pois sua realização credenciou a cidade à candidatura que a levou à conquista dos Jogos Olímpicos. O anúncio foi oficializado em 2009, após a renhida decisão por votação entre os membros do COI, em Copenhague, na Dinamarca.

Nos dias de hoje, já estamos em condições de nos referirmos às Olimpíadas como um típico megaevento da contemporaneidade¹². Isto porque seus requisitos eletivos já parecem claramente estabelecidos para a cidade que a pleiteie. Dentre as características em jogo, poderíamos destacar abaixo pelo menos quatro:

12 Para um aprofundamento no tópico, conferir os textos do geógrafo Gilmar Mascarenhas. Cf. MASCARENHAS, G. “Globalização e espetáculo: o Brasil dos megaeventos esportivos”. In: MELO, V. A. de; PRIORE, M. D. *História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais*. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

1. O potencial de empreendedorismo em Grandes Projetos Urbanos (GPUs) e o seu subsequente reordenamento territorial, com exclusão social, especulação imobiliária, remoção de contingentes populacionais indesejados e produção do que o urbanista Carlos Vainer chama de um “estado de exceção”¹³.
2. A interpenetração entre os investimentos públicos e privados (PPPs) na constituição de equipamentos esportivos e na fatura de obras de alto impacto.
3. A estruturação das arenas em um *set* multimidiático, espécie de estúdio voltado para a cobertura de um espetáculo acima de tudo global e televisual.
4. A circulação internacional de informações e de pessoas, com a conformação de uma rede de turismo acoplada ao acontecimento esportivo.

Lado a lado com os Jogos Olímpicos, são esses, grosso modo, os mesmos critérios que estruturaram a realização da última edição da Copa do Mundo de 2014, no Brasil. Antes de adentrar na análise da 20ª edição da Copa propriamente dita, cabe ainda uma descrição sintética e um cotejo pontual com o Mundial de 1950.

A despeito das diferenças temporais que separam um torneio do outro, é válido acompanhar o papel da imprensa na cobertura daquela Copa, que teve a cidade do Rio de Janeiro como eixo de gravitação junto às outras cinco sedes do torneio. Os breves apontamentos permitem realçar, sobretudo, o alvo de interesse do presente capítulo: o protagonismo do público espectador ao longo do evento, segundo as reportagens da imprensa. Leva-se em consideração a seguir o comportamento do torcedor e sua movimentação ao redor da praça desportiva, com base nas lentes dos principais periódicos da época, constituído então pelos jornais, especializados ou não, e pelas revistas semanais, ilustradas ou não.

Em meados do século XX, observa-se também a presença das estações de rádio e das câmaras de cinematografia na cobertura dos jo-

13 Cf. VAINER, C.; OLIVEIRA, N. G. “Megaeventos no Brasil e no Rio de Janeiro: uma articulação transescalar na produção da cidade de exceção”. In: SÁNCHEZ, F. (et. al). *A Copa do Mundo e as cidades: políticas, projetos e resistência*. Niterói, EDUFF, 2014.

gos. Na Copa de 1950, incluem-se igualmente os cinejornais, como o “Esporte em Marcha”, feito por Milton Rodrigues, e o fotojornalismo, com o seu apelo imagético no registro de imagens que até hoje informam a memória coletiva do evento, a exemplo das fotografias de José Medeiros e de Kurt Klagsbrunn. Já a televisão, que surgira no Brasil no ano de 1950 – a propósito, o primeiro país da América Latina a acolher o aparelho eletrônico –, não teve tempo hábil para cobrir o campeonato ¹⁴.

Para a síntese deste tópico, é incontornável a consulta ao estudo da historiadora Gisella de Araújo Moura (1998), *O Rio corre para o Maracanã*, fruto de uma dissertação de mestrado que acompanhou os preparativos, os jogos e o significado da quarta Copa do Mundo da FIFA para o Brasil. A sua ênfase incidiu nas partidas realizadas no Estádio Municipal do Rio de Janeiro, o Maracanã, construído especialmente para o evento e com sede na então capital da República.

De acordo com a caracterização geral feita pela autora:

No caso da Copa de 1950, o país passava por um momento especial. O mundo acabara de sair de uma grande guerra e achava-se dividido, polarizado. O Brasil precisava encontrar seu lugar nesse mundo. Buscando o progresso e o crescimento econômico, o país investia na conquista de sua integração nacional – requisito básico para garantir o desenvolvimento. (MOURA, 1998, p. 13)

*

O estádio possibilitaria ao país atingir um novo estágio em seu desenvolvimento desportivo. Já assegurado o papel do futebol como maior entretenimento e divertimento popular, tratava-se agora de sublinhar sua função dentro da sociedade brasileira, preparando um povo que se tornaria mais forte e mais disposto, que estaria pronto para trabalhar pelo engrandecimento da nação e para defendê-la em caso de confronto, tendo a própria

14 A onipresença televisiva na cobertura dos jogos foi analisada em artigo recente. Cf. AGUIAR, L. de A.; PROCHNIK, L. “Quanto vale uma partida de futebol? A relação entre televisão e futebol no cenário midiático contemporâneo”. In: *Logos – Comunicação & Universidade*. Rio de Janeiro, vol. 17, n. 2, 2010.

construção da praça de esportes como exemplo. (MOURA, 1998, p. 38)

As fontes jornalísticas ¹⁵ foram o meio principal da historiadora para a reconstituição dos fatos esportivos, enquadrados em sua dimensão ritualística e histórico-social, na sequência da Segunda Guerra mundial, estágio crucial de formação da sociedade brasileira moderna, conforme assinalado acima, pela autora.

O erguimento do Maracanã, apelidado pela imprensa do período de “o gigante de concreto” ou “o colosso do Derby”, pois capaz de acolher oficialmente até 155 mil espectadores, desencadeou uma série de questões cruciais para o Estado brasileiro, em específico para a prefeitura do Distrito Federal, responsável pela edificação da obra. Entre as questões, estava na pauta da imprensa uma série de problemas de caráter organizacional:

1. O atraso na finalização do estádio, inaugurado ainda inacabado, com tijolos e tapumes à mostra.
2. Os gastos públicos empenhados no projeto, sobretudo as denúncias feitas pela oposição, encarnada na voz oposicionista de Carlos Lacerda, vereador e influente proprietário de jornal.
3. A relação entre a administração pública e a prestação de serviços aos cidadãos durante um evento de porte internacional.
4. O reconhecimento do futebol como um lazer popular caracterizado pela catarse, com a preocupação de que esta deveria, todavia, ser ordenada e contida pela polícia.
5. A atenção sobre os torcedores e a necessidade de que os mesmos mantivessem uma conduta disciplinada, compatível com a grandeza do evento, tema cujas contradições foram proficuamente desenvolvidas pelo sociólogo alemão Norbert Elias (1992), em *A busca da excitação*.
6. A dificuldade de oferecer meios de locomoção suficientes e adequados aos frequentadores do estádio.

15 Dentre os periódicos citados, encontram-se *Jornal dos Sports*, *A Noite*, *O Globo*, *Tribuna da Imprensa*, *Correio da Manhã* e *Diário Carioca*.

Gisela Moura mostra de que maneira os seis dias de partida da Seleção Brasileira no Maracanã foram marcados por dificuldades generalizadas no acesso aos estádios. O ponto crítico enfrentado pela população local, tal como relatado pelos jornais, dizia respeito aos deslocamentos nos meios de transporte, quer sejam particulares ou coletivos.

Em uma passagem do livro, é possível identificar os tipos de incidente com que se deparavam os torcedores:

Pelo caminho, até seu lugar no estádio, o torcedor enfrenta inúmeros obstáculos: bondes e trens superlotados, desorganização na entrada, cavalos da polícia assustando a multidão e aumentando a confusão. O Maracanã já estava repleto de torcedores quando, pouco antes das 13h, o Repórter Esso, da Rádio Nacional, divulga uma nota falsa de que 15 mil ingressos extras seriam postos à venda. No afã de obter um lugar, cerca de 20 mil pessoas invadem o estádio e o tumulto resulta em uma morte e em 250 feridos. O episódio macula o brilho daquela tarde. (MOURA, 1998, p. 102)

Assim, depreende-se do relato que: os meios de transporte, como os tradicionais bondes e lotações, eram em número inferior ao necessário, tendo por efeito a superlotação; não faltava abuso policial na contenção de distúrbios; havia desinformação dos meios de comunicação, o que resultava na propagação de notícias infundadas, com efeitos caóticos; o caos urbano instaurava-se a cada jogo na zona norte e em vários pontos da cidade; era comum a invasão do estádio por torcedores sem ingresso.

Eis alguns dos destaques narrados pela historiadora, ao reportar um dia de jogo da Seleção Brasileira na Copa de 1950. As informações de Gisela vão além das circunscrições do estádio. Mobilizada para a competição, a rotina da cidade era alterada de maneira radical nos dias de jogo e chegava a afetar outras áreas da vida coletiva. Na esfera política, a prefeitura decretava meio expediente nas repartições públicas. O Senado Federal, por sua vez, suspendia suas atividades cotidianas no Palácio Monroe, na Cinelândia, centro do Rio. Já o comércio e as indústrias eram convocados pelos jornais a fechar seus serviços às 13 horas.

Apesar da venda antecipada de ingressos, feita em três pontos da cidade – a sede da CBD, o Clube Ginástico Português e a loja Dragão dos Tecidos ¹⁶ –, as aglomerações e as confusões na entrada do estádio por pessoas em busca de um bilhete ocorreram de maneira sistemática, conforme o relato de Moura:

Conseguir um ingresso às 14h era tarefa das mais difíceis. Nem o câmbio negro funciona, tantos são os que desejam obter uma entrada. O que salva é a possibilidade de invadir o estádio, entrando pelo portão das viaturas, deixado aberto. Lá dentro a emoção não tem tamanho, sendo comparada pelo torcedor a uma guerra, onde a arma é a bola. Analogias das partidas com os conflitos bélicos são recorrentes, lembrando não só a proximidade do término da II Guerra Mundial, como a estreita relação entre a área militar e a introdução sistemática da educação física no Brasil. (MOURA, 1998, p. 68-69)

Os meios de comunicação davam com frequência conselhos para o bom usufruto do espetáculo e manifestavam sua expectativa em face da conduta dos torcedores: o apoio patriótico e incondicional à Seleção Brasileira e o “bom comportamento” nas arquibancadas, mediante atos civilizados e exemplares. Esta última recomendação se baseava no fenômeno da multidão, proporcionado pela grandiosidade do estádio e pelo fato de que, como não houve impedimento para entrada de objetos, pessoas portavam bombas, rojões e foguetes. Embora desaconselhados pela polícia, esses artefatos eram estourados durante a partida e ameaçavam a integridade física dos presentes.

Se o foguetório assustava nas arquibancadas, a paisagem festiva das dependências do estádio também era acentuada. Bandeirolas e faixas, confetes e serpentinas, bolas coloridas e estandartes enfeitavam o ambiente. Jayme de Carvalho, da Charanga do Flamengo, comandava o incentivo musical ao time do Brasil, na condição de chefe oficial da torcida brasileira, sob os auspícios do *Jornal dos Sports*. Marchinhas

16 À medida que o Brasil avança na competição, o número de postos de venda aumenta, com a inclusão, entre outros, dos seguintes estabelecimentos: o Teatro Carlos Gomes, o Teatro Municipal, a Associação Atlética Banco do Brasil e a loja A Exposição.

carnavalescas, hinos e gritos eram entoados pela massa e por sua animada banda de música.

Com o transcorrer das partidas, a fiscalização policial redobrou, quer fosse para impedir os automóveis de estacionar em locais proibidos nas imediações do estádio, esvaziando os pneus daqueles que assim o fizessem, quer fosse para impedir a entrada de portadores de objetos potencialmente perigosos, que ameaçassem a ordem pública, em especial garrafas de vidro.

As autoridades acentuavam, sempre que possível, sua preocupação com “a imagem de povo bem educado” que os brasileiros deviam demonstrar perante o mundo. Mas havia dificuldades para a preservação da imagem de país cordato, a começar pelas enormes e desconfortáveis filas ao redor do Maracanã, com milhares de pessoas serpenteando o estádio, portando marmitas para comer dentro do estádio e gerando, aqui e ali, focos de distúrbio. O aparato de choque policial e a ostensiva presença de homens da Polícia do Exército (PE) eram evidências da tensão reinante com a segurança interna e externa. A vigilância não impedia nem a atuação dos cambistas na revenda de ingresso nem o roubo de roupas e de utensílios deixados nos carros estacionados no tradicional bairro da Tijuca.

A imprensa criticou da mesma forma a administração municipal pela ausência de turistas estrangeiros na cidade, decorrência, segundo os jornais, da falta de propaganda da Copa no exterior. Quanto à inexistência de visitantes de fora do país, um cronista do jornal *Tribuna da Imprensa*, periódico notoriamente opositor do Mundial, sentenciava de maneira corrosiva: “O futebol não terá sido veículo de divulgação de um Brasil esfarrapado e mendicante, mal-acabado e sujo” (*Apud* MOURA, 1998, p. 71). No saldo geral do evento, entretanto, Jules Rimet, presidente da FIFA, destacou o sucesso disciplinar, técnico e financeiro do campeonato. Parte da crônica brasileira, por seu turno, em particular a capitaneada por Mário Filho e o seu *Jornal dos Sports*, que se engajou favoravelmente desde o início do evento, ressaltava uma das maiores virtudes da educação esportiva, expressa pela população brasileira ao final do jogo contra o Uruguai e manifesta no “saber perder”:

A despeito das preocupações iniciais com o comportamento da torcida brasileira, nenhum incidente se registrou. O desfecho da Copa foi a ocasião em que isso foi mais amplamente explo-

rado. Apesar do golpe sofrido, o Brasil portou-se de maneira exemplar. Quando todos esperavam que a torcida agredisse os uruguaiois, vencedores do campeonato e ‘ladrões’ de uma taça que deveria permanecer no Brasil, ela aplaudiu a Celeste olímpica. O gesto dos torcedores brasileiros foi saudado internacionalmente e perpetuou-se numa placa de bronze oferecida pelo governo uruguaio. (MOURA, 1998, p. 142)

*

Os jornais construíram uma estreita relação entre a seleção nacional e o público, não considerado apenas um mero espectador das partidas, mas um elemento de grande importância, um participante da peleja, capaz de desequilibrar o adversário e de ajudar o Brasil a chegar à vitória. Cada jogo da Seleção constituía um espetáculo. Em campo, o Onze Nacional brindava a torcida com exibições irretocáveis. Nas arquibancadas, cadeiras, camarotes e gerais do Maracanã, o público oferecia um show à parte, cantando, acenando seus lenços brancos, apoiando o escrete. O estádio recebia a multidão e os jogadores, sintetizando o Brasil. Era o espaço democrático por excelência, palco de afirmação da nacionalidade brasileira. O Brasil se fazia representar naquele momento pela seleção nacional, pela torcida e pelo estádio. (MOURA, 1998, p. 141)

3) Os preparativos para o Mundial no Maracanã e a Copa das Confederações

A descrição acima proporciona um cenário até certo ponto familiar para quem acompanhou os preparativos e os jogos da Copa de 2014. É evidente que há um grau de irredutibilidade, pois se comparam eventos congêneres, mas de natureza bastante diversa, se se consideram as distâncias temporais e conjunturais a separar 1950 de 2014.

Sabe-se que tanto a sociedade brasileira quanto o futebol profissional, a FIFA e o mundo como um todo, no final da década de 1940, eram bem distintos aos da atualidade, no limiar do século XXI. O Brasil daqueles idos caminhava rumo à urbanização e à industrialização,

mas parte expressiva de sua população ainda residia na zona rural, e o subdesenvolvimento econômico era a marca de sua imagem internacional. Dos cerca de cinquenta milhões de habitantes, apenas um quinto vivia nas grandes cidades, enquanto o restante se dispersava pelo interior do país ¹⁷.

Inúmeros outros dados poderiam ser ainda evocados para contrastar um período de outro, para causar estranhamento entre uma realidade e outra. No entanto, é inegável que o relato levantado nas crônicas jornalísticas por Gisela de Araújo Moura traz um sabor de familiaridade. Parecem-nos familiares, entre outros, os atrasos nas obras para o evento; a oposição ao evento por parte de setores da opinião pública – repetia-se a pergunta: por que empenhar dinheiro público em um campeonato de futebol num país de analfabetos, com hospitais em condições lastimáveis? –; as invasões da torcida ao estádio; o emprego abusivo da força policial para dispersar a multidão; e a desorganização imperante no dia a dia dos jogos.

Entre mudanças e continuidades, entre semelhanças e diferenças, convém agora nos determos nos preparativos do Mundial de 2014. Em específico, descrevem-se a seguir as reações às modificações operadas no estádio do Maracanã para habilitá-lo a receber os sete jogos da Copa, no bojo das “Jornadas de Junho” ¹⁸ e da Copa das Confederações. Dado o seu caráter público e democrático, marcante no imaginário do mito fundador do estádio, a conversão da praça de esportes popular em arena multiuso, adequada para atender ao chamado padrão FIFA no início do século XXI, foi bastante controversa. As discórdias merecem recapitulação, pois elas influenciaram sobremaneira o teor da cobertura do torneio, notadamente a mobilização divulgada pelas redes sociais – Twitter, Facebook e YouTube, dentre as mais acessadas – e a visão das agências de notícias nacionais e internacionais – Reuters, CNN, BBC, entre outras – acerca do evento e do Brasil como um todo.

17 Cf. NOVAIS, F. A.; MELLO, J. M. C. de. “Sociabilidade moderna e capitalismo tardio”. In: SCHWARCZ, L. M. (Org.) *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 574, vol 4.

18 Para uma análise das jornadas, cf. MAIA, J. M. E.; ROCHA, L. M. “Protests, protests, everywhere”. In: *Cairo Review of Global Affairs*. New York: The American University, 2014, n. 12, p. 78-85.

Se em 2007, quando da escolha do país para sediar a Copa, o Brasil era exaltado por seu crescimento econômico acelerado e por sua estabilidade político-democrática, sendo uma nação emergente constituinte dos BRICS, no ano que antecedeu seu início a opinião pública internacional passou a se mostrar cética quanto à viabilidade do torneio.

Conforme observa o cientista político Antonio Lassance, do IPEA, a certa altura da preparação o Brasil perdeu a “batalha da comunicação” para a Copa. A constatação acarretou grande inquietação quanto ao eventual vexame que o país poderia vir a protagonizar perante o mundo ¹⁹. Especuladores de toda sorte passaram a anunciar que o sonho de sediar a Copa estava prestes a se tornar um pesadelo...

Parte do caldo de ceticismo derivou das suspeitas de superfaturamento nos andamentos das obras dos estádios e do impacto que os protestos de massa tiveram quando desembocaram em críticas à postura autoritária da FIFA, de um lado, e à leniência e à falta de transparência com gastos públicos por parte do governo brasileiro, de outro ²⁰.

Os bordões “Não vai ter Copa” e “Copa pra quem?” ressoaram em âmbito internacional. A imagem do país foi chamuscada, e a lisura das entidades esportivas brasileiras, como a CBF e o COL (Comitê Organizador Local), tornou-se alvo de crescente suspeição. O temor de uma sublevação em maiores proporções e com consequências político-sociais mais drásticas, a exemplo do que vinha ocorrendo na Primavera Árabe, levantou dúvidas até mesmo sobre a efetiva realização do mega-evento, sendo potenciais turistas desencorajados a viajar para o Brasil, ante sistemáticas notícias de cunho negativo veiculadas alhures. Nesse cenário de altos e baixos, o apelo histórico do Maracanã foi de grande relevância para mobilizar movimentos sociais e para instigar a sociedade civil contra as transformações supostamente descaracterizadoras do estádio. Passou-se a interpelar a real necessidade de destruição do

19 Cf. LASSANCE, A. “A Copa, a imagem do Brasil e a batalha da comunicação”. In: *Brasil em jogo: o que fica da Copa e das Olimpíadas*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2014, p. 80.

20 Após a finalização do torneio, o Tribunal de Contas da União totalizou um custo de vinte e cinco bilhões e quinhentos milhões de reais aos cofres do Brasil. Destes, oito bilhões destinaram-se à construção e à reforma dos estádios, sete bilhões foram investidos em projetos de mobilidade urbana e seis bilhões em investimentos em aeroportos.

seu simbolismo público-nacional, espaço constituinte de uma das vitrines da cidade durante toda a segunda metade do século XX.

Entre as 12 arenas para a Copa, o Maracanã, fechado em 2011 e reinaugurado em 2013, acabou por se configurar em um dos principais pontos de discórdia. O litígio começou com infrações na concepção arquitetônica do estádio e com distorções nas legislações federal e estadual. Se o tombamento do estádio pelo IPHAN datava de dezembro de 2000, a remoção do teto, também tombado pelo instituto de patrimônio cultural do estado do Rio de Janeiro – o INEPAC – afetou sua imagem patrimonial, causou revolta da população e somou-se à indignação contra o aumento exponencial dos investimentos financeiros nas obras ²¹.

O atraso na execução do cronograma teve como efeito o incremento progressivo do valor inicial das reformas, provocando suspeitas de irregularidades. De um patamar inicial de quatrocentos milhões de reais, estimado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (o BNDES), órgão de fomento, financiamento e empréstimo ligado ao governo federal, os gastos da construtora responsável pela intervenção no Maracanã triplicaram. Ao fim e ao cabo, as cifras ultrapassaram os 1 bilhão e 200 milhões de reais.

Junto ao atraso e ao dispêndio de recursos governamentais, entrou em discussão durante o ano de 2013 o destino gerencial do Maracanã após a Copa. Neste aspecto, o estádio, antes submetido à administração do governo estadual do Rio por intermédio da SUDERJ, foi terceirizado. Este processo acabou por prevalecer sobre o interesse dos clubes, sendo decantado sob a égide das PPPs (Parcerias Público-Privadas). A licitação, sem concorrentes, levou à concessão da gestão ao chamado Consórcio Maracanã S. A., que é administrado por três empresas: o grupo da Odebrecht, a AEG e a IMX Holding, esta última de propriedade do empresário Eike Batista.

O estádio não foi o único pomo da discórdia. O Maracanã é um imenso complexo de esportes, com diversas salas ocupadas pelas federações das modalidades esportivas do Rio, além da própria FERJ, a Fe-

21 Sobre a dimensão espacial do estádio, ver a obra do latino-americanista e geógrafo estadunidense Christopher Gaffney. *Temples of the earthbound gods: stadiums in the cultural landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires*. Texas: University of Texas Press, 2008.

deração de Futebol do Estado do Rio de Janeiro. Ademais, trata-se de um centro poliesportivo, com parque aquático, pista de atletismo, ginásio de basquete e até mesmo uma escola municipal, chamada Arthur Friendenreich, em homenagem a um dos primeiros ídolos mestiços do futebol brasileiro. O anúncio de extinção desses espaços por parte da empresa concessionária desatou uma série de discussões junto à opinião pública. Segmentos da sociedade civil organizada e movimentos sociais lideraram campanhas de oposição às mudanças previstas, organizando manifestações ao redor do estádio com o slogan “O Maraca é nosso”.

Durante o primeiro semestre de 2013, o projeto de destruição da antiga sede do Museu do Índio (1953), localizado nas cercanias do Maracanã, trazia a intenção de construir em seu lugar um estacionamento para servir à praça de esportes, assim como a edificação de um futuro shopping nas suas adjacências. O anúncio foi a centelha que detonou um inflamado conflito durante muitos e muitos dias. Em oposição à decisão, grupos e etnias indígenas deslocaram-se de suas aldeias no interior sul-fluminense e ocuparam o museu desativado. Parte da população carioca e setores da imprensa aderiram à campanha contra a demolição daquele espaço físico e simbólico da memória dos índios no Brasil. O governo do Estado acionou as forças da ordem e diversos enfrentamentos físicos e armados transcorreram até a completa exclusão dos ocupantes. Em contrapartida, para evitar o desgaste junto à opinião pública, o governador voltou atrás na decisão de construir o estacionamento.

Por seu turno, a conjuntura de realização da Copa das Confederações no Brasil, em meados de 2013, teve de enfrentar o clímax de um contexto nacional turbulento e beligerante. Até certo ponto, apesar da preexistência de um ambiente tenso e conturbado, pode-se dizer que a intensidade da revolta popular urbana que eclodiu no país durante os meses de junho e julho surpreendeu a maioria. Ao final, ela acabou por repercutir no futebol e, em particular, no legado do próprio torneio. Conforme pontua o antropólogo Luiz Henrique de Toledo:

Os protestos, que arranharam por dentro e por fora a armadura do ‘país do futebol’, recolocaram o futebol brasileiro numa helicoidal simbólica discursiva que o afasta da memória segu-

ra, o arrasta para outros climas e temperanças, ainda de difícil previsão. Os protestos, organizados ou difusos, politizados ou, digamos, mais reativos, seguem dando o tom dessa Copa, aclamando o principal vilão, a FIFA, aproximando alguns discursos entre esquerda e direita, trazendo novamente à tona elites políticas antes desgastadas na opinião pública, produzindo, enfim, alguns deslocamentos importantes na política e no futebol. (TOLEDO, 2014, online)

A Copa das Confederações é uma competição quadrienal, disputada por oito seleções nacionais, que congrega representantes dos cinco continentes do mundo. A FIFA a idealizou para ser uma atividade disputada um ano antes do Mundial, para servir de balão de ensaio e para constituir uma espécie de *check list*. Com a disputa, averigua-se a capacidade de o país anfitrião atender às exigências organizacionais e às condições de infraestrutura requeridas pela entidade promotora.

Com o horizonte no Mundial em 2014, a FIFA, comandada por seu presidente Joseph Blatter, valeu-se do evento prévio para observar, entre outros fatores, a capacidade de entrada e saída da arena, a recepção aos turistas, o funcionamento da cidade em dias extraordinários, a acomodação do público nos assentos personalizados do estádio, entre outros requisitos.

No Brasil de meados de 2013, não obstante, a competição internacional coincidiu com uma grande agitação coletiva. Esta protagonizou uma série de passeatas que tomaram as ruas das grandes cidades brasileiras e sobressaltaram o poder público, em nível federal, estadual e municipal. A convulsão iniciou-se em São Paulo, com uma primeira insurgência popular, capitaneada pelo Movimento Passe Livre (MPL), contra o aumento das tarifas de transporte, principalmente ônibus, trens e metrô.

Como hoje sabemos, as manifestações se agigantaram e terminaram, muitas vezes, em cenas de violência transmitidas ao vivo pela televisão e retransmitidas para todo o mundo. Choques entre manifestantes e a polícia se multiplicaram por todo o país, com radicalizações de parte e parte e com o aparecimento posterior da tática internacional *black bloc*. Realizaram-se em escala crescente ataques a bens públicos e privados. Lojas foram saqueadas, pontos de ônibus foram apedrejados,

e estabelecimentos particulares, incendiados. Em várias cidades, palácios de governo foram atacados, com invasões seguidas de depredação e vandalismo.

Em tal contexto, depois da reinauguração do Maracanã, duas semanas antes do início da Copa das Confederações, em uma partida amistosa contra a Inglaterra, os jogos da Seleção Brasileira foram marcados por graves confrontos entre manifestantes e órgãos de segurança pública, nos arredores das arenas onde o Brasil jogava, primeiro em Brasília (DF), depois em Fortaleza (CE) e, finalmente, em Belo Horizonte (MG).

A final disputada no Maracanã, entre Brasil e Espanha, no domingo do dia 29 de junho de 2013, assistiu a intensos embates nas cercanias do estádio. Valendo-se da crítica aos gastos governamentais e da suspeição de corrupção por parte dos promotores do evento, manifestantes investiram em ações vandálicas contra a polícia, em trocas recíprocas de pauladas, pedradas, bombas de efeito moral, gás lacrimogêneo e balas de borracha. Se no gramado a Seleção Brasileira acabaria por vencer com relativa facilidade a Espanha, então campeã mundial, o lançamento de paus, pedras e bombas fora do estádio culminou em prisões e em pessoas feridas. O clima tensionado fora a tônica da Copa das Confederações, e mesmo a FIFA, quando teve um de seus ônibus alvejados em Fortaleza, aventou a possibilidade de suspender o torneio, a certa altura da competição, o que não o fez em função dos compromissos já assumidos com os seus patrocinadores.

As cenas de vandalismo e o caos reinante durante o torneio tiveram ampla cobertura nacional e internacional de TV, redes sociais e mídias independentes, a exemplo do ativismo do grupo Mídia Ninja, ligado ao movimento Fora do Eixo. Estes agentes midiáticos acabaram por projetar uma imagem sombria do Brasil às vésperas do Mundial, a despeito do que o marketing ufanístico e as propagandas de televisão pretendiam mostrar. Para as autoridades, a intensidade e a virulência dos acontecimentos deixaram uma grande incógnita, que afinal não iria se consumir, quanto ao que poderia vir a suceder durante o Mundial de 2014.

4) Jogo a jogo: a tabulação das notícias sobre o Maracanã na Copa de 2014

Passemos agora aos jogos da Copa de 2014, transcorridos entre 12 de junho e 13 de julho. Foram cobertas notícias relativas ao comportamento dos torcedores brasileiros e estrangeiros, tanto no interior quanto fora do estádio do Maracanã. Para tanto, foram selecionadas mais de 120 notícias oriundas de *sites*²², *blogs*²³ e portais²⁴ da internet. A classificação e a tabulação desse material tornaram possíveis identificar alguns traços recorrentes da cobertura midiática durante a Copa do Mundo FIFA 2014 que vamos a seguir elencar. Adota-se para tanto uma perspectiva quantitativa de análise. As notícias foram classificadas segundo três categorias elementares de valoração: as positivas, as neutras e as negativas. Sua abordagem objetivou qualificar positiva ou negativamente a conduta dos fãs de futebol, em dias de jogos da Copa realizados no Maracanã, tendo em vista o enfoque dado pelas redes virtuais que abasteceram de notícias nossas leituras. Sendo assim, do espectro das 120 matérias apuradas, 73 foram classificadas como negativas, três foram vistas como neutras e 44 foram qualificadas como positivas.

Um total de sete jogos foi disputado no Maracanã ao longo do torneio, incluindo a final entre Alemanha e Argentina. A lista de jogos, a quantidade de notícias, a frequência aos jogos e a proporção daquelas classificadas como positivas em cada partida são os itens registrados na tabela abaixo.

22 Sites mais utilizados: UOL, IG, Folha de São Paulo, Globo.com, Veja, Jornal do Brasil, Carta Capital, EBS, Lancenet, ESPN, Bandeirantes, O Fluminense.

23 Blogs mais visitados: Terceiro Tempo, autogestão.com, DW.com, ac24horas e 180graus.com.

24 Principais portais acessados: governo do Estado do Rio de Janeiro, Netvasco e flamengo.com.br.

Tabela – Partidas da Copa-2014 no Maracanã

Partida	Data do jogo	Público presente	Qtde. de notícias selecionadas	Notícias positivas (%)
Argentina X Bósnia	15/06/2014	74.738	26	19%
Espanha X Chile	18/06/2014	74.101	24	4%
Bélgica X Rússia	22/06/2014	73.819	14	86%
França X Equador	25/06/2014	73.749	9	56%
Uruguai X Colômbia	28/06/2014	73.804	6	67%
Alemanha X França	04/07/2014	74.240	13	38%
Alemanha X Argentina	13/07/2014	74.738	28	54%

O primeiro jogo no Maracanã reuniu, em um domingo à noite, a seleção da Argentina, tradicional equipe sul-americana favorita ao título, e o selecionado da Bósnia Herzegovina, pequeno país do Leste Europeu, emancipado há poucas décadas e estreante no torneio. Para o encontro, foram localizadas ao todo 26 notícias que atendiam os requisitos de busca. Somente cinco das matérias tiveram abordagem positiva. Cumpre esclarecer, todavia, que três delas datam da véspera do confronto e se ativeram aos preparativos da partida. Sua positividade consistia em apresentar a preparação do jogo para os leitores, em informar as operações especiais de metrô elaboradas pelo poder público e em fornecer as características do estádio àqueles que pela primeira vez a ele se dirigiam. Das duas reportagens feitas no dia do jogo, uma era do portal do governo do Estado do Rio de Janeiro e tendia a ter uma chancela oficial, com o objetivo de salvaguardar os aspectos exclusivamente positivos do evento. A outra notícia frisou o prêmio internacional de sustentabilidade recebido pelo Maracanã, outorgado por uma entidade norte-americana, o *US Green Building*.

Em contrapartida, um número expressivo de 19 reportagens enfocou ocorrências negativas antes, durante e depois da partida. Os protestos com cerca de 300 manifestantes nos arredores do Maracanã, o furto de ingressos de torcedores que aguardavam nas filas de entrada, os desentendimentos seguidos de tumultos entre espectadores argentinos e brasileiros dentro do estádio logo após o gol bósnio, no segundo tempo da partida, e a invasão ao Maracanã por um grupo de 30 argen-

tinios que pularam o muro foram bastante salientados pela imprensa. Destes, o último item foi o que mais obteve espaço na mídia eletrônica consultada.

Tal assunto foi utilizado para demonstrar a falha dos agentes de segurança e os equívocos de planejamento cometidos pelos organizadores do espetáculo, que subestimaram o número de turistas argentinos presentes na cidade, numa variação que ia de 10 a 50 mil pessoas dentro do estádio. A tentativa de entrada sem-ingresso pelos argentinos ensejou um embate acalorado, com versões discrepantes entre o Comitê Organizador Local (COL) e o governo estadual do Rio de Janeiro. Cada qual imputava responsabilidades ao órgão oponente. Na polêmica sobre a “falha” na estreia do Rio de Janeiro na Copa, uma reportagem procurou apresentar aspectos tanto positivos quanto negativos.

Enquanto positivamente apontava-se a criatividade dos torcedores, multicoloridos, pintados, fantasiados e coreografados, a exemplo da comemoração da torcida da Argentina no espaço *FIFA Fan Fest*, em Copacabana, o repórter ressaltava, de igual maneira, a negatividade da invasão de argentinos para a imagem do estádio. Também foram flagradas cenas de escadas trepidantes instaladas na rampa de acesso ao metrô, bares sem comida e com longas filas, roubos, ações abusivas de cambistas, com ingressos no valor de até R\$2.200,00, e cânticos racistas de um punhado de argentinos, que simulavam sons simiescos, maculando a primeira partida no Rio.

O confronto entre Espanha e Chile, realizado três dias depois da estreia do Maracanã na Copa, ocorreu em uma quarta-feira à tarde. O jogo também era válido pela fase classificatória de grupos do torneio. Acerca dele 24 notícias foram coletadas. Deste total, a imensa maioria apresentou teor negativo, em virtude de nova invasão ao estádio e do registro de 100 ocorrências nos arredores da arena, com a inclusão de casos de “arrastão”, com furto de ingressos em massa dos que saíam do metrô rumo ao estádio.

Quanto à invasão, novamente o fato mais grave segundo o ajuizamento da imprensa, repórteres registraram o momento em que cerca de 150 torcedores chilenos invadiram o Maracanã através do setor de imprensa, o mais vulnerável, posto que com um menor número de vigias. O resultado foi a danificação de portões de vidro, portas, catracas, grades e outros obstáculos encontrados pela frente. Mais da

metade dos torcedores foram capturados, mas boa parte se despistou na multidão.

As reportagens abordaram em detalhes a invasão, com os relatos daqueles que foram presos e daqueles que conseguiram assistir ao jogo. Ouviram-se novamente as diversas partes envolvidas – do cônsul do Chile no Rio ao presidente da Associação Nacional de Futebol Profissional (ANFP) do país andino. Cogitaram-se punições drásticas a ser impostas aos chilenos presos. Segundo afirmação de representantes da Polícia Federal, os invasores deveriam ser deportados do Brasil em até 72 horas. Com a repetição do incidente sucedido na partida anterior, a invasão chilena deixava novamente à mostra a fragilidade do sistema de segurança do estádio.

No *fait divers* da Copa, uma matéria tratava das 19 toneladas de lixo recolhidas pela prefeitura na praia de Copacabana, durante o *FIFA Fan Fest*, ao passo que outra reportagem informava a prisão de quatro estrangeiros, flagrados por policiais à paisana, na tentativa de vender camisas e credenciais falsas nas cercanias do estádio. Como seria de se esperar, apenas uma notícia, obtida no portal do governo do Estado do Rio de Janeiro, apresentou teor positivo. A reportagem do dia seguinte ao jogo evidenciava em tom entusiástico o recorde de público atingido nos jogos da Copa, minudenciava o esquema de policiamento no Maracanã, descrevia as ações da Delegacia de Atendimento ao Turista (Deat) e julgava “exemplar a atuação da PM do Rio”²⁵, sem fazer qualquer menção à ação invasora protagonizada pelos torcedores de origem chilena.

O terceiro jogo no Maracanã – o primeiro sem a presença de uma seleção sul-americana – foi disputado entre Bélgica e Rússia e ocorreu em um domingo, quatro dias depois da partida do Chile e na semana seguinte à estreia do Maracanã na Copa. Foram selecionadas 14 notícias sobre o confronto, e, neste caso, a grande maioria dos relatos da imprensa foi identificada de modo positivo.

A ausência de incidentes na disputa entre belgas e russos levou a que somente duas reportagens fossem classificadas de maneira negativa. Ambas, no entanto, ainda se referiam aos problemas presenciados nos

25 As palavras foram do gerente-geral do COL, Hilário Medeiros.

jogos anteriores. Tratavam de informar o conteúdo de um relatório elaborado para esmiuçar as falhas de segurança do estádio nos episódios anteriores. A Abin (Agência Brasileira de Inteligência) ficou responsável por redigir tal relatório, com o apontamento do mau preparo dos fiscais e dos erros dos detectores de metal, que haviam chegado a permitir a entrada de pessoas portando armas, depois de burlar a revista.

Já as 12 reportagens restantes salientavam a sinergia entre a FIFA, o Comitê da Copa e o governo do Estado do Rio de Janeiro para traçar mudanças e para prover maior proteção dentro e fora do estádio. As matérias informavam as várias melhorias que tinham de ser feitas no terreno da segurança pública, bem como o seu novo esquema de atuação e funcionamento durante o jogo seguinte.

Aos 2.500 policiais, acrescentava-se o reforço de um segundo cordão, com mais 600 homens contratados pela segurança privada e com brigadas de intervenção rápida. Barreiras de contenção eram colocadas em 18 zonas sensíveis de acesso ao estádio, de modo a criar um perímetro de isolamento para filtrar os torcedores com ingressos e os sem-ingressos. No Centro de Imprensa do Maracanã, local de invasão chilena, uma outra camada com grades de ferro mais resistentes foi instalada.

Se as falhas de recursos humanos davam a tônica do Mundial no Rio, outras matérias procuravam exaltar a monumentalidade e a tradição. Tudo indica que se tratava de uma forma de restaurar o orgulho próprio da arena carioca: “Apesar dos problemas, o Maracanã é o mais tocante estádio da Copa”.

Na quarta-feira do dia 25 de junho, ocorreu o último jogo da fase de grupos. O embate teve em campo as seleções de França e Equador, com a presença de cerca de 60% de estrangeiros nas arquibancadas. Dentre as dez notícias selecionadas, cinco, ou seja, metade, acentuavam aspectos negativos quanto à atuação da torcida.

A primeira reporta a expulsão de um jovem francês do interior de uma área exclusiva da FIFA. O mesmo perdera o ingresso para o setor reservado na passagem pela revista e reclamava o direito de entrada na área, ainda que não pudesse comprovar o fato pela ausência de bilhete. Para alguns observadores, o incidente evidenciava novamente a vulnerabilidade na vigilância dos tíquetes.

Já a segunda reportagem cita o caso de um turista francês que arre-messou seu sapato no gramado do Maracanã, sendo detido pela segu-

rança e banido do estádio. Uma terceira matéria reportava o drama de um sueco e seu filho de 11 anos, cujos ingressos haviam sido furtados. Ao relatar a situação no Centro de Ingressos, pai e filho conseguiram reaver em caráter excepcional os bilhetes junto à entidade suíça. A medida que valera para a família estrangeira não tivera o mesmo efeito no caso de um brasileiro, também assaltado, cujo relato não sensibilizou os organizadores.

Uma quarta reportagem apresenta uma recomendação da prefeitura do município do Rio de Janeiro, por meio do presidente da Rio-eventos, para que a população carioca evitasse passear nos arredores do Maracanã durante a Copa, por razões securitárias e de integridade física. Por fim, uma matéria abordou as críticas às condições do gramado do estádio e a impossibilidade de as seleções treinarem no campo de jogo, por deliberação da FIFA. Além de realçar a tímida vibração nas arquibancadas, todas as demais reportagens foram classificadas como positivas, por tratarem especificamente da atuação dos jogadores, da apresentação do jogo, do funcionamento regular dos meios de transportes – barcas, vans, metrô e táxis – e do anúncio da criação de bolsões de estacionamento para ônibus e carros.

Já nas fases decisivas, o confronto válido pelas oitavas de final da Copa no estádio do Maracanã, no sábado do dia 28 de junho, mobilizou duas seleções sul-americanas: Uruguai e Colômbia. No entanto, com a adoção do mesmo procedimento, via uso de palavras-chave e de mecanismos de busca *on-line*, poucas notícias foram encontradas.

Dessas, apenas duas tinham abordagem positiva da torcida. Uma feita pelo portal do governo do Estado do Rio de Janeiro, que destacou a supervisão normal do policiamento e a regularidade na oferta de transporte público. A outra foi localizada no *site globo.com*, que fez um resumo do comportamento dos torcedores sul-americanos no jogo, com o relato dos cânticos e com a narração do ambiente jocoso-festivo, ainda que já no limite das provocações mútuas entre as torcidas colombiana, uruguaia e brasileira.

As demais reportagens destacaram o clima tenso e os ânimos acirrados ao longo da partida. A tensão nas arquibancadas foi capaz de desencadear conflitos e de chegar às vias de fato. No setor de atendimento médico, vários casos de agressão, lesão e ferimentos foram registrados, em decorrência do confronto entre torcedores uruguaios

e brasileiros. Para muitos, havia uma razão “histórica” para as brigas: o estádio havia sido palco da traumática final do torneio em 1950, e o episódio era sistematicamente lembrado pelos meios de comunicação de ambos os países, antes e durante a Copa de 2014. À saída, no anel externo à arquibancada, mais pancadarias, motivadas desta vez pelas gozações dos brasileiros ante a derrota e a eliminação do Uruguai para a Colômbia de James Rodrigues, autor de um dos mais belos gols do torneio.

Um vídeo veiculado em diversos sítios da internet mostrou um grupo de uruguaios batendo e chutando a cabeça de um torcedor com a camisa do Fluminense, que sai com hematomas no corpo e marcas no rosto. Além desse incidente, uma reportagem relatou mais uma autuação de um torcedor solitário que tentara invadir o estádio. A quinta e última notícia apresentou fotos e detalhes da violenta repressão ao ato contra a Copa do Mundo em um bairro vizinho à praça de esportes.

Pelas quartas-de-final, já no início do mês de julho, no dia 4 (uma sexta-feira à tarde), deu-se o jogo entre duas potências europeias, Alemanha e França. Foram recolhidas 13 notícias sobre o comportamento da torcida. Oito delas foram classificadas negativamente, ao passo que cinco tiveram avaliação positiva.

A considerar as notícias tidas como positivas, na véspera da partida uma trata de um tópico de praxe: a organização do jogo, com um guia de transporte público para a locomoção dos torcedores ao estádio. Uma segunda discute o novo esquema de segurança, com a realização de uma triagem entre os torcedores, logo após a saída da estação do metrô. Princípio básico adotado em megaeventos internacionais há bastante tempo, ele vale-se do isolamento das imediações do estádio e somente aqueles com a posse do ingresso têm direito a passar pelo bloqueio de fiscalizadores.

As demais informações abordaram a conduta dos torcedores nas dependências da arena, com a identificação da presença mais numerosa dos alemães nas arquibancadas. Em contrapartida, segundo os sites, os franceses chamaram mais a atenção por serem mais animados, capazes de entoar cânticos mais altos que os adversários do país vizinho. Nas duas últimas notícias, uma enaltecia a presença da Flalemanha – neologismo para parcela dos simpatizantes da torcida do Flamengo presentes ao jogo que passou a apoiar a Alemanha em maior peso, as-

sim que a seleção, orientada por ação de marketing da empresa Adidas, lançou uma segunda camisa com as mesmas cores do clube carioca. Somada à estratégia cromática, os futebolistas Bastian Schweinsteiger e Lucas Podolski publicaram mensagens e fotos com a camisa do clube da Gávea, na busca por angariar simpatias e por promover o selecionado germânico.

Já a outra postagem informava que a torcida do Vasco da Gama passaria a torcer contra o selecionado alemão, ato contínuo à adesão dos flamenguistas, numa dinâmica de rivalidade clubística que se estenderia até a última partida do torneio, a ser realizada também no Maracanã. Na série de cooptações entre clubes cariocas e selecionados internacionais, o ídolo Lionel Messi aparece em montagens e numa série de postagens com a camisa cruzmaltina.

Um tema em voga nas partidas anteriores continuava a gerar controvérsias entre o poder público brasileiro e a entidade organizadora: a venda de bebidas alcóolicas dentro do estádio. O aumento da incidência de pessoas embriagadas, e de distúrbios relacionados à embriaguez, recolocava o ponto em discussão por iniciativa do Ministério Público do Estado do Rio. Este, amparado em legislação estadual, recomendava restrição ao consumo de álcool em “atividades cívicas, culturais ou esportivas”. A FIFA alegava ser a proprietária do evento e não transigia neste quesito, a asseverar seu compromisso com as cervejarias patrocinadoras da disputa. No confronto entre as seleções europeias, o número de brigas diminuiu nas arquibancadas, mas não impede que um francês fosse ferido na cabeça, após golpe de cassetete desferido pela PM, após discussão sobre os assentos numerados com um grupo de estrangeiros.

Com as semifinais previstas para as capitais de Minas Gerais e de São Paulo, coube ao Rio de Janeiro ser a cidade-palco da grande final. A finalíssima entre Argentina e Alemanha ocorreu no Maracanã, na tarde de domingo do dia 13 de julho de 2014. A solenidade contou com a presença de personalidades artísticas, de dez chefes de Estado, de autoridades governamentais das três esferas e de dirigentes esportivos nacionais e internacionais, a que se somou o gigantesco *staff* televisivo, com alcance planetário, destinado a três bilhões de telespectadores.

Para a decisão, foi selecionada a maior quantidade de notícias sobre o comportamento dos torcedores dentre as sete partidas. Das 28

matérias coletadas, 11 apresentaram conteúdo negativo, duas foram dadas como neutras – pois se ativeram a relatar o não atingimento da capacidade máxima de público no estádio no dia da partida, ficando aquém do jogo de estreia – e 15 foram classificadas como positivas.

Quando se avaliam as reportagens negativas, verificamos que elas concentraram a maior atenção para a vaia e os xingamentos ²⁶ à presidente Dilma Rousseff, por parcela dos presentes ao estádio. O fato foi repercutido por pelo menos nove sites do universo virtual consultado. As notícias negativas também voltaram a enfatizar a recomendação do Ministério Público de proibir a comercialização de bebida alcoólica, proposição mais uma vez recusada pela FIFA, sob o amparo da Lei Geral da Copa e em nome do interesse de seus patrocinadores.

A última notícia de cunho negativo enfocou o caso de prisão de dois colombianos que invadiram o Maracanã um dia antes da final. Uma série de relatos de intercorrências entre brasileiros e argentinos brigando foi registrada e se estenderam por cerca de 30 minutos pelos corredores do Maracanã, com quatro casos de lesão corporal no JECRIM, o Juizado Especial Criminal. Nas palavras de um espectador: “Pensei que ia a um estádio, mas vim ao zoológico”.

As reportagens com conteúdo positivo versaram novamente sobre o apoio dos torcedores do Flamengo à seleção alemã. O apoio se tornava controverso em razão da eliminação, considerada humilhante, do Brasil para a Alemanha na semifinal em Belo Horizonte, no Mineirão. Por outro lado, o grau de rivalidade com os portenhos tornava difícil uma adesão brasileira aos argentinos contra a Alemanha na finalíssima do Mundial, a despeito da mobilização dos vascaínos para tanto.

De todo modo, o jogador Podolski voltava a aparecer em busca de simpatizantes cariocas, desta feita em duas reportagens que o tematizavam. Em uma, o meio-campista atacante doa um ingresso da final para o lateral André Santos, com quem jogara no Arsenal da Inglaterra, na temporada 2012/2013. Em outra, os cliques fotográficos flagram o craque alemão pedindo o apoio explícito dos flamenguistas.

26 O conjunto de informações inclui não apenas a vaia em si, como a possibilidade de ela ocorrer, quando matéria publicada antes do dia do evento. Lembre-se a propósito que a mídia repercutiu os insultos, as vaias e os xingamentos desferidos contra a presidente no jogo inaugural da Copa, no dia 12 de junho, na Arena Itaquera, na partida entre Brasil e Croácia.

Outras duas reportagens destacaram o esquema de segurança para a final da Copa do Mundo e procuravam sublinhar que se tratava do maior aparato e do mais complexo sistema de segurança para um evento já realizado no Brasil. A mídia deu sistemática visibilidade aos argentinos, cuja chegada entusiasmada à cidade ao longo da semana movimentara o palco da final.

As descrições mencionavam a onda de argentinos e a verdadeira ocupação que eles fizeram dos espaços públicos cariocas, com acampamentos em diversos bairros e pontos do Rio de Janeiro, a exemplo do Sambódromo, na região central. Um trailer proveniente da Argentina era fotografado no estacionamento do Terreirão do Samba, com uma dezena de viajantes recém-chegados.

Fora o atrativo do jogo em si, os sítios reportaram a movimentação do público, que lotava cedo o estádio para acompanhar a festa da cerimônia de encerramento. A cobertura compreendia não apenas o público no estádio como também os presentes à estrutura do *FIFA Fan Fest*, na orla Copacabana. Enquanto a presença da torcida alemã era destacada no Maracanã, na zona sul os meios de comunicação observavam que a grande maioria era composta por argentinos.

Por fim, duas reportagens detalharam as provocações de brasileiros aos argentinos, logo após a vitória de um a zero que dera o título consagrador à Alemanha. Embora confusões tenham sido relatadas por essas reportagens, as brigas e os atos violentos não atingiram proporções mais graves.

Em face da descrição acima, podemos tirar algumas conclusões: os dois primeiros jogos têm a menor proporção de notícias positivas. Essa proporção talvez se justifique pelas invasões de argentinos e chilenos ao estádio. A mídia on-line concentrou as reportagens sobre a torcida neste assunto, em detrimento da agitação e das coreografias na arquibancada. O terceiro jogo, o primeiro sem uma seleção sul-americana, contou com a ampliação do efetivo de segurança pública e transcorreu sem incidentes. Por conta disto, a proporção de notícias positivas foi a maior dentre os setes jogos no Maracanã.

Entre o quarto e o sétimo jogos, o percentual de notícias positivas se manteve em um patamar elevado, se comparado aos dois primeiros jogos. Cada modificação do planejamento de segurança pública obteve o maior destaque, como a triagem na saída da estação do metrô, a am-

pliação do efetivo de agentes públicos e a montagem do maior efetivo de segurança em um evento esportivo no Brasil.

A cobertura midiática on-line também deu espaço para os cânticos nas arquibancadas, especialmente os franceses, para a interação entre jogadores e população brasileira, e para a ocupação argentina na cidade. As falhas de fiscalização, as brigas entre torcedores de diferentes nacionalidades e o conflito entre torcidas dos clubes rivais do Rio no interior tiveram igualmente muita evidência. Uma visão de conjunto da totalidade das partidas disputadas no Maracanã nos permite sistematizar as notícias da seguinte maneira:

- A. As falhas operacionais de fiscalização dos organizadores e dos responsáveis pela gestão do controle de acesso às dependências do estádio.
- B. As invasões à arena por torcedores de outros países, sobretudo os provenientes da América do Sul.
- C. Os pequenos episódios de confusão, resultante das aglomerações e dos escoamentos de entrada e saída do Maracanã.
- D. Os incidentes de furto e roubo de ingresso a torcedores nas imediações do estádio, bem como a falsificação de bilhetes, associada à ação de cambistas e pequenos meliantes.
- E. Finalmente, as brigas que envolveram torcedores brasileiros e estrangeiros, principalmente aquelas relacionadas com torcidas sul-americanas, cuja relação vicinal é mais direta e previsível pelo acúmulo de rixas em torneios de escala continental.

Ademais, foi dada maior evidência à temática da segurança pública, com informações diárias sobre os diversos esquemas montados, e modificados a cada jogo, para tentar controlar as diversas ocorrências e os problemas sucessivos. A ênfase em cada alteração, a indicar o aumento progressivo do contingente de fiscais e de policiais presentes na parte externa do estádio. A situação chegou ao limite no último jogo, quando a Polícia Militar recebeu a autorização para atuar também no interior das arquibancadas.

Essa pauta jornalística é compreensível na medida em que a Copa demandou grande contingente de segurança. A animosidade entre os torcedores brasileiros e sul-americanos – pilhérias, atritos, empurra-

-empurra, pontapés, enfim, toda sorte de atos disruptivos e belicosos, dentro e fora de campo – assistiu a uma espiral de tensionamento, com focos de confusão que chegaram às raias da intolerância. Os incidentes pontuais acabaram por ter centenas de detidos²⁷ e repercussão midiática. Por fim, constatou-se notável atenção do noticiário virtual para a conduta dos turistas. Dentre os aspectos que mais saltavam à vista, sublinhem-se o movimento ruidoso de torcedores pelas ruas da cidade, a ocupação argentina de bairros como Copacabana²⁸, as festividades na área externa do Maracanã, os hinos, os gritos de guerra e as vibrações coletivas no interior do estádio.

5) A título de conclusão: Copa para quem?

A Copa do Mundo de 2014 ficará na memória dos que a vivenciaram em princípios do século XXI. Não apenas pela disputa técnica em campo, mas também pela conjuntura política e pela turbulência social do país antes, durante e depois da competição. O Mundial ocorreu em um importante ano de eleição presidencial, que se revelou galvanizante, logo após o encerramento do torneio, no segundo semestre daquele ano.

O ano de 2013 fora marcado por protestos, crises políticas, desaceleração econômica e acusações de corrupção ao governo. A violência policial também foi marcante, a exemplo do desaparecimento do pedreiro Amarildo Dias de Souza, levado por PMs da UPP da Rocinha no dia 14 de julho daquele ano. A polarização dividiu a população e proporcionou incógnitas sobre o destino político do país. Um ano depois das manifestações de junho havia o temor da retomada dos movimentos populares e especulava-se a maneira pela qual o público estrangeiro seria recebido.

Sites internacionais, como a CNN, alertavam seus leitores internacionais: ora desencorajavam a ida ao Brasil ora recomendavam cautela

27 Até as oitavas de final, pelo menos 198 pessoas foram detidas por tumultos e crimes nos 12 estádios da Copa, sendo a maioria composta por chilenos, argentinos e alemães.

28 Em São Paulo, para a partida das semifinais contra a Holanda, a presença argentina concentrou-se na região boêmia da Vila Madalena.

aos que estivessem decididos a ir ao país. A violenta onda de protestos ainda pairava no ar. Mesmo com todo o pânico difundido, órgãos estatais apresentavam a 20ª edição do Mundial com promessas triunfalistas e previam-na como a “Copa das Copas”.

À medida que a abertura se aproximou, parte significativa da população brasileira aderiu ao evento, com a expectativa de assistir à conquista do sexto título da Seleção Brasileira, em sua própria “casa”. O afluxo de milhares de estrangeiros indicava que, malgrado as dúvidas e reticências, haveria a competição. Os enfeites e as calçadas nas ruas, as fachadas e os muros coloridos, ainda que tardiamente, passavam a impressão de que uma festa magna estava prestes a se iniciar.

Nas primeiras semanas do mês de estreia da Copa, sites e jornais locais começavam a anunciar a movimentação nos aeroportos e nas rodovias. Cada um trajava a camisa da seleção de seu país ou de seu clube. Os brasileiros passaram a vestir suas cores, com bandeiras em verde-e-amarelo ornamentando o dia-a-dia, as janelas dos edifícios, os vidros dos carros e as vias públicas. Muitos torcedores, para demarcar suas identidades, preferiam usar o uniforme de seu clube, em detrimento da camisa canarinho.

As televisões, por meio de seus apresentadores e comentaristas, dedicavam mais e mais tempo à Copa. Tratava-se dos treinamentos, da chegada das delegações estrangeiras e da ansiedade da torcida nas cidades-sedes. A ambiência festiva só era contrapontada pelo alerta das manifestações, dos tumultos e dos danos ao patrimônio, público e privado, deixados no rastro de lojas, bancos e estabelecimentos comerciais. Havia ainda na lembrança as cenas de manifestantes correndo do gás lacrimogêneo e das balas de borracha disparadas pela polícia.

O dia da abertura da Copa, em São Paulo, a 12 de junho, foi marcado pela festa do estádio lotado e pela movimentação dos torcedores nas ruas. As emissoras de televisão batiam recordes de audiência e atraíam milhares telespectadores de todo o mundo para a cerimônia de abertura. Os gritos de incentivo da torcida na Arena Corinthians, em Itaquera, zona leste de São Paulo, foram interrompidos pelas vaias do público à presidente Dilma Rousseff. Antes da hostilidade se manifestar no estádio, uma prévia do que viriam a ser as eleições presidenciais de outubro, tentativas de protestos ocorreram nas principais capitais do país e foram rapidamente debeladas pela Polícia Militar dos

respectivos estados. Uma greve de metroviários paulistanos ameaçou interromper a ordem e o espírito de congraçamento, mas os grevistas foram reprimidos com spray de pimenta e balas não letais pelo policiamento ostensivo da Rota.

Esse foi o cenário da maioria das manifestações ocorridas durante a Copa. Quanto mais os jogos passavam, menores eram as adesões aos atos contestatórios, embora eles não tenham cessado de acontecer. Os danos ao patrimônio eram creditados aos ativistas mascarados, chamados de vândalos, mas estes não alcançaram as proporções das agitações de junho de 2013. Com a presença da mídia internacional, repórteres instalados nas cidades-sede testemunharam diversos protestos e registraram casos de jornalistas feridos.

Os protestos não foram as únicas fontes de notícias sobre excessos durante a Copa. Em diversos jogos, como procuramos apresentar neste texto, sucessivos episódios de violência entre torcidas foram protagonizados, principalmente com as torcidas estrangeiras e com os rivais vizinhos. O primeiro e o último jogo ocorrido na Arena Maracanã, entre Argentina e Bósnia, e entre Alemanha e Argentina – 15 de junho e 13 de julho, respectivamente – contaram com hostilidades e provocações de ambas as partes.

Ainda que não tenha havido duelo direto, a rivalidade futebolística entre Brasil e Argentina levou a cenas de brigas nas arquibancadas no decorrer das partidas. Roubos de ingresso e bares sem comida foram outros incidentes registrados fora do estádio, antes e depois do jogo. Durante os preparativos, as autoridades responsáveis prometiam rigor e uma segurança impecável nas dependências do estádio.

O confronto ocorrido nas partidas entre Argentina x Bósnia e Alemanha x Argentina, somado aos protestos nas adjacências do Maracanã e aos casos de invasão de 30 argentinos sem ingresso, foram interpretados por parte da mídia, sobretudo aquela já disposta às críticas, a exemplo do portal *UOL – Folha de S. Paulo*, como uma falha crassa no primeiro teste de segurança do estádio.

Em paralelo, já na reta final do torneio, a vitória esmagadora do time da Alemanha sobre o Brasil, no Mineirão, e a consequente eliminação do país da competição, tem consequências no Rio de Janeiro. Após a transmissão do jogo no palco do *FIFA Fan Fest*, instalado na praia de Copacabana, cujo público total durante os jogos da Copa che-

gou a quase um milhão de pessoas, torcedores brasileiros provocam e agredem torcedores alemães, até serem detidos pelo policiamento.

Ato contínuo, as mídias repercutem que a aprovação da presidente Dilma Rousseff, cujos índices tinham aumentado durante as primeiras rodadas da Copa, voltava a cair com o fim da participação brasileira no campeonato. O sinal parecia claro: em meados de julho, com o Brasil fora da competição, já se podia começar a pensar na campanha eleitoral do segundo semestre.

A desclassificação da Seleção canaliza a adesão de pessoas às manifestações anti-Copa, já nos seus dias finais. As críticas inflamadas contra o custo dos estádios, pauta das manifestações em 2013, e que tinham sido esquecidas com o início da Copa, voltam a ressurgir, ainda que sem a força anterior. Um último ato, todavia, estava por acontecer. O dia 13 de julho, data da final da Copa, que tem por palco o Maracanã, assistiu a um dos protestos mais contundentes do torneio. A Praça Saens Peña, situada no tradicional bairro da Tijuca, a dois quilômetros de distância do estádio, recebia cerca de 400 manifestantes, que se reuniam para sair em direção ao Maracanã. O protesto se tornou marcante, não pela quantidade de pessoas, incomparável frente aos atos de 2013, mas sim pelo cerco repressivo e pela ação de asfixia da tropa de choque. A estação do metrô é fechada, e, mal os manifestantes se agrupam, a polícia investe municiada de vans blindadas, motos camufladas e divisão de cavalaria, inspirando-se na controversa técnica *kettling* de confinamento e de prisão súbita dos manifestantes.

Já na véspera, a fim de enfraquecer a manifestação, a prisão preventiva de cinco ativistas é prorrogada pela Justiça, a pedido da Polícia Civil, o que os impede de participar do ato, permanecendo encarcerados no presídio de segurança máxima, em Bangu. Com o cerco à praça e com o início de um pequeno bombardeio, 15 jornalistas, dos quais quatro estrangeiros, ficam feridos por estilhaços de granada, sendo o documentarista canadense Jason O'Hara espancado por policiais e internado no Hospital Municipal Souza Aguiar. Sindicalistas e midiativistas também são presos e violentados por agentes da PMERJ. A ação policial é considerada "exagerada, desproporcional e violenta" pela opinião pública, especialmente a internacional. Os sites na Internet e os jornais impressos afirmam que o gás lacrimogêneo e as balas de

borracha foram usadas sem propósito, além da excessiva brutalidade física por parte dos PMs.

No balanço final, a Copa do Mundo deixa a sensação ambígua. Por um lado, a catástrofe alardeada antes do evento não se concretiza. Por outro, em campo, a marca da decepção é estampada em um time sem controle emocional, sem entrosamento, sem ritmo de jogo e sem preparo técnico para enfrentar seleções do mesmo porte e da mesma tradição futebolística, como a alemã.

Se no gramado a imagem do “país do futebol” sofre um grande abalo, fora dele a auto-representação da nação como país pacífico e do seu povo como cordato e hospitaleiro também são postos em parêntesis. Os protestos populares e a relação dos brasileiros com os que vêm de fora, sobretudo com seus rivais vizinhos, dão uma mostra das debilidades da imagem ainda cultivada no Brasil.

Enraizada no imaginário histórico-cultural do país, pode-se dizer que a suposta hospitalidade do brasileiro, seu acolhimento caloroso e indiscriminado, funciona como o mito de origem que os nativos contam sobre si mesmos, conforme gostava de dizer, nos idos dos anos 1970, o antropólogo Clifford Geertz.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, L. de A.; PROCHNIK, L. “Quanto vale uma partida de futebol? A relação entre televisão e futebol no cenário midiático contemporâneo”. In: *Logos – Comunicação & Universidade*. Rio de Janeiro, vol. 17, n. 2, 2010.

DAMO, A. “O simbólico e o econômico no futebol de espetáculo: as estratégias da FIFA para tornar as Copas lucrativas a partir de uma interpretação antropológica”. In: *Revista Razón y Palabra*. Cidade do México: n. 69, 2009.

ELIAS, N; DUNNING, E. *A busca da excitação*. Lisboa, Difel, 1992.

FIFA. *Os números da Copa do Mundo da FIFA*. Genebra, 2014.

FORTES, R. “Meios de comunicação”. In: *Pesquisa histórica e história do esporte*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2013.

GAFFNEY, C. *Temples of the earthbound gods: stadiums in the cultural landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires*. Texas: University of Texas Press, 2008.

GASTALDO, E. "Soccer and media in Brazil". In: CURI, M. (Ed.) *Soccer in Brazil*. London: Routledge, 2014.

LASSANCE, A. "A Copa, a imagem do Brasil e a batalha da comunicação". In: *Brasil em jogo: o que fica da Copa e das Olimpíadas*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2014.

MAIA, J. M. E.; ROCHA, L. M. "Protests, protests, everywhere". In: *Cairo Review of Global Affairs*. New York: The American University, 2014, n. 12.

MASCARENHAS, G. "Globalização e espetáculo: o Brasil dos megaeventos esportivos". In: MELO, V. A. de.; PRIORE, M. D. (Orgs.) *História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais*. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

MOURA, G. de. A. *O Rio corre para o Maracanã*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1998.

NOVAIS, F. A.; MELLO, J. M. C. de. "Sociabilidade moderna e capitalismo tardio". In: SCHWARCZ, L. M. (Org.) *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, vol. 4.

PROCHNIK, L. *Práticas profissionais e estratégias narrativas no jornalismo esportivo: uma análise das notícias sobre a Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 2010 em sites jornalísticos*. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado em Comunicação Social/PUC-Rio, 2011.

SARMENTO, C. E. *A construção da Nação Canarinho: uma história institucional da seleção brasileira de futebol, 1914-1970*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2013.

SCHIMMEL, K. S. "Deep play: sports mega-events and urban social conditions in the USA". In: *Sociological Review*. Oxford: Blackwell, 2006.

SCHWARCZ, L. M. "Complexo de Zé Carioca: notas sobre uma identidade mestiça e malandragem". In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo: vol. 10, n. 29, 1995.

SIMMEL, G. "O estrangeiro". In: *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*. Vol. 4, n. 12, dezembro de 2005.

TOLEDO, L. H. de. "Natureza e cultura: a desvantagem do time da casa". In: *Ludens-USP*. São Paulo, 18 de junho de 2014, p. 1. Acesso em 22 de dezembro de 2014. http://www.usp.br/ludens/index.php?option=com_content&view=article&id=258%3A natureza-e-cultura-a-desvantagem-do-time-da-casa-18-06-2014&catid=18%3A pontos-de-vista&Itemid=124&lang=pt

VAINER, C.; OLIVEIRA, N. G. "Megaeventos no Brasil e no Rio de Janeiro: uma articulação transescalar na produção da cidade de exceção". In: SÁNCHEZ, F. (et. al). *A Copa do Mundo e as cidades: políticas, projetos e resistência*. Niterói, EDUFF, 2014.

FÚTBOL, MÚSICA, NARCISISMO Y ESTADO EN “BRASIL, DECIME QUÉ SE SIENTE”

PABLO ALABARCES¹

1. Introducción desviada por los senderos del *Roots Rock*

A comienzos de los años 60, un grupo de jóvenes norteamericanos, que habían nacido todos en 1945 y se llamaban John y Tom Fogerty (hermanos entre sí), Doug Clifford y Stu Cook, formaron una banda de rock, como tantas otras que se formaban en esa época (o mejor aún: desde esa época hasta la actualidad) en California, en la costa oeste norteamericana. Entre 1968 y 1972 grabaron seis discos de larga duración, además de una importante cantidad de singles: *Creedence Clearwater Revival*, de 1968; *Bayou Country*, *Green River* y *Willy and the Poor Boys*, los tres en 1969; *Cosmo's Factory*, de 1970 (el disco más vendido de toda la carrera de Creedence, vendiendo a lo largo de los años más de 4 millones de placas y alcanzando el número 1 en los charts de Estados Unidos, Gran Bretaña y Australia, entre otros), al igual que *Pendulum*: y en 1972 editaron *Mardi Grass*, último long-play

1 Sociólogo y Profesor Titular del Seminario de Cultura Popular en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesor Titular de la cátedra Sociología del Deporte en la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

de Creedence Clearwater Revival, que vendió mucho menos y encontró a la banda en medio de enormes disputas internas: Tom Fogerty ya la había abandonado unos meses antes, en buena parte motivado por el gigantesco narcisismo de John Fogerty, que escribía, componía y cantaba todos los temas. Lo cierto es que el 6 de octubre de 1972 es la fecha oficial en la que la compañía Fantasy Records comunicó la disolución de la banda, y Creedence Clearwater Revival desapareció del mapa. En 1990, la muerte de Tom Fogerty a consecuencia de complicaciones derivadas del SIDA (del que se había contagiado por una transfusión) canceló definitivamente cualquier posibilidad de una nueva reunión, mientras que John Fogerty aún continúa interpretando los éxitos originales, ahora como solista, mientras que Clifford y Cook formaron en 1995 una banda de autohomenaje, llamada Creedence Clearwater Revisited, con la que también interpretan las mismas canciones, una y otra vez.

La popularidad de Creedence fue enorme, y sus influencias se disparan en varias direcciones. Para citar sólo un ejemplo, Kurt Cobain, el recordado músico norteamericano, tenía una *banda tributo* con la que interpretaba canciones de Creedence antes de formar su celebrada banda Nirvana. El *roots rock* de Creedence –como tendió a clasificar la crítica el estilo de la banda– habría sido, entonces, la influencia decisiva para el nacimiento del *grunge* norteamericano. Esas influencias, prolongadas en el tiempo, pueden verse tanto en las distintas y muy variadas versiones que la obra de Creedence tuvo por parte de músicos contemporáneos o su importante utilización como banda de sonido o música incidental en múltiples productos de la cultura de masas –especialmente, el cine y la televisión.²

Entre esa obra, la canción “Bad Moon Rising” fue grabada en 1969 y editada en abril de ese año como single, cuatro meses antes del álbum *Green River*; en poco tiempo alcanzó el número 2 en el ranking del *Billboard Hot 100 Singles Chart* y el número 1 en el *UK Singles Chart*, siendo su segundo disco simple de oro; en 2011, la revista *Rolling Stone* la eligió número 364 en su lista de las mejores 500 canciones. Las versiones del tema son por lo menos veinte, de los más variados estilos:

2 En Wikipedia hay una muy completa lista de estas apropiaciones y versiones: consultar http://es.wikipedia.org/wiki/Creedence_Clearwater_Revival. Acceso 17 sep. 2014.

entre otros, la interpretación *country* de Jerry Lee Lewis, el *country rock* de Jerry Lee Lewis y John Fogerty, la reconversión en música tradicional escocesa que hizo Battlefield Band, el *punk* de Lagwagon, el *folk pop* propuesto por Thea Gilmore o la interpretación electrónica de Mourning Ritual, que la acentúa como canción terrorífica para convertirla en banda de sonido de la serie *The Walking Dead*. Wikipedia, en su versión en inglés, enumera estas y muchas otras versiones y utilizaciones de la canción, y entre ellas señala que

The song has become notably popular in Argentina as a soccer (fútbol) chant, sung by fans at the stadium to support their teams during soccer matches. Different versions of the lyrics exist for different local teams, and even political parties. During the 2014 FIFA World Cup, a modified version, titled “Brasil, decime qué se siente” (“Brazil, Tell Me How It Feels”) with Spanish lyrics that taunted Brazil, Argentina’s traditional rival, went viral and became very popular in Argentina. It was adopted as the unofficial anthem for the Argentinian team by its fans, and was sung by fans and players alike. After Brazil lost 7–1 in the semi-final against Germany, the song was again adapted.³

2. Rock, peronismo e industria cultural

Sobre esta cuestión podrían hacerse dos preguntas. Ambas sólo admiten conjeturas como respuestas. La primera es: ¿por qué Creedence? La segunda es: ¿por qué “Bad Moon Rising”?

La primera conjetura es política. El crítico cultural argentino Fernando García afirma, en un brillante texto publicado durante la Copa (García, 2014), que el rock de Creedence Clearwater Revival podría ser interpretado como una suerte de rock *peronista*, para lo que uno de sus indicios sería la cita que realiza el sociólogo y encuestador Artemio López, reconocido peronista cuyo blog de opinión –sistemáticamente

3 En [http://en.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_\(song\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_(song)). Acceso 17 sep. 2014.

te alineado con las posiciones del oficialismo kirchnerista– se titula *Ramble Tumble* (<http://rambletumble.blogspot.com.ar/>).

Como sabemos, “Ramble Tumble” es uno de los temas incluidos en el disco *Cosmo’s Factory*, de 1970; por las dudas de que esta cita fuera confusa, el blog de López incluye numerosos links que homenajean explícitamente a Creedence. Según la interpretación de García, el rock de Creedence debería ser visto como una música rústica, sencilla, física y visceral, vigorosamente anti-intelectual, lo que estaría marcado, además de por rasgos rítmicos y tímbricos de la música, por las camisas leñadoras que solían vestir sus integrantes: esas camisas representan, en una iconografía norteamericana, la ropa de trabajo de la clase obrera. Esos rasgos, reemplazando la vestimenta, serían isotópicos con una representación peronista: una versión rústica, sencilla, física, visceral y vigorosamente anti-intelectual de la política. Por otra parte, García extiende su interpretación en el sentido de que la difícil relación de Creedence con el rock *hippie* –hegemónico en los Estados Unidos de fines de los 60 y comienzos de los 70– puede considerarse análoga de la difícilísima relación entre el peronismo y la izquierda marxista-guevarista de la misma época.

Hay aquí posiblemente un exceso, en tanto las juventudes peronistas y de izquierda compartían un fuerte rechazo por la cultura rockera, a la que acusaban de pasatista, poco comprometida e incluso homosexual y adicta (“no somos putos, no somos faloperos/somos soldados de Perón y Montoneros”, decía un cántico de la época)⁴. Sí es cierto que la popularidad de Creedence en la Argentina sobrevivió en los márgenes, ajenos al canon *post-hippie* que organizó el rock argentino desde mediados de los 70 hasta el final de la dictadura militar; luego de muchas derivas, su reaparición estaría marcada por un rock *popular*, barrial y simultáneamente marginal y de masas como el llamado *rock chabón*, sobre el que mucho se ha escrito y al que ya hemos referido más arriba.⁵

La segunda pregunta, aunque la primera no ha sido contestada sino a través de una conjetura desviada, puede ser contestada en la misma dirección. Si ¿por qué Creedence? admitiría una respuesta po-

4 Para un análisis del período, puede consultarse especialmente Pujol (2005) y Alabarces (1993).

5 Puede verse especialmente Semán (2006), Garriga Zucal (2008) y Alabarces et al. (2008).

lítica (*porque Creedence sería un rock peronista*), la elección de la canción “Bad Moon Rising” nos lleva a pliegues similares. Porque la razón por la que una hinchada escoge una melodía para sus cánticos es siempre una memoria musical y una comodidad rítmica o métrica: la que une un reconocimiento fácil de la melodía (*que todos puedan cantarla de modo sencillo*) con la sencillez con la que pueda transponerse una nueva letra en el viejo formato métrico y rítmico; ese formato debe ser considerado tanto en términos musicales como literarios (por ejemplo, la medida del verso). Entonces, un primer problema provendría del hecho de que la canción de Creedence ya no era parte de la memoria musical de las generaciones jóvenes que la reinterpretaron. Y sin embargo lo hicieron, pero en clave política, con la versión popularizada por las juventudes kirchneristas y la agrupación “La Cámpora” en los últimos años:

Vengo bancando este proyecto
Proyecto, nacional y popular
Te juro que en los malos momentos
Los pibes siempre vamos a estar
Porque Néstor no se fue
lo llevo en el corazón
con la jefa los soldados de Perón ⁶

99

Y llegamos entonces a un clásico dilema entre huevos y gallinas: porque ¿simultáneamente? ¿antes? ¿después? se pudo escuchar en los estadios argentinos la versión futbolera de la melodía, primero –hay unanimidad en sostener que fue la primera hinchada en hacerlo– a cargo de los hinchas de San Lorenzo, por otro lado tradicionalmente sindicados como los más creativos del fútbol argentino:

Vengo del barrio de Boedo
barrio de murga y carnaval

6 La versión cantada puede verse, entre muchas otras, en https://www.youtube.com/watch?v=_o8WiAqV7e4. Acceso 02 sep. 2014.

te juro que en los malos momentos,
siempre te voy a acompañar...

dale dale matador
dale dale matador
dale dale dale dale matador ⁷

La reiteración *ad nauseam* de la frase “dale Matador” demuestra, a pesar del mito, cierta cortedad poética. Si en el trabajo sobre la primera estrofa no hay ninguna novedad significativa en las poéticas tradicionales de las hinchadas, el estribillo señalaría incluso algún retroceso. Pero lo cierto es que esta canción habría inscripto el pasaje de Creedence Clearwater Revival a la cultura musical-futbolística argentina.

Si aceptamos que la respuesta conjetural a ambas preguntas es simultáneamente política, y el peronismo es el puente que une ambas apropiaciones, quedan sin embargo muchas dudas por resolver. Una de ellas es la cuestión de la autoría. Como es sabido, aunque no ha sido muy trabajado por la bibliografía disponible, en los cánticos de hinchada todas las melodías proceden de la música popular. Todas: no hay ninguna excepción. Las hinchadas pueden jactarse de su creatividad poética pero no de su creatividad melódica. Todas las melodías han sido tomadas de la música popular; es decir, de la cultura de masas. Porque no se trata de melodías folclóricas o anónimas, sino de melodías que circulan por la cultura de masas. Toda canción de cancha y toda canción política procede de la música popular, entendiendo ésta en un sentido restringido como producto que circula por la cultura de masas. Al mismo tiempo, de las letras nunca se conoce el origen definido, salvo mitologías internas a las propias hinchadas. Por ello, podríamos ceder a la tentación de considerar a las letras de las canciones de hinchadas como un texto de la cultura popular y ya no de la cultura de masas; no como un producto mercantil difundido por los mecanismos “espurios, comerciales y todopoderosos” de la cultura de masas, sino encontrando allí un texto de la cultura popular: el texto

7 La versión cantada es accesible, entre otras fuentes, en <https://www.youtube.com/watch?v=DHGv-ukUSoc>.

sin mediación propuesto por la cultura popular. ¿Es que aquí, en la letra de un cántico de hinchada, podemos encontrar un espacio donde leer una voz subalterna inscripta sobre el texto de la cultura de masas?

Ese sueño del analista de la cultura popular debe retroceder, en este caso, frente a la evidencia. La apropiación que los hinchas argentinos hicieron de “Bad Moon Rising” y su transformación en el *hit* de la Copa del Mundo 2014 está, en este caso, bien documentada. Los versos de “Brasil decime qué se siente” fueron escritos por un tal Ignacio Harraca, amigo de un tal Diego Scordo, que a su vez la registró en la Dirección Nacional de Derechos de Autor para que sea regida por los beneficios de la ley 11.723, que ordena los derechos de autor en la Argentina. Según distintas fuentes periodísticas,⁸ un grupo de jóvenes de clase media, con la holgura económica que les permitió pasar treinta y cinco días en Brasil, imprimieron cuatrocientas copias de su canción y la distribuyeron entre los hinchas argentinos que transitaban las calles de Copacabana los días previos al debut argentino: especialmente, entre los hinchas que intentaron un “banderazo” el sábado 14 de junio ocupando las calles cariocas como forma de señalar su presencia en “territorio” adversario, una práctica clásica de las hinchadas argentinas.⁹ Pero el éxito de su intentona –el hecho de que la nueva versión de la canción fuera adoptada unánimemente por los presentes en los estadios brasileños y por los hinchas que no pudieron viajar– se transformó también en un gesto mercantil: los autores cobran aún derechos de autor cada vez que su “versión” de la canción de John Fogerty es emitida en los medios de comunicación, según las tarifas fijadas por SADAIC (la Sociedad Argentina de Autores y Compositores que detenta la administración de los derechos autorales musicales). Por se-

8 Entre distintas posibilidades, es interesante la cobertura de la BBC británica (http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/07/140704_wc2014_brasil2014_argentina_brasil_decime_que_se_siente_irm.shtml), o el diario *La Capital* de Rosario (http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2014/7/edicion_2057/contenidos/noticia_5320.html).

9 Las hinchadas le llaman “banderazo” a una movilización callejera en la que abundan las banderas con los colores del club –sean éstas las oficiales o las banderas de grupos particulares con leyendas especiales, marcando adscripciones a territorios o simplemente nombres de personas que explicitan los lazos amorosos con el equipo. Estas movilizaciones pueden ser por alguna protesta puntual o simplemente para exhibir un respaldo afectivo ante, por ejemplo, una mala campaña.

gunda vez en la historia futbolística argentina, un canto de hinchada redundante en beneficios económicos para sus autores.

Pareciera que, nuevamente, la tentación populista de reivindicar la autoría anónima, colectiva y popular de los fenómenos de masas debe ceder frente a la organización capitalista, espectacular e industrializada de la cultura de masas. A la que el fútbol no puede escapar, y ni siquiera lo intenta.

3. Vericuetos rítmicos de la(s) patria(s) en la globalización

En su artículo ya citado, García (2014) propone otros pliegues interpretativos respecto de la versión patriótico-futbolera de “Bad Moon Rising”:

La inversión rítmica que practicaron las hinchadas argentinas sobre el original explica mejor que cualquier investigación de campo hasta dónde se hunden los viejos hits de Creedence en la pirámide social. La versión que dio paso al coro militante de La Cándida y, luego, al “Decime qué se siente” ralentiza el original de Creedence hasta situarlo en un lugar de acuerdo entre la murga y la cumbia.

Así, finalmente, los barras terminaron nacionalizando el gusto de clase por Creedence para imponerlo como la nueva canción oficial de la Selección Argentina. El “Vamos Vamos Argentina” podría ya ser estigmatizado como un residuo resiliente del período 76-83 y hasta la compleja urdimbre de su autoría encaja en el puzzle del Mundial 78 como triunfo maldito del fútbol argentino (op.cit., s/p)

Simultáneamente, la cita nos remite a dos aspectos. El primero, en la última referencia, justamente a un caso anterior de lucro por derechos de autor sobre una canción. El hit “Vamos, vamos Argentina” había sido popularizado durante la dictadura y conocido su clímax durante la Copa del Mundo de 1978, en la que se escuchó masivamente la canción:

Vamos vamos, Argentina
Vamos vamos, a ganar
Que esta barra kilombero
No te deja, no te deja de alentar

A pesar de la precariedad y simpleza metafórica y lírica de la canción –o quizás, precisamente por eso–, estos versos y esa melodía se transformaron en el casi único cántico “nacional” durante tres décadas. En el mismo momento en que la cultura futbolística argentina se jactaba de su creatividad sin límites, el aliento a la selección argentina recaía una y otra vez en los versos heredados del Mundial de la dictadura. Sobre la canción hubo un largo litigio autoral, resuelto recién en este siglo a favor de la dupla integrada por Rocky Mellace y Enrique Núñez, que habían registrado la canción en 1977 aunque luego distintos intérpretes y re-versionadores intentaran apoderarse de ella.¹⁰ La aparición del “Brasil, decime qué se siente” vino a saldar, esperamos que definitivamente, esta deuda simbólica: que la canción hegemónica en los juegos de la selección nacional fuera una herencia dictatorial.

Pero el texto de García propone otro pliegue más productivo, que es la referencia de clase y la referencia rítmica. Como bien señala García, el ritmo propuesto por las hinchadas –ya presente en la versión político-peronista y mantenida sin cambios de velocidad en la futbolística– abandona el rock original de Creedence para detenerse en los abismos rítmicos de la cumbia. Las distintas versiones disponibles de la canción muestran estas alteraciones rítmicas con precisión.

Un video aficionado en You Tube propone al propio Creedence Clearwater Revival interpretando la música original, pero con una voz cantando los versos futbolísticos (<https://www.youtube.com/watch?v=l5l-4H7zPImM>); otro, a cargo de nuevos aficionados, lo reversiona como chacarera, un ritmo originario del Noroeste argentino, especialmente de la provincia de Santiago del Estero (<https://www.youtube.com/watch?v=cEI6FYgLeU8>); finalmente, una banda de cumbia decidió hacer su propia versión, ahora acentuando la estructura rítmica del género (<https://www.youtube.com/watch?v=a-PEn2qjRKQ>). El mayor contraste,

10 La breve historia de esa disputa está, nuevamente, en García (2014).

empero, procede de una especie de contra-versión brasileña, difundida por las redes sociales, que no parece haber tenido mayor difusión ni eco popular (<https://www.youtube.com/watch?v=yBYQplyM0WA>), y que dice:

Argentina me diz como se sente
Ver de longe cinco estrelas a brilhar
Te juro, ainda que os anos passem
Você nunca vai me alcançar
Cinco Copas só eu tenho
E sem trapacear
'Mi papa' não se dopou para jogar
Uma coisa eu te digo
Para nunca se esquecer
O Pelé tem mais Copa que você

No importan aquí las palabras –volveremos sobre ellas–. Sí importa el patrón rítmico, que abandona la cumbia “argentina” y vira hacia el samba “brasileño”. Retomo entonces la afirmación de García, respecto de “las barras nacionalizando el gusto de clase por Creedence”: el patrón rítmico se transformaría entonces en un doble índice que señala las dimensiones de la clase y la nación. A la inversa, la apropiación brasileña no tendría más remedio –como una suerte de obligación étnica– que “nacionalizar” la versión argentina. Hay aquí un exceso y al mismo tiempo una posibilidad de interpretación sobre la que quiero insistir. El exceso radica en que la “cumbificación” de Creedence no nos reenvía a un gusto de clase, sino a los modos en que la cumbia se transformó en una suerte de música nacional argentina. Desplegar esta afirmación exigiría un enorme espacio, y ya hemos trabajado sobre esto en otro lugar (Alabarces y Silba, 2014). La cumbia remite a un universo popular, pero excede los límites de la clase social y se vuelve una suerte de patrón rítmico mucho más amplio, especialmente apto para su utilización por las hinchadas por su sencillez y capacidad para soportar las versiones más variadas.

En cambio, la posibilidad de lectura que la cumbia –y su contraste con la versión de samba– habilita es mucho más sugerente, porque nos

coloca en otra intersección decisiva en el tratamiento y el análisis de los grandes eventos como las Copas del Mundo: la que tiene que ver con los relatos nacionales y las representaciones patrióticas. Aunque esto ha sido largamente analizado (incluso, en mi propio trabajo),¹¹ no hay demasiadas menciones al modo en que estas discusiones pueden ser cruzadas, justamente, con las cuestiones musicales. No sólo de las hinchadas, que trabajan en general sobre variaciones rítmicas reducidas y más o menos estables (aunque, insisto, estos temas aún precisan mayor investigación, escapando radicalmente de las interpretaciones celebratorias, populistas o neo-románticas que hablan solamente de la creatividad popular). No: me interesa aquí llamar la atención sobre musicalizaciones más extensas de las Copas del Mundo, y centralmente las que tienen que ver con las músicas “oficiales”, con las canciones o temas musicales que funcionan como presentación e identificación “universal” del evento.

A raíz de la ceremonia de inauguración de la Copa del Mundo 2014, el tono dominante en la prensa argentina fue el lamento por la “ausencia de brasileñidad”. Incluso, un muy buen artículo escrito por un estudioso de la literatura y la cultura brasileña, Gonzalo Aguilar, se extendió en consideraciones sobre la importante relación entre música y fútbol en el Brasil, relación que la fiesta de inauguración habría dejado de lado (Aguilar, 2014). Aguilar invoca a un amigo brasileño que afirma: “¡¡¡Que Pitbull se vaya a abrir el Mundial de béisbol!!!” (íbidem). Sin embargo, un debate en la lista electrónica de discusión de la IASPM-L (Asociación Internacional de Estudios sobre Música Popular-Rama Latinoamericana) señalaba que la presencia de Claudia Leite en la ceremonia mostraba de manera decisiva esa “brasileñidad”, pero no como estereotipo tropicalista sino como señal de la inserción del pop brasileño en el pop global. Como afirma el colega Felipe Trotta: “O que vejo e ouço no Brasil é uma profunda identificação com o mundo pop global, no qual o Brasil apresenta um ‘sotaque’ importante, diferente, mas que não deseja ser realmente disonante” (comunicación personal). Son imprescindibles más análisis sobre el tema –especialmente, análisis integrales que tomen en cuenta todos los elementos

11 Básicamente, Alabarces (2002), pero también, recientemente, (2014b).

musicales puestos en escena durante la Copa, en la inauguración y en el cierre, tanto en términos rítmicos como melódicos, y a la vez las performances corporales en los despliegues de ambas ceremonias, para señalar sólo algunos de los signos que deben ser atendidos—. Pero una primera conjetura es que la crítica argentina –en el periodismo gráfico y televisivo, la condena fue unánime– habría trabajado más sobre el estereotipo que sobre el análisis: es decir, habría fundado su crítica sobre lo que esperaba e imaginaba de la ceremonia a partir de un imaginario estereotipado que reduce la complejidad de la cultura brasileña a un mix más o menos atractivo de samba, caipirinha, mulatas y carnaval –de ser posible, todo eso junto en una playa de arenas blancas.¹²

Por cierto, el análisis de las músicas mundialistas debe lidiar con una intersección compleja entre distintos elementos simultáneamente: estereotipos, auto y hétero atribuciones, tradiciones locales, folklorismos y pop global, todo eso sabiamente sazonado con la condición ineludible de las Copas del Mundo como mercancías globales. Y para colmo, ese análisis debe producirse en un eje histórico que nos revele los procesos de cambios que no se han producido necesariamente en una dirección única, aunque sí con una tendencia bastante marcada a partir de la Copa de Italia de 1990. La primera música reconocida como “Canción oficial” fue la de Chile 1962, un rock & roll (“El Rock del mundial”, firmado por Los Rambles, un ignoto grupo local) claramente deudor de Bill Haley y Elvis Presley: es decir, tributario de la explosión del rock norteamericano de la época. La segunda, en cambio, en la Copa de Inglaterra 1966, fue una balada folk de Lonnie Donegan, conocido como el “Rey del Skiffle”, titulada “Where In This World are We Going” (“Dónde nos vamos en este mundo”), y que produce un giro esperable: la puesta en escena de músicas locales ante acontecimientos mundiales (la ausencia de transmisión satelital y simultánea para todo el mundo impide llamarlos aún *globales*).

12 Esta dimensión del estereotipo ha sido ampliamente trabajada: en términos generales, en el libro de Frigerio y Ribeiro (2002); sobre el estereotipo brasileño y su “orientalismo tropicalista”, en el trabajo de Ribeiro en el mismo volumen (Ribeiro, 2002); sobre el fútbol, los trabajos paralelos y convergentes de Guedes (2009) y Alabarces (2014), con primeras ediciones entre 2002 y 2003.

La Copa de México 1970 ratificó esa tendencia, con la canción “Fútbol México 70”, de Roberto do Nascimento, un espanto que combina aires del pop internacional con claros acentos de ranchera mexicana, y un coro infantil decididamente insoportable. La música de Alemania 1974 introdujo una innovación, no demasiado feliz: la canción “Fussball Ist Unser Leben” (“El fútbol es nuestra vida”), de Werner Drexler, un aire de marcha germana que fue cantado, junto a músicos profesionales, por jugadores del equipo de fútbol alemán. Salto deliberadamente la música de 1978: en 1982, la Copa de España fue musicalizada por el famoso tenor local Plácido Domingo interpretando “El Mundial”, una canción horrible que exhibe todos los lugares comunes de la retórica del evento deportivo y del localismo musical (<http://www.youtube.com/watch?v=JwvQyIC4krE>). Finalmente en esta serie anterior a 1990, la Copa de México 1986 fue musicalizada por la canción “La Ola verde”, nuevamente con la participación de jugadores del equipo nacional: un jingle publicitario, convencional y marchoso, pero al menos con pocos acentos folkloristas.

Como anticipamos, la Copa de Italia 1990 es un punto de transformación: la bibliografía coincide en señalarlo como el torneo en el que las Copas se vuelven decididamente eventos globales, transmitidos a miles de millones de espectadores en todo el mundo y con una sinergia potente entre deporte, televisión, *sponsoring*, *merchandising* grandes marcas y estrellas deportivas ahora globalizadas. Del mismo modo, la música deja de combinar tintes locales y celebraciones deportivistas para asumir, definitivamente, el pop global como lugar de enunciación. La canción “Un'estate italiana” (“Un verano italiano”), interpretada y co-escrita por Gianna Nannini y Edoardo Bennato, es usualmente considerada la mejor de esta historia musical particular, y muestra en sí misma la transformación que estamos marcando: una primera versión, “To be Number One”, con música del italiano Giorgio Moroder (ya reconocido musicalizador en Hollywood) y letra del norteamericano Tom Whitlock fue desechada por Moroder, que encargó a Nannini y Bennato la versión que fue finalmente interpretada en el sorteo y la inauguración de la Copa. Así, transformó una canción “deportivista” y centrada en la experiencia puramente deportiva del jugador –la canción se estructuraba desde ese punto de vista– en otra que, por el contrario, enunciaba desde el lugar del espectador:

Tal vez no será una canción
para cambiar las reglas del juego
pero quiero vivirla así esta aventura
sin fronteras y con el corazón en la garganta

Y el mundo en una pelea de colores
y el viento acaricia las banderas
llega un escalofrío y te arrastra
y se desata en un abrazo la alegría

Noches mágicas y siguiendo un gol
bajo el cielo de un verano italiano
Y en los ojos tuyos ganas de vencer
Un verano, una aventura más

Aquel sueño que comienza de pequeño
y que te lleva siempre más lejano
no es una fábula –y de los vestuarios
salen los jugadores y estamos nosotros.

Esta canción instaló definitivamente una retórica musical y lírica: el género sería, a partir de allí, solo el pop global, aunque esto implicara las combinaciones necesarias con la *world music* como para integrar “multiculturalmente” las diferencias “regionales”. La música de la Copa de Estados Unidos 1994 fue compuesta por Daryl Hall and Sounds Of Blackness y se llamó “Gloria de la tierra” para Estados Unidos 94, combinando el pop con un coro gospel. En Francia 1998 aparecen los artistas “latinos” integrados a esa gramática: fue el turno de Ricky Martin con “La copa de la vida” y la integración de la percusión latina con coros salpicados por partes iguales con “Go, go, go” y “Alé, alé” (“Allez, allez”). En Corea-Japón 2002, “Boom!”, de la australiana Anasztacia, dispuso cualquier riesgo de orientalismo por duplicado y mostró que hasta el Lejano Oriente estaba padronizado por el pop

global. En Alemania 2006, los anfitriones olvidaron sus marchas bávaras para dar paso a “The Time of our Lives” (“El tiempo de nuestras vidas”), del cuarteto vocal Il Divo y la cantante norteamericana Toni Braxton (por supuesto, en inglés y español, sin una mínima nota en un alemán tan poco global). El periplo se cierra con la primera aparición de la colombiana Shakira, en la Copa de Sudáfrica 2010, con su “Esto es África” o “Time for Africa”, también conocida como “Waka Waka”.

Dejamos de lado deliberadamente la copa de Argentina 1978: porque, sólo en principio, contradice lo enunciado. Como la memoria histórico-política de la mayoría de los hinchas suele limitarse a su propia experiencia, el recuerdo de la Copa de 1978 ya está bastante ocluido. Por eso es que una de las innumerables intervenciones en las redes sociales durante la Copa de 2014 aludió a esto que estamos narrando: en un *meme* se afirmaba que “yo me imagino el mundial en Argentina, una inauguración con Damas Gratis al palo interpretando la Marcha Peronista”. Es decir: frente a la “desbrasileñización” de la inauguración de la Copa de 2014, los hinchas argentinos proponían un exceso argentinizado: popular, cumbiero y peronista.¹³ Pero la realidad no fue así: ni mucho menos. No se trató ni de pop global –la inauguración de 1978 fue anterior al establecimiento de esa gramática– ni de folklorismo, ni de rock: ni mucho menos. Argentina utilizó dos musicalizaciones: la “Marcha oficial” compuesta por Ennio Morricone, una melodía interminable guiada por un coro sin letra; y “25 millones de argentinos”, compuesta por Martín Darré, una espantosa canción con demasiadas reminiscencias de marcha militar en sus bronces y su percusión de banda (<http://www.youtube.com/watch?v=QzCVOosTZ8k>). El folklorismo ruralista se concentró en la mascota: el gaucho Mundialito, un diseño de Néstor Córdoba, de los estudios de Manuel García Ferré.

La auto-presentación de la Argentina en su Copa del Mundo consistió, entonces, en un fuerte acento sobre el discurso estatal del momento: es decir, de la dictadura militar presidida por Videla. Disciplinamiento represivo, silenciamiento de toda diferencia: “veinticinco millones de argentinos” jugando un Mundial que se instituyó como

13 Damas Gratis es el nombre de la banda de “cumbia villera” más importante de la Argentina, liderada por Pablo Lescano, el creador del sub-género. “Al palo” significa “a todo volumen”.

empresa patriótica. Nuevamente, la puesta en escena musical significó una auto-representación imaginaria de una sociedad simultáneamente ante la mirada propia y la del otro

25 millones de Argentinos
jugaremos el Mundial

Mundial la justa deportiva sin igual
Mundial un grito de entusiasmo universal
vibrar, soñar, luchar, triunfar
luciendo siempre sobre la ambición y la ansiedad
temple y dignidad

(...)

Por supuesto, lo que la Copa de 1978 permite discutir es otro pliegue de las preocupaciones sobre la relación entre fútbol y política que excede estos intereses musicales: el que nos remite a las hipótesis manipulatorias más lindantes con el opio de los pueblos. Pero no podemos extendernos aquí en esa dirección, que por otra parte ya hemos trabajado ampliamente (Alabarces, 2002 y 2014b).

4. Los hinchas argentinos: homoerotismo, homofobia y narcisismo como desmesura

El recorrido por las músicas mundialistas nos llevó a enfatizar las características rítmicas y armónicas de los ejemplos: entendimos que, salvo alguna excepción, lo que queríamos analizar estaba mejor ejemplificado en los significantes más estrictamente musicales que en los verbales. Es un buen momento, sin embargo, para volver a las letras. Y para volver al comienzo de este trabajo: si los hinchas argentinos pusieron en escena sus actuaciones como texto privilegiado en la Copa de 2014 –arriesgo: como un texto más privilegiado que la propia ac-

tuación futbolística¹⁴, el análisis de la canción “Brasil, decime qué se siente” puede ofrecernos algunas nuevas líneas para discutir. No es el caso de las hinchadas, a las que no les sobran novedades:

Brasil decime que siente
Tener en casa a tu papá
Te juro que aunque pasen los años
Nunca nos vamos a olvidar
Que el Diego los gambeteó
El Cani los vacunó
Están llorando desde Italia hasta hoy
A Messi los van a ver
la Copa nos va a traer
Maradona es más grande que Pelé

Los dos primeros versos condensan el eje de interpretación: una hinchada “visitante” que afirma haber ocupado el territorio (“en casa”) del adversario, hinchada que a la vez funciona como “padre” simbólico. Por un lado, la ocupación del territorio se transformará en la afirmación central de la acción de los hinchas argentinos a lo largo de toda la Copa; si antes señalamos el primer “banderazo” en Copacabana, el día anterior al debut argentino, eso será solo el comienzo de reiteradas “ocupaciones”. No necesariamente de los estadios, aunque las historias en torno de la odisea para conseguir entradas se reiteraron hasta el final de la Copa –historias centradas en torno del dinero necesario para la reventa o de la corrupción de los dirigentes argentinos, que finalizaron involucrados en mecanismos oscuros–, en progresivo aumento a medida que el equipo argentino pasaba de ronda y la búsqueda de entradas se volvía más desesperante. Para los hinchas argentinos, era central la ocupación del espacio público, como modo de marcar la condición “invasiva” de los hinchas: ocupaban, reitero, territorio ajeno, pero para colmo territorio brasileño, el gran rival según la mitología futbolera.

14 Es lo que afirma también, recientemente, el colectivo de académicos y periodistas *De pies a cabeza* (2014).

Asimismo, esa ocupación se sabía televisada: tanto por los medios globales –lo que volvía a la experiencia una épica universal, que mostraba al mundo la condición irrefutable de “mejores hinchas del planeta”– como por los nacionales: pero si eso no fuera suficiente, esta fue la Copa de la autoproducción de imágenes y su viralización por las redes sociales, por lo que el artefacto central de la experiencia no fueron las banderas o los instrumentos musicales: fueron los teléfonos celulares. La imagen más repetida en YouTube (con más de tres millones de visitas) es la de los hinchas argentinos el día del “banderazo” en Copacabana: como se puede apreciar, hay tantos celulares como hinchas (<https://www.youtube.com/watch?v=IIOGFENyGJM>, acceso 22/9/2014). La acción central parece no ser cantar, sino *filmar el acto de cantar*. Filmación destinada, por supuesto, a la viralización –es decir, la exhibición narcisista– y el almacenamiento para la reproducción familiar o amistosa –es decir, la satisfacción narcisista: *yo estuve ahí*–.

Pero por otro lado, como dijimos (y dice la canción), la “paternidad”: la afirmación de Argentina como *padre* se desarrolla en los siguientes cinco versos, destinados a argumentar la razón de esa paternidad. Como todos sabemos, la misma se reduce a un único episodio: el triunfo de Argentina sobre Brasil por 1 gol a 0 en la Copa de Italia 1990, en octavos de final. Así, la canción narra ese episodio como inolvidable, introduciendo además dos actores: “el Diego”, referencia que no es preciso explicar, que “gambetea” y “el Cani” (Claudio Caniggia) que “vacuna”. Debemos detenernos otra vez aquí.

Porque en términos estrictamente futbolísticos, la paternidad invocada es minuciosa y conscientemente falsa. Si la paternidad remite a la prioridad en una serie de enfrentamientos entre rivales históricos, el historial entre Brasil y Argentina es desfavorable para Argentina, al menos en las Copas: 2 triunfos para Brasil, uno (éste) para Argentina y un empate, en 1978. Los dos triunfos brasileños, además, fueron inapelables. Tomando en cuenta las Copas, Brasil ganó cinco, frente a dos ganadas por Argentina; hay que contar todos los juegos disputados desde 1908 para encontrar una ventaja argentina de...un solo partido ganado más: 36 a 35. En la tradición de los hinchas argentinos, esa diferencia no constituye “paternidad”. La frase “los tenemos de hijos” remite a series de victorias mucho más abrumadoras y prolongadas:

por ejemplo, los veinte juegos ganados de diferencia entre River Plate e Independiente de Avellaneda hasta la actualidad.

Por supuesto que no se espera que una canción de hinchadas sea informativa o argumentativa, sino pegadiza; y su contenido es una excusa para narrar más el deseo que lo real. Justamente: la canción habla del deseo, porque habla de una ausencia (la superioridad) que se impone como relación homoerótica. Y allí, la “vacuna” de Caniggia: “vacunar” es otra de las metáforas con las que los hinchas argentinos describen la penetración anal, forma máxima de señalar la superioridad del “macho” frente al “no macho”. Aquí, en sus dos variantes: el otro es no-hombre porque es a la vez “vacunado” –es decir, penetrado– y calificado como “hijo” –es decir, niño, no-hombre–. En suma: lo que la canción vuelve a poner en escena es el hinchismo argentino como manifestación de la posesión del *aguante*, sobre el que ya hemos argumentado largamente.¹⁵ La relación entre hinchas e hinchadas se masculiniza de un modo desbordado, por lo que todas las metáforas que narran esa relación se vuelven, como dijimos, homoeróticas. Prueba de ello es una inscripción dejada por los hinchas argentinos durante la Copa en las paredes de Copacabana: “Pelé Puto”.

Simultáneamente, la ocupación del espacio ajeno debe inscribirse en el territorio, para lo que pintar las paredes es una práctica reiterada. Pero en este caso, la leyenda duplica su significado: es tanto el “aquí estamos/estuvimos” como el “nosotros somos machos: los brasileños no”. Para eso, los hinchas personificaron la atribución de homosexualidad sobre Pelé. Un viejo cántico, reiterado hasta el abuso en la época del Mundial 1978, extendía esa atribución a todos los brasileños, pero en un tono desdoblado en el racismo: “Ya todos saben que Brasil está de luto/son todos negros/son todos putos”. En tiempos de corrección política, ni las hinchadas pueden ser homofóbicas y racistas a la vez; sólo una cosa. Así, ni siquiera la homofobia argentina podía reivindicar una muestra tan arcaica de racismo, por lo que ese cántico debía ser archivado (junto al ya narrado “Vamos vamos, Argentina...”). La novedad consistió, entonces, en trabajar sobre una vieja anécdota se-

15 Hay ya una larga bibliografía sobre el aguante argentino. Recientemente, he vuelto sobre él (Alabarces, 2014b). En una perspectiva más antropológica, Alabarces, Garriga Zucal y Moreira, 2008.

gún la cual Pelé habría debutado sexualmente con un joven: la versión sintética y argentinizada se presenta como “debutó con un pibe”. Hay mucho de paradójico en la crítica: después de todo, los hinchas argentinos metaforizan su posesión de *aguante* en la práctica de sexo homoerótico activo mediante la penetración anal (“romper el culo”).¹⁶ En ese contexto, la actividad sexual de Pelé no sería discordante. Sin embargo, los hinchas argentinos olvidan su homoerotismo metafórico para asumir una condena homofóbica explícita: Pelé no sería un “puto” simbólico, sino un “puto” real.

El saldo es que la gran figura de la Copa para el público argentino fue, precisa y recursivamente, el público argentino. Los protagonistas de una gesta patria que los llevó a ocupar, como padres y *machos*, la casa del vecino. Porque, por su parte, negando el final de canción de los hinchas, Messi no “trajo la Copa”. El consuelo, entonces, también fue su inscripción “histórica” como niños cantores: por primera vez en la historia de las Copas del Mundo, la aventura brasileña no será recordada por goles épicos o atajadas descomunales, sino apenas por una melodía de Creedence Clearwater Revival cantada a garganta batiente.

5. Héroes y patriotas: un relato del Estado

En otro lugar hemos analizado con más extensión aquello con lo que queremos cerrar este trabajo (especialmente, Alabarces 2014b). El kirchnerismo, gobernante en la Argentina desde 2003, propuso una nueva validez para los discursos tradicionales del peronismo: el viejo relato nacional-popular, con cierta adecuación a los nuevos tiempos que incluía la condena de la década neoconservadora –aunque también hubiera sido peronista–. Esa nueva validez implicaba la afirmación explícita del retorno del Estado como actor central de la vida social y económica. Aunque esto no se verificara por completo –la organización económica siguió estando centralmente en manos de las corporacio-

16 Podríamos argumentar que la narrativa de los hinchas argentinos se inscribe en lo que llamaremos el “ciclo epistémico maradoniano”, aludiendo a dos famosas declaraciones de Maradona al finalizar las Eliminatorias de 2009: lo que va del “la tenés adentro” (cifra de la penetración anal) a “que la sigan chupando” (referencia al sexo oral).

nes privadas–, la afirmación fue estentórea: el Estado había regresado para cumplir las funciones que nunca debió haber perdido. Entre ellas, aun cuando esto no se dijera explícitamente, sus funciones narrativas.

Cuando analizamos estos problemas en la Copa de 2010, argumentamos que el rol central del Estado como narrador patriótico en la sociedad argentina había retornado con fuerza. Ante eso, el fútbol no podía proponer discursos alternativos, porque jamás lo había hecho, ni siquiera en tiempos conservadores. Cuando la figura de Maradona había permitido algún relato al menos autónomo, éste había consistido en exhibir la continuidad del viejo relato nacional-popular del peronismo. Al retornar éste a escena, y nuevamente propuesto por el Estado, como en los viejos y añorados tiempos del primer peronismo – que continúa funcionando como una suerte de Edad Dorada de la Argentina moderna–, el fútbol no podía volver a encarnar ningún relato nacional eficaz. Apenas proponer su supervivencia como mercancía, a cargo, una vez más, del mercado, con la publicidad comercial como gran soporte de sus textos. En tanto los sentidos de la patria habían vuelto a discutirse en los espacios políticos, al fútbol sólo le quedaban las retóricas vacuas pero altisonantes de los sponsors, que continuaron plagadas de los lugares comunes de las prédicas patrioterías.

El problema es que también lo hizo el Estado nacional.

En 2009 había aparecido el programa *Fútbol para Todos*, la estatización de las transmisiones futbolísticas argentinas, complementado en 2011 por *Deporte para Todos*, que establecía la obligatoriedad de transmitir por televisión abierta cualquier evento deportivo que involucrara en instancias decisivas a deportistas argentinos. Pero en 2014 las cosas se complicaron. Porque *Fútbol para Todos* –nuevamente: el Estado nacional– adquirió los derechos exclusivos de la transmisión del Mundial de Brasil, con lo que monopolizó casi toda la voz televisiva, al menos la de acceso abierto (la cadena de cable TyC Sports también transmitió los partidos de Argentina, así como la cadena satelital Direct TV). Primero presentó a sus periodistas formados como un equipo de fútbol, con trajes pero también camisetas argentinas y botines, coreando el Himno Nacional en un campo de juego y remediando los movimientos de los jugadores, con el *slogan* “un equipo de fútbol y un equipo de periodistas para una única pasión argentina”: la cobertura periodística se asimilaba, entonces, a la propia práctica

futbolística como representativa (<http://www.youtube.com/watch?v=1GLStO2-xmc>). Digámoslo así: los periodistas también salían a la conquista de la Copa, lo que podría explicar por qué los relatos fueron tan insoportablemente patrioterros, tan gritones, tan xenófobos. Y el colmo llegó cuando el relator De Paoli celebró cada uno de los siete goles alemanes contra Brasil como si fueran puñaladas en el corazón del enemigo.

Junto a los desempeños periodísticos circularon las publicidades estatales. Como en el fútbol local, la transmisión estatal priorizó los *spots* de difusión de sus propagandas. Alguna, políticamente correcta, condenaba la trata de personas en los grandes eventos. Otras banalizaban las políticas presuntamente exitosas de “inclusión” social –obtener un crédito para una casa, graduarse en una universidad nueva– transformándolas en festejos de goles de sus beneficiarios (una vuelta de tuerca ahora explícita a la futbolización de lo social y lo político). Pero el clímax llegaba en el *spot* “Nadie gana un Mundial solo”, que asimilaba todos los “logros” de los gobiernos kirchneristas a los avatares de la selección de fútbol: “para ganar hay que tener un país unido”. (<http://www.youtube.com/watch?v=vuLxfsy7h5o>). Incluso el periodista oficialista Horacio Verbitsky afirmó que se trataba de “una falacia que desciende en línea directa de la retórica que la dictadura utilizó durante el campeonato de 1978 y que se reiteró en los relatos insoportables del relator de los partidos argentinos. (...) Esta pieza constituye una banalización insoportable y un uso espurio de cosas demasiado serias” (en *Página 12*, 6/7/14, página 10). Algo similar ocurría con la publicidad de YPF “Arenga-Orgullosos del producto de nuestro suelo”, producida por Young&Rubicam, donde una voz con un dejo castrense ordenaba, simultáneamente, a obreros petroleros y futbolistas que “La gloria no se encuentra, señores, a la gloria se la busca”. Aunque el enunciador es una empresa, se trata de una empresa del Estado –que por eso abusa de celestes y blancos por doquier (<http://www.youtube.com/watch?v=N-fdfVtk0iuI>).

Este gesto puede ser leído como la (solo) aparente combinación de dos lógicas: por un lado, la nacional-popular, que entiende al Estado como una máquina productora de significaciones democráticas, y por otro la neoliberal conservadora, que confía en el mercado –al que llama *sociedad civil*– como único enunciador y narrador. En realidad,

vemos aquí los puntos de contacto entre populismo y neoliberalismo: el populismo se limita a agregar pasión, afectividad y masividad a lo que el neoliberalismo ya ha vuelto mercancía televisiva. En definitiva, aún con la novedad de la patrimonialización del deporte televisado – radicalmente original en el contexto latinoamericano, donde ningún Estado se ha atrevido a interferir en los gigantescos negocios de las cadenas–, estos procesos podrían describirse como un nuevo pliegue: la conciliación de ambas lógicas políticas y narrativas en un *neopopulismo progresista neoliberal*, el nuevo horizonte de expectativas del peronismo –y no sólo del peronismo, continentalmente hablando.

Por cierto: la semejanza que Verbitsky encontraba con el discurso de la dictadura es sólo eso, semejanza. No se trata de identidad. La continuidad está en el deseo, común a gobiernos democráticos y autoritarios, de utilizar presuntos beneficios del fútbol en su provecho: como manipulación o como transferencia del éxito deportivo al éxito político. Como hemos analizado, la dictadura buscaba al mismo tiempo la famosa “cortina de humo” y el consenso civil; en el caso del kirchnerismo, la intentona –aunque burda, evitable, innecesaria– es la de asociar un buen desempeño deportivo a un relato de época, el nacional-popular. Los mismos significantes –el “todos”, la “patria”, la “gloria” – no significan igual en contextos distintos: en 1978, o en 1990, cuando el menemismo intentó capturar la figura maradoniana, o en 2014. Aunque, es preciso recordarlo, esas palabras asustan un poco y por eso debieron ser evitadas, incluso en el caso de los relatores: porque el que hablaba era el Estado nacional a través de *Fútbol para Todos*.

Por su parte, el viejo héroe argentino, el “más grande que Pelé”, reapareció en el mismo contexto estatalizado: durante el Mundial de 2014, Maradona regresó como charlista, co-conduciendo junto al periodista (oficialista) Víctor Hugo Morales el programa “De zurda” en la Televisión Pública y la cadena latinoamericana Telesur (producida en Venezuela). El programa era televisivamente pobre: porque no se esperaban novedades estéticas, sino una nueva producción infinita de palabras maradonianas. Maradona se limitó a cumplir con creces lo que se esperaba de él: despotricar contra la AFA y la FIFA, conversar con viejos jugadores-amigos, repetir sus frases predilectas, producir algunas nuevas. Una máquina verbal, en suma, contextualizada por los discursos nacional-populares y latinoamericanistas desde el propio

título del programa y su cortina de apertura, plagada de referencias en esa dirección –una letra evocativa, músicos de todo el continente, la producción de Gustavo Santaolalla–. Y todo eso transmitido por las televisiones estatales argentina y venezolana (<http://www.youtube.com/watch?v=psMDpznRbqI>). Lo que queremos argumentar es que los lugares comunes de una retórica latinoamericanista, antiimperialista y defensora de una “Patria Grande”, tradicionalmente portadores de significados impugnadores, alternativos o contrahegemónicos, se habían vuelto, con la mediación de Maradona, discurso estatal. Y para colmo, futbolizado.

La figura de Messi debe ser analizada en ese marco. Como hemos afirmado en reiteradas ocasiones, Messi no podía “repetir” a Maradona por varias razones: en primer lugar, de clase, porque Messi no es un plebeyo ni puede fingir serlo –no hay hambre ni pobreza en su historia–. En segundo lugar, históricas: porque aunque jugara contra Inglaterra y convirtiera cuarenta y tres goles, eso jamás ocurrirá cuatro años después de una guerra. En tercer lugar, políticas: porque una ficticia construcción nacional-popular (que Messi vuelve imposible, porque no da el tipo) no ocurriría en contraste con un relato nacional-popular ausente –como Maradona–, sino justamente en su apogeo –el ciclo kirchnerista es precisamente nacional-popular. En cuarto lugar, deportivas: si bien su calidad futbolística es igualmente excepcional (sino más), su formación está organizada en torno del famoso tratamiento para el crecimiento corporal que recibiera en Barcelona desde sus catorce años, lo que lo sustrae de la épica del *potrero* y la *escuelita* –los lugares clásicos de la formación del futbolista argentino, el *pibe* que analizara Archetti– para impregnarlo de la lógica de la fábrica europea –la Masía, la escuela catalana–, puro control y disciplina, lo que redundaba en la clausura de ese relato. Y finalmente, razones ampliamente morales: Messi no es carismático, limita su exhibición al guión que el espectáculo global le reclama –un guión abundante, por cierto, pero minuciosamente previsible y previsto–, casi no habla: cuando habla, lo hace con el cuerpo, estrictamente en el juego. *Messi es mudo*, es un perro, como diría brillantemente Hernán Casciari: y los perros no hablan ni se vuelven símbolos nacionales.

En resumen: de todas las condiciones de mito que Maradona presentaba, Messi tiene solo una. Nada menos que la condición excep-

cional de su juego: pero eso es ampliamente suficiente para hablar de fútbol, y bastante insuficiente para hablar de mitos nacionalistas y narrativas patrióticas. Messi, entonces, desprovisto de los desgarramientos y los conflictos –y de la condición plebeya, radicalmente popular– de un Maradona, no puede, pudo ni podrá articular ese relato deportivo de la patria. Aunque hubiese ganado la Copa del Mundo, aunque hubiera “traído la Copa” después de convertir treinta y siete goles, cinco de ellos épicos, nunca hubiera sido otra cosa que un buen chico. Pero nunca un *pibe*. Messi es irreductible a la *lógica del aguante*, a la épica de los *huevos* y el *corazón*; por eso, porque la cultura futbolística argentina precisa siempre un *héroe* que funcione en esa serie, encontró a Mascherano, una suerte de Maradona de segundo grado.

El pobre Mascherano, un jugador excepcional, un *centrojás* como mandaba la tradición argentina, se vio reducido a un esforzado gritón que *pone todo* y se *rompe todo*, un sorpresivo *modelo moral*. De su inteligencia táctica y su destreza nadie se preocupó en hablar. Para la re-invenición de los mitos nacional-populares no sirven más los jugadores excepcionales. Hacen falta los jugadores con *aguante*, aunque no tengan demasiada épica ni contenido político. Para eso está el Estado. El resto será sencillamente mercancía nacional-popular. Es decir, un tanto paradójicamente, *merchindising* antiimperialista.

Bibliografía

“Copa mostra acirramento da rivalidade Brasil-Argentina, afirma sociólogo”, entrevista de Alex Sabino a Ronaldo Helal en *Folha de São Paulo*, <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/07/1484416-copa-mostra-acirramento-da-rivalidade-brasil-argentina-afirma-sociologo.shtml> (acceso 22/9/2014).

Aguilar, Gonzalo. 2014. “Ponele música al Mundial”. Dossier Mundial 2014 de Informe Escaleno: <http://informeescaleno.com.ar/index.php?s=articulos&id=186> (acceso 18/9/2014).

Alabarces, Pablo. 2002. *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Buenos Aires: Prometeo.

Alabarces, Pablo. 2014a. “Europeísmos y tropicalismos futbolísticos: la invención de la diferencia entre Argentina y Brasil (o para qué sirve el fútbol, si es que sirve para algo)”. En Quitián Roldán, David y otros (comps.). *Naciones en campo. Fútbol, identidades y nacionalismos en América Latina*, Bogotá: Kinesis

Alabarces, Pablo. 2014b. *Héroes, machos y patriotas. El fútbol entre la violencia y los medios*, Buenos Aires: Aguilar.

Alabarces, Pablo y Silba, Malvina. 2014. “Las manos de todos los negros, arriba’: Género, etnia y clase en la cumbia argentina”. *Cultura y Representaciones sociales*, volumen VIII N° 16, México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, marzo.

Alabarces, Pablo; José Garriga Zucal y Verónica Moreira. 2008. “La ‘cultura del aguante’: fútbol y violencia en la Argentina contemporánea”. *Estudos de Sociologia. Revista do Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPE*, vol. 14, n° 2, jul. a dez. 2008, Recife: Editora Universitária da UFPE: 75-92.

Alabarces, Pablo; Daniel Salerno, Malvina Silba y Carolina Spataro. 2008. “Música popular y resistencia: los significados del rock y la cumbia”. En Alabarces, Pablo y María G. Rodríguez (comps.): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires: Paidós.

Casciari, Hernán (2012. “Messi es un perro”, en <http://editorialorsai.com/blog/post/messi-es-un-perro> (acceso 22/9/2014).

De pies a cabeza. 2014. “El hinchamiento del fútbol argentino”. *Crisis*, 20, Buenos Aires: agosto-septiembre, 53-55.

Frigerio, Alejandro y Ribeiro, Gustavo Lins (orgs.). 2002. *Argentinos e brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*, Petrópolis: Vozes.

García, Fernando. 2014. “El hit de la selección”. Dossier Mundial 2014 de Informe Escaleno: <http://www.informeescaleno.com.ar/index.php?s=articulos&id=227> (acceso 17/9/2014).

Garriga Zucal, José. 2008. “Ni ‘chetos’ ni ‘negros’: roqueros”. *Trans-Revista Transcultural de Música*, 12, 2008. En <http://www.sibetrans.com/trans/a89/ni-chetos-ni-negros-roqueros>.

Guedes, Simoni Lahud. 2009. “Las naciones argentina y brasileña a través del fútbol”. *Vibrant*, VI, 2 (en <http://www.vibrant.org.br/issues/v6n2/simoni-lahud-guedes-las-naciones-argentina-y-brasileña-a-traves-del-futbol/>)

Ribeiro, Gustavo Lins. 2002. “Tropicalismo e europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina”. Em Frigerio, Alejandro y Ribeiro, Gustavo Lins (orgs.): *Argentinos e brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*, Petrópolis: Vozes: 237-264.

Semán, Pablo. 2006. “Vida, apogeo y Tormentos del Rock Chabón”. En *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Buenos Aires: Gorla.

UM “CONTO DE FADAS DE VERÃO” – A COPA DE 2014

VISTA A PARTIR DA MÍDIA ALEMÃ

ELCIO LOUREIRO CORNELSEN¹

A preparação para a Copa, ou os “conquistadores” nos trópicos

121

Hoje, num olhar retrospectivo, muita coisa parece fazer sentido e justificar o triunfo alemão na Copa de 2014. Isso é praticamente inevitável, e conhecemos bem outros exemplos. Basta pensarmos na Copa de 1970 e na preparação da seleção brasileira, com o que havia de mais moderno à época em matéria de métodos e procedimentos voltados para práticas desportivas na altitude, postos em prática por profissionais formados na Escola Superior de Educação Física do Exército – aliás, num exemplo patente de intervenção no âmbito do esporte em tempos de ditadura.²

1 Graduado em Letras (Alemão e Português) pela Universidade de São Paulo, Mestre em Letras (Língua e Literatura Alemã) pela Universidade de São Paulo e Doutor em Germanística pela Freie Universität Berlin, na Alemanha. Pós-doutor em Estudos Organizacionais pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) e em Teoria Literária pelo Instituto de Estudos da Linguagem da Unicamp. Docente da Faculdade de Letras da UFMG. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq.

2 Cf. COUTO, Euclides de Freitas. *Da ditadura à ditadura: uma história política do futebol brasileiro (1930-1978)*. Niterói/RJ: Ed. UFF, 2014, p. 140; cf. SALVADOR, Marco Antonio

Assim como estudiosos, *a posteriori*, veem em tal preparação a base para que a seleção brasileira se tornasse tricampeã mundial, que conheceu suas etapas decisivas na altitude de Guanajuato, Guadalajara e na cidade do México em 1970, a preparação da seleção alemã em *terras brasílicas* também teve seus capítulos especiais. Começamos pela sede: num *revival* simbólico de Cabral, os “conquistadores” alemães chegavam a 8 de junho de 2014 para “descobrir” o Brasil a partir de seu ponto inicial, Santa Cruz Cabralia, na costa sul do Estado da Bahia.

Numa atitude distinta de todas as outras seleções que disputariam o torneio, a seleção da Alemanha contou com o empenho de seus dirigentes em não só assegurar as instalações mais adequadas para a concentração e o centro de treinamento, no estilo “faça você mesmo”, como também com um minucioso estudo da mentalidade brasileira. Arriscamos afirmar que estes tenham sido fatores decisivos para o alto rendimento desportivo da seleção alemã durante a competição. Podemos estar redondamente enganados, afinal, a preparação física e o aprimoramento tático seriam os fatores que mais pesariam dentro das quatro linhas – e isso para todas as seleções. Todavia, esta parte “lógica” ficou ofuscada por todo o mais, inclusive na imprensa alemã.

Basta tomarmos um exemplo, extraído do caderno especial do *Bild*, um dos principais jornais populares da Alemanha, publicado em 15 de julho de 2014. “Sexy on the Beach” é uma matéria de duas páginas que versa sobre a presença dos atletas alemães e de acompanhantes e familiares nas praias próximas à sede da concentração: “Imediatamente ao lado das instalações da Federação Alemã, do Campo Bahia com suas 14 moradas de dois andares, começa o Atlântico. Os jogadores e acompanhantes utilizam a praia durante a Copa para relaxar nos dias de folga. SEXY ON THE BEACH!”³ Num trocadilho com o título da série britânica *Sex on the Beach*, a matéria ressalta o modo descontra-

Santoro; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves (org.). *A memória da Copa de 70: esquecimento e lembrança do futebol na construção da identidade nacional*. Campinas, SP: Autores Associados, 2009, p. 29 e 37.

3 No original: “Unmittelbar neben der DFB-Unterkunft, dem Campo Bahia mit seinen 14 zweigeschossigen Villen, beginnt der Atlantik. Den Strand nutzen die Spieler mit Anhang während der WM zum Ausspannen an freien Tagen. SEXY ON THE BEACH!” SEXY ON THE BEACH. *Bild Spezial: Weltmeister – Unsere Helden*, 15 jul. 2014, p. 42-43, aqui p. 42. As traduções da língua alemã, salvo outra indicação, são de nossa autoria.

ído e tranquilo como os jogadores puderam desfrutar de seus dias de folga em meio à natureza, sem o assédio comum nos grandes centros.

Sem dúvida, por si só, o Campo Bahia merecia um estudo mais aprofundado. Entretanto, no espaço destas conjecturas sobre a visão da Copa de 2014 veiculada na mídia alemã, limitar-nos-emos a apenas alguns aspectos. Um deles diz respeito à visita que a seleção alemã, recém-chegada a Santa Cruz Cabralia, recebeu de populares da região e, sobretudo, de vinte índios pataxós. É interessante notar que essa visita ganharia, ao longo do torneio e após o seu encerramento, um significado especial. A imprensa alemã deu amplo destaque ao contato que os “conquistadores” tiveram com os índios. Em 9 de junho de 2014, o jornal *Bild* publicou a matéria “Unsere Jungs tanzen mit den Indianern” (“Nossos garotos dançam com os índios”), em que a cena é assim descrita: “Usando traje típico nas cores preto, vermelho e dourado, eles [i.e., os índios pataxós] dançaram no gramado, formando uma roda, com o centroavante Miro Klose, o aniversariante do dia (celebrou 36 anos). Depois, Thomas Müller e Lukas Podolski pegaram os chocalhos dos índios e mostraram um belo show de dança”.⁴ Noutra matéria, publicada pelo jornal *Frankfurter Neue Presse* em 10 de junho de 2014 sob o título “Freudenfest im WM-Quartier” (“Festa da alegria na concentração”), assim é destacado o encontro entre as culturas: “Foi um momento muito especial: A seleção alemã foi saudada por indígenas brasileiros em sua concentração”.⁵ E complementa: “Após posarem juntos para as fotos, os jogadores presentearam os índios da tribo pataxó com suas camisas de treino – visivelmente para a alegria deles”.⁶

-
- 4 No original: “In schwarz-rot-goldener Stammestracht tanzten sie auf dem Rasen in einem Kreis mit Geburtstags-Stürmer Miro Klose (wurde 36). Dann nahmen Thomas Müller und Lukas Podolski die Rasseln der Indianer, zeigten eine tolle Dance-Show”. UNSE-RE JUNGS tanzen mit Indianern. *Bild*, 09 jun. 2014. Disponível em: <http://www.bild.de/sport/fussball/nationalmannschaft/unsere-jungs-tanzen-mit-den-indianern-36318366.bild.html>. Acesso em: 15 dez. 2014.
- 5 No original: “Das war ein ganz besonderer Moment: Die deutsche Nationalmannschaft wurde in ihrem WM-Quartier von brasilianischen Indianern begrüßt”. FREUDENFEST im WM-Quartier. *Frankfurter Neue Presse*, 10 jun. 2014. Disponível em: <http://www.fnp.de/sport/fussball/Freudenfest-im-WM-Quartier;art4825,890003>. Acesso em: 15 dez. 2014.
- 6 No original: “Nach gemeinsamen Schnapsschüssen schenken die Spieler den Indianern vom Volk Pataxó ihre Trainingsstrickots – sichtlich zu deren Freude”. Ibidem.

Por sua vez, a revista *Focus* também destacou a visita “inesperada” de “nativos”, dentre eles os índios pataxós, na matéria “500 Einheimische besuchen öffentliches Training der DFB-Auswahl” (“500 nativos visitam o treino aberto da seleção da DFB”) publicada em 9 de junho de 2014. Todavia, indo além da própria visita, o articulista destaca um aspecto importante:

A seleção alemã somou pontos no quesito simpatia em seu segundo dia de treino no Brasil, ao desfilar com camisas de treino especiais, que exibiam frases impressas dos dois lados. Na frente estava escrito “Feliz por estar aqui”, o que significa algo como “Wir sind sehr glücklich, hier zu sein”. Nas costas estava impresso o texto “Obrigado, Bahia” (Danke Bahia). [...] ⁷

Já Matthias Schneider, articulista da revista *Stern*, destaca no *lead* da matéria intitulada “Wie die DFB-Elf sich mit den Pataxó-Indianern verbündete” (“Como o time da DFB se uniu aos índios pataxós”), que “Klose e Podolski arriscaram uma aproximação”. ⁸ O encontro entre as culturas teria seus frutos: “Ao final, todos dançaram juntos, Mertesa-cker, Klose, mas, naturalmente, sobretudo o jovem de Colônia, Podolski. Depois, eles se separaram novamente, os bons pataxós munidos de camisas, os jogadores da seleção mais ricos numa experiência valiosa”.

9

7 No original: “Die Deutsche Mannschaft sammelte an ihrem zweiten Tag in Brasilien ihrerseits Sympathiepunkte, indem sie mit speziellen Trainingshemden auflief, die beidseitig bedruckt waren. Auf der Vorderseite stand: ‚Feliz por estar aqui‘, was soviel bedeutet wie: ‚Wir sind sehr glücklich, hier zu sein‘. Die Rückseite war mit dem Text: ‚Obrigado Bahia‘ (Danke Bahia) bedruckt. [...]” 500 EINHEIMISCHE besuchen öffentliches Training der DFB-Auswahl. *Focus*, 09 jun. 2014. Disponível em: http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/wm-500-einheimische-besuchen-oeffentliches-training-der-dfb-auswahl_id_3907300.html. Acesso em: 15 dez. 2014.

8 No original: “Klose und Podolski wagten eine Annäherung”. SCHNEIDER, Matthias. Wie die DFB-Elf sich mit den Pataxó-Indianern verbündete. *Stern*, 09 jun. 2014. Disponível em: <http://www.stern.de/sport/fussball/wm-2014/schneiders-wm-kolumne-wie-die-dfb-elf-sich-mit-den-pataxo-indianern-verbuedete-2116082.html>. Acesso em: 15 dez. 2014.

9 No original: “Am Ende haben sie dann alle zusammen getanzt, Mertesa-cker, Klose, vor allem aber, natürlich, der Kölsche Jung Podolski. Dann gingen sie wieder auseinander,

Na referida matéria, uma das mais bem elaboradas sobre o tema, Matthias Schneider lança também uma questão: “Campanha de charme ou autêntico intercâmbio cultural?”¹⁰ Embora, naquela oportunidade, a resposta tenha se limitado a um “[t]anto faz, as pessoas em Santo André estavam felizes, pois estavam bem próximas de Neuer, Podolski e Özil”,¹¹ *a posteriori*, esse encontro parece ganhar repercussão maior. Basta lembrarmos que a dança que os jogadores aprenderam com os pataxós foi reproduzida por eles durante as comemorações após a vitória contra a seleção da Argentina, no dia 13 de julho de 2014, ainda no gramado do Maracanã.

Outro aspecto que, *a posteriori*, ganhou significado especial é o fato de a Federação Alemã ter adotado como segundo uniforme para a seleção camisa nas cores vermelha e preta em listras horizontais, e calção na cor preta. Ao investigarmos sobre esse tema, não encontramos nenhuma informação que justificasse tal escolha em termos simbólicos, a não ser a dedução óbvia de que são duas das três cores que compõem a bandeira nacional. Na matéria “Das neue DFB-Trikot ist ein Millionenseller” (“A nova camisa da DFB é um sucesso de milhões”), publicada pelo jornal *Die Welt* em 12 de novembro de 2013, o porta-voz da Adidas, Oliver Brüggen, menciona que foi feito um trabalho de ano e meio no desenvolvimento do visual dos uniformes número um e número dois que seriam utilizados pela seleção alemã durante o torneio no Brasil. Brüggen apenas menciona que “a nova camisa número dois da seleção nacional é listrada em vermelho e preto”, sem maiores comentários. Certo é que, desde 2002, a Federação Alemã vinha inovando em relação ao segundo uniforme, até então tradicionalmente na cor verde para a camisa e branca para os calções. Em 2002, a camisa era cinza, “assim como o desempenho da seleção”, num comentário irônico publicado na matéria “Das neue Deutschlandtrikot 2014” (“A

die guten Pataxó mit Trikos bewaffnet, die Nationalspieler um eine wertvolle Erfahrung reicher”. Ibidem.

10 No original: “Charmecampagne oder ehrlicher Kulturaustausch?” Ibidem.

11 No original: “Egal, die Menschen in Santo André waren glücklich, sie waren Neuer, Podolski und Özil ganz nahe”. Ibidem.

nova camisa da Alemanha para 2014”).¹² Em 2006, o segundo uniforme possuía a camisa vermelha, e, em 2010, a camisa preta. De certo modo, poderia ser justificado que, para 2014, houve uma junção entre as duas cores das edições anteriores, como pressupõe o articulista na matéria “So soll das neue Trikot der Nationalelf aussehen” (“Assim deve parecer a nova camisa do selecionado nacional”), publicada também no *Die Welt*, em 5 de novembro de 2013.¹³ Mesmo que seja mera especulação, a comparação do segundo uniforme da Alemanha com o uniforme do time de maior torcida do Brasil, o Clube de Regatas Flamengo, é inevitável. Seria mera coincidência ou fruto de planejamento? E foi justamente com esse uniforme que a seleção alemã enfrentou o Brasil no dia 8 de julho de 2014, pela semifinal da Copa. Não nos parece, por acaso, que no dia em que a equipe tetracampeã retornou à Alemanha, Lukas Podolski postou no Twitter uma foto na cabine do avião, com o quepe do comandante e trajando uma camisa rubro-negra, mas do Flamengo!¹⁴ O jogador postou também outra foto no dia 4 de julho de 2014, em que aparece junto com Schweinsteiger, e ambos estão vestidos com camisas do rubro-negro carioca.¹⁵

Também foi notório o modo como o jogador Lukas Podolski, o mais ativo da seleção alemã na função de angariar simpatia, procurou divulgar através das redes sociais sua admiração pelo país e pela cultura brasileira. Na véspera da final, por exemplo, o jogador postou em seu Twitter a seguinte mensagem: “Tamo junto ou não tamo amanhã? #FLA Alemanha quero ver geral de #VermelhoPreto #OmaracaÉ-

12 DAS NEUE Deutschlandtrikot 2014. Disponível em: <http://www.fussballnationalmannschaft.net/deutschlandtrikot-2014>. Acesso em: 15 dez. 2014.

13 SO SOLL das neue Trikot der Nationalelf aussehen. *Die Welt*, 05 nov. 2013. Disponível em: <http://www.welt.de/sport/fussball/wm-2014/article121557169/So-soll-das-neue-Trikot-der-Nationalelf-aussehen.html>. Acesso em: 15 dez. 2014.

14 Cf. RÖßNER, Jörg. Die große Show der Weltmeister vorm Brandenburger Tor. *Die Welt*, 15 jul. 2014. Disponível em: <http://www.welt.de/sport/fussball/wm-2014/article130160271/Die-grosse-Show-der-Weltmeister-vorm-Brandenburger-Tor.html>. Acesso em: 16 dez. 2014.

15 TWITTER de Lukas Podolski, 04 jul. 2014. Disponível em: <https://twitter.com/podolski10>. Acesso em: 16 dez. 2014.

nosso #ProntoFalei #final #lp10”.¹⁶ Além disso, o jogador postou uma mensagem de apoio à seleção brasileira na disputa pelo terceiro lugar, com uma foto em que aparece com a camisa amarela nos ombros: “Boa sorte hoje no jogo, estamos todos na torcida, muita raça, para frente #Brasil “CoraçãoVerdeAmarelo #Poldi”.¹⁷

Mas, no Twitter, Podolski não se limitou a postar mensagens apenas sobre a própria competição, como também sobre aspectos do dia a dia dos brasileiros, como a seguinte, postada no dia 10 de julho de 2014: “Já estou tão acostumado com o #Brasil que já estou até assistindo novela #Noveleiro #CoraçãoVerdeAmarelo #Brasil #poldi #aha”.¹⁸ Mas a mais marcante, também em português, foi a mensagem de apoio após a vexatória derrota do Brasil para a Alemanha pelo placar de 7 a 1:

Respeite a AMARELINHA com sua história e tradição, o mundo do futebol deve muito ao futebol brasileiro, que é e sempre será o país do futebol.

A vitória é consequência do trabalho, viemos determinados, todos nós crescemos vendo o Brasil jogar, nossos heróis que nos inspiraram são todos daqui.

Brigas nas ruas, confusões, protestos não irão resolver ou mudar nada, quando a copa acabar e nós formos embora, tudo voltará ao normal então muita paz e amor para esse povo maravilhoso, um povo humilde, batalhador e honesto um país que eu aprendi a amar.¹⁹ (grifo no original)

Essas e outras mensagens, evidentemente traduzidas ou mesmo escritas por outra pessoa, contabilizaram para Podolski, uma espécie de “embaixador da simpatia”, e para a seleção alemã a admiração e o carinho de vários torcedores brasileiros. No cômputo geral, isso também

16 Idem, 12 jul. 2014. Disponível em: <https://twitter.com/podolski10>. Acesso em: 16 dez. 2014.

17 Ibidem.

18 Idem, 10 jul. 2014. Disponível em: <https://twitter.com/podolski10>. Acesso em: 16 dez. 2014.

19 Idem, 09 jul. 2014. Disponível em: <https://twitter.com/podolski10>. Acesso em: 16 dez. 2014.

colaborou para assegurar aos comandados de Jogi Löw um ambiente mais que agradável em *terras brasilis*.

Anatomia de uma vitória avassaladora, ou um conto de fadas alemão

A imprensa alemã não poupou em expressões para definir a vitória acachapante dos comandados de Jogi Löw sobre a seleção de Felipão, no dia 8 de julho de 2014, em partida semifinal do Mundial do Brasil, disputada no Estádio do Mineirão (ou Minas Arena). No caderno especial sobre a Copa, publicado em 15 de julho de 2014 pelo *Bild*, tais expressões e adjetivos proliferam: “der Jahrhundert-Sieg” (“a vitória do século”) e “der Erfolg für die Ewigkeit” (“o sucesso para a eternidade”)²⁰ são apenas uma pequena amostra da importância e do impacto da vitória pelo placar de 7 a 1 para o futebol e para o torcedor alemão. E, acompanhando esse gesto, a chamada para a matéria no índice do caderno ressalta o significado memorialista para as gerações vindouras, bem como a tristeza dos adversários: “Ainda contaremos a nossos netos do 7 a 1 sobre o Brasil. Os heróis alemães falam como eles conseguiram esse feito. As lágrimas dos brasileiros”.²¹

Estas breves linhas já revelam um aspecto mais que evidente: o revestimento do evento com um discurso eufórico, construído com termos como “vitória”, “sucesso”, “eternidade” e “heróis”. Das 66 páginas que compõem o caderno especial do *Bild*, sete são reservadas ao 7 a 1. Não, não se trata de uma página dedicada a cada gol da Alemanha. Os sete gols em imagens que lembram um videogame assinalado com movimentação das jogadas ilustram as duas primeiras páginas (12 e 13), enquanto as duas seguintes são dedicadas a depoimentos dos jogadores sobre a vitória (14 e 15), seguidas por mais duas páginas que versam sobre a comemoração do selecionado “rubro-negro” (pelo me-

20 *BILD SPEZIAL*: Weltmeister – Unsere Helden, de 15 jul. 2014, p. 4.

21 No original: “Vom 7:1 über Brasilien im Halbfinale werden wir noch unseren Enkeln erzählen. Die deutschen Helden sprechen, wie sie es geschafft haben. Die Tränen der Brasilianer”. *Ibidem*, p. 4.

nos, naquela noite), e de torcedores e de amantes do futebol por todo o mundo (16 e 17). Essa sequência é encerrada por uma única página dedicada aos derrotados, com o título “Brasil sob choque: ‘a pior derrota de todos os tempos’”.²²

Retornemos às duas primeiras páginas: na margem esquerda da primeira delas, há uma coluna designada “Notícia de margem” (“Randnotiz”) e com o título “Batemos estes recordes contra o Brasil”.²³ Ao todo, nove recordes são listados, entre eles, o da marcação de um maior número de gols num curto espaço de tempo, a maior derrota de uma seleção anfitriã, a maior vitória em semifinal, além de Miroslav Klose ter se tornado o maior artilheiro das Copas. Tal “notícia de margem” auxilia na construção do discurso eufórico com seus superlativos, mas ainda é acompanhada de uma última nota breve, sob o título “Dito” (“Spruch”), composta por uma citação do jornal russo *Sowjetski Sport*: “Os teus olhos entendem isso, mas a razão não consegue concebê-lo”.²⁴

Na página seguinte, em que figura a matéria principal intitulada “A vitória do século” (“Der Jahrhundert-Sieg”), não assinada, o autor utiliza termos como “surreal” e “sonho” para tentar traduzir em palavras aquela partida: “O que aconteceu nesta noite em Belo Horizonte, é surreal feito um sonho. Mas mesmo com um 7 a 1 nós nunca teríamos ousado sonhar”.²⁵ Mesmo tais palavras, assim aponta o autor, esbarriariam em seus limites para poder traduzir, efetivamente, o ocorrido. Sabe-se que todo discurso eufórico é construído por superlativos e metáforas edificantes, mas parece que, para a magnitude do ocorrido, até os superlativos e metáforas se revelariam em seus limites.

Para legitimar seu argumento, o autor vale-se de uma citação do presidente da Federação Alemã de Futebol, Wolfgang Niersbach: “Sensacional, fabuloso – tudo fraco demais! É histórico para o fute-

22 No original: “Brasilien unter Schock: ‘Die schlimmste Niederlage aller Zeiten’”. Ibidem, p. 18.

23 No original: “Diese Rekorde stellten wir gegen Brasilien auf”. Ibidem, p. 12.

24 No original: “Deine Augen verstehen es, aber der Verstand kann es nicht fassen.” Ibidem, p. 12.

25 No original: “Was in dieser Nacht in Belo Horizonte passiert, ist so surreal wie ein Traum. Aber selbst von einem 7:1 haben wir nie zu träumen gewagt”. Ibidem, p. 13.

bol alemão, para o futebol mundial. Foi futebol de outro planeta”.²⁶ Portanto, do modo como o relato é construído, podemos concluir que os limites da linguagem – e do entendimento – se expressam também pela magnitude de eventos inesperados, que alçam ao inacreditável, como esse autor em plural majestático – “wir” (“nós”), como aquele que partilha, simbolicamente, da própria vitória – relata sobre um momento decisivo da partida: “Assim como fez o imponente Toni Kroos ao marcar o terceiro gol, também levamos as mãos ao rosto e pensamos: ‘Oh, meu bom Deus! O que está acontecendo aqui?’”²⁷

Mas se é difícil traduzir em palavras aquela partida, como definir o desempenho da seleção brasileira? Após o quinto gol, o articulista do jornal *Bild* assim definiu o desempenho das equipes: “O segundo, o terceiro, o quarto e o quinto gols são assinalados num espaço de seis minutos. Nossa seleção nacional liquida o Brasil, como se estes fossem escolares”.²⁸ “Schuljungen” – “escolares”, palavra que, aliás, na tradução, combina bem com o sobrenome do treinador derrotado. E reportando-se ao que o *Bild* publicara na edição do dia 9 de julho de 2014, o autor reforça a ideia de que, por gerações, a memória dessa partida será transmitida: “Ainda contaremos sobre esse jogo a nossos netos. Que nada, a nossos bisnetos. Em 100 anos a gente ainda ouvirá falar desse jogo.”²⁹ Assim, o próprio autor anuncia a construção do mito da vitória singular. Além disso, o autor menciona também a manchete de capa que foi publicada naquela edição: “Sem palavras” (“Ohne Worte”), e reitera, mais uma vez, o aparente limite da linguagem diante de um acontecimento inesperado, mesmo que positivo.

Por fim, o autor reflete sobre momentos inesquecíveis, sejam eles eufóricos ou disfóricos, que se fixam em nossa memória de um modo

26 No original: “Sensationell, märchenhaft – alles zu schwach! Das ist historisch für den deutschen Fußball, für den Welt-Fußball. Das war Fußball von einem anderen Stern.” Ibidem, p. 13.

27 No original: “[...] Wie der überragende Toni Kroos nach seinem Treffer zum 3:0 schlugen auch wir die Hände vors Gesicht, dachten: ‘Oh, du lieber Gott! Was geht denn hier ab?’” Ibidem, p. 13.

28 No original: “Die Tore zum 2:0, 3:0, 4:0 und 5:0 fallen innerhalb von sechs Minuten. Unsere Nationalmannschaft spielt Brasilien aus, als seien diese Schuljungen.” Ibidem, p.13.

29 No original: “Von diesem Spiel werden wir noch unseren Enkeln erzählen. Ach was, unseren Urenkeln. In 100 Jahren wird man noch von diesem Spiel sprechen.” Ibidem, p. 13.

permanente: “Nós que vivenciamos juntos essa noite histórica sempre nos recordaremos onde estávamos. Do mesmo modo como, por exemplo, por ocasião da Queda do Muro (positivo) ou no 11 de Setembro (negativo). *90 minutos, sete gols – uma vitória para a eternidade!*”³⁰ (grifos no original) É interessante notar que, nessa “anatomia” dos 7 a 1 apresentada pelo autor anônimo, na verdade, temos um 7 a 0! Além de não haver uma ilustração imagética para o gol de “(des)honra” brasileiro, ele simplesmente é eclipsado na visão alemã pela magnitude dos 7 gols.

Se o autor luta com as palavras para poder transmitir ao leitor algo que, do modo como é discursivamente construído, extrapolaria o nível de entendimento, vejamos o que os atores daquela partida têm a dizer. O título da coluna que ocupa duas páginas do caderno especial do *Bild* (14 e 15) é igualmente emblemático para a construção do discurso eufórico: “Nossos heróis contam sobre a noite mágica” (“Unsere Helden erzählen über die magische Nacht”).³¹ E as frases que são destacadas para alguns jogadores alemães refletem um misto de perplexidade e surpresa, como, por exemplo, o zagueiro central Hummels – “Não dá para esclarecer de modo racional o que ocorreu em campo”,³² e também o atacante Schürrle – “Não sabíamos o que devíamos dizer”.³³ Além destas e de outras frases de jogadores da seleção alemã, a coluna apresenta também em seu rodapé uma nota intitulada “Nossos 10 maiores jogos de todos os tempos” (“Unsere 10 größten Spiele aller Zeiten”),³⁴ na qual figura em primeiro lugar “O Milagre de Berna” (“Das Wunder von Bern”), reportando-se à conquista do primeiro Mundial para o país, aliás, num período em que a então Alemanha Ocidental tentava se reconstruir enquanto país e enquanto sociedade, conquista essa marcada pela vitória histórica contra a fortíssima se-

30 No original: “Wir, die diesen historischen Abend miterlebt haben, werden uns immer daran erinnern, wo wir ihn verbracht haben. So wie beispielsweise beim Mauerfall (positiv) oder am 11. September (negativ). *90 Minuten, sieben Tore – ein Sieg für die Ewigkeit!*” Ibidem, p. 13.

31 Ibidem, p. 14-15.

32 No original: “Rational nicht zu erklären, was auf dem Platz los war”. Ibidem, p. 15.

33 No original: “Wir wussten nicht, was wir sagen sollten”. Ibidem, p. 14.

34 Ibidem, p. 14-15.

leção húngara de Ferenc Puskás pelo placar de 3 a 2.³⁵ Mas, logo em segundo lugar já figura “O Milagre de Belo Horizonte” (“Das Wunder von Belo Horizonte”), acompanhado do seguinte texto: “A Alemanha bate o anfitrião Brasil em 8 de julho de 2014, na semifinal da Copa do Mundo por um placar de 7 a 1 (!). A maior vitória de todos os tempos em uma semifinal de Copa do Mundo.”³⁶

Por sua vez, o olhar do articulista na única página reservada aos derrotados (18) volta-se para o “estado de choque” em que ficou o país anfitrião. Para isso, o autor lança mão de citações da imprensa internacional – do jornal português *A Bola* –, do ex-goleiro da seleção alemã Oliver Kahn, dos jogadores brasileiros Neymar e Fred, e do treinador Luiz Felipe Scolari. A frase do jornal *A Bola*, por exemplo, reforça a ideia de que a derrota avassaladora representa um marco no futebol brasileiro: “Após esta semifinal o futebol brasileiro não será mais o mesmo’.”³⁷ A matéria é ilustrada por três fotografias: uma delas destaca três torcedores brasileiros nas arquibancadas; outra apresenta a imagem do torcedor gaúcho Clóvis Acosta Fernandes, que já se tornou símbolo da torcida brasileira; a última foto mostra os jogadores David Luiz e Luiz Gustavo ajoelhados, segundos antes do pontapé inicial, orando. As legendas das fotografias, enquanto paratextos, também reforçam, de modo descritivo e até mesmo redundante, o que as imagens já transmitem. Na maior delas, com os três torcedores brasileiros, figura a seguinte legenda: “Espanto, raiva e decepção em uma imagem. Enquanto o torcedor com o sombrero olha incrédulo para o campo, o torcedor no centro morde de raiva a sua camisa, após já ter rasgado com seus dentes uma bandeira, da qual ele ainda segura nas mãos apenas um retalho. A mulher, decepcionada com o desempenho, faz um gesto

35 CORNELSEN, Elcio Loureiro. Sentimento e política no futebol alemão – construções da ‘nação’ em 1990 e 2006. *História: Questões & Debate*, Curitiba, n. 57, p. 73-99, jul.-dez./2012, aqui p. 77. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/historia/article/viewFile/30573/19765>. Acesso em: 16 dez. 2014.

36 No original: “Deutschland schlägt Gastgeber Brasilien am 8. Juli 2014 im WM-Halbfinale mit 7:1 (!). Der höchste WM-Halbfinal-Sieg aller Zeiten.” UNSERE HELDEN erzählen über die magische Nacht. *Bild Spezial: Weltmeister – Unsere Helden*, de 15 jul. 2014, p. 14-15, aqui p. 14.

37 No original: “Nach diesem Halbfinale wird der Fußball in Brasilien nie mehr so sein, wie es war’.” *Ibidem*, p. 18.

voltando os dois polegares para baixo”.³⁸ E a foto do torcedor símbolo também é acompanhada de legenda descritiva que procura dar conta da decepção e da tristeza estampada em seu rosto: “Estes olhos tristes de Clóvis Acosta Fernandes, este rosto aflito, este gesto com a réplica da taça nos braços comoveu milhões de telespectadores”.³⁹

Além disso, algo até mesmo inevitável, o articulista compara a derrota da seleção brasileira na semifinal da Copa de 2014 com a derrota de 1950. Ao invés de redimi-la historicamente com a conquista do hexacampeonato, a derrota de 8 de julho de 2014 na Minas Arena – o “local da vergonha” (“Ort der Schande”)⁴⁰ – superou-a em sua simbologia: “Eles queriam fazer história com o sexto título mundial, o primeiro no próprio país. Ainda pensam na oportunidade perdida no Mundial de 1950, eles desprezam os jogadores daquela época, mesmo 54 anos depois esta equipe é para grande parte dos brasileiros um amontoado de fracassados”.⁴¹ E o articulista conclui que a derrota terá consequências negativas para a imagem dos jogadores e da comissão técnica: “Agora, estes 90 minutos de terror. Já se prevê: jogadores e treinador podem fazer o que quiserem nos próximos anos – todos os envolvidos estarão para sempre e eternamente associados a esta humilhação”.⁴²

Além do caderno especial do *Bild*, publicado dois dias após o encerramento da Copa, selecionamos também, para este breve estudo do

38 No original: “Entsetzen, Wut und Enttäuschung auf einem Bild. Während der Hutträger entsetzt auf den Platz schaut, beißt der Fan in der Mitte aus Wut in sein Trikot. Zuvor hat er mit seinen Zähnen bereits eine Fahne zerbissen, von der er nur noch einen Fetezen in der Hand hält. Die enttäuschte Frau zeigt für die Leistung zwei Daumen nach unten.” Ibidem, p. 18.

39 No original: “Diese traurigen Augen von Clovis Acosta Fernandes, dieses kommervolle Gesicht, diese Gste mit nachbegauten Welpokal im Arm berührte Millionen Fernseh-Zuschauer.” Ibidem, p. 18.

40 Ibidem, p. 18.

41 No original: “Sie wollten Geschichte schreiben mot dem sechsten WM-Titel, dem ersten im eigenen Land. An die verpasste Weltmeisterschaft 1950 denken sie immer noch, sie verschmähen die Spieler von damals, auch 54 Jahre später ist diese Truppe für den Großteil der Brasilianer ein Sammelsurium an Versagern.” Ibidem, p. 18.

42 No original: “Jetzt diese 90 Horror-Minuten. Man ahnt es: Spieler und Trainer können in den nächsten Jahren machen, was sie wollen – alle Beteiligten werden für immer und ewig mit dieser Erniedrigung in Verbindung stehen.” Ibidem, p. 18.

Brasil 1 x 7 Alemanha, 25 matérias publicadas no dia 9 de julho de 2014 por veículos de imprensa na Internet, entre eles, os jornais *Der Tagesspiegel*, *Die Zeit*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ), *Tageszeitung* (TAZ), *Stuttgarter Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung* e *Bild*, todos em versão online, bem como revistas, entre elas, *Focus*, *Spiegel*, *Stern* e *Kicker*, além de emissoras e programas, como *Deutschlandfunk*, *n-tv*, *ran*, *Sportschau*, *ZDF Sport* e *ZDF heute*.

De modo panorâmico, selecionamos algumas manchetes publicadas ainda no calor da vitória: “Die größte Demütigung der Fußballgeschichte” (“A maior humilhação da história do futebol” – *Der Tagesspiegel*)⁴³; “Brasilien ist erniedrigt. Brasilien heult” (“O Brasil está humilhado. O Brasil chora copiosamente” – *Die Zeit*)⁴⁴; “Das siebte Fußball-Wunder” (“A sétima maravilha do futebol” – *Frankfurter Allgemeine Zeitung*)⁴⁵; “Ein Abend wie ein Begräbnis für Brasilien” (“Uma noite como um funeral para o Brasil” – *Frankfurter Allgemeine Zeitung*)⁴⁶; “Für die Ewigkeit: Der Super-Sieg im Minutenprotokoll” (“Para a eternidade: A vitória magnífica assinalada minuto a minuto” – *Focus*)⁴⁷; “7:1! Entfesselte DFB-Elf demontiert Brasilien” (“7 a 1! Livre e desimpedido, o selecionado da DFB desmantela o Brasil” – *Kicker*)⁴⁸; “Deutschland walzt sich ins WM-Finale” (“A Alemanha passa o rolo compressor rumo à

43 DIE GRÖßTE Demütigung der Fußballgeschichte. *Der Tagesspiegel*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.tagesspiegel.de/sport/wm-2014-pressestimmen-zum-brasilien-aus-die-groesste-demuuetigung-der-fussballgeschichte/10172776.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

44 BRASILIEN IST erniedrigt. Brasilien heult. *Die Zeit*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.zeit.de/sport/2014-07/fussball-wm-halbfinaled-deutschland-brasilien-pressestimmen>. Acesso em: 11 dez. 2014.

45 DAS SIEBTE Fußball-Wunder. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball-wm/spielberichte/wm-halbfinaled-deutschland-demuuetigt-brasilien-mit-7-1-13034983.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

46 EIN ABEND wie ein Begräbnis für Brasilien. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball-wm/1-7-ein-abend-wie-ein-begraebnis-fuer-brasilien-13035036.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

47 FÜR DIE EWIGKEIT: Der Super-Sieg im Minutenprotokoll. *Focus*, 09 jul. 2014. Disponível em: http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/deutsches-team/wm-2014-halbfinaled-live-d_id_3976186.html. Acesso em: 11 dez. 2014.

48 7:1! ENTFESSELTE DFB-Elf demontiert Brasilien. *Kicker*, 09 jul. 2014. Disponível em: http://www.kicker.de/news/fussball/wm/startseite/weltmeisterschaft/2014/6/1417879/spielbericht_brasilien-9. Acesso em: 11 dez. 2014.

final da Copa” – *n-tv*)⁴⁹; “7:1 – Deutschland demütigt Brasilien” (“7 a 1 – A Alemanha humilha o Brasil” – *Sportschau*)⁵⁰; “Deutschland jubelt, Brasilien weint” (“A Alemanha comemora, o Brasil chora” – *Stuttgarter Zeitung*)⁵¹; “Ein Spiel wie ein Autounfall” (“Um jogo como um acidente de automóvel” – *TAZ*)⁵²; “Massaker auf Weltniveau” (“Massacre em nível mundial” – *ran*)⁵³; “Siebter Himmel” (“Sétimo céu” – *Süddeutsche Zeitung*)⁵⁴; e “7:1! DFB-Elf tanzt Samba mit Brasilien” (“7 a 1! O selecionado da DFB dança samba com o Brasil” – *ZDF Sport*).⁵⁵

Ao analisarmos essas 13 manchetes, reconhecemos algumas incidências: quatro delas apontam para a humilhação pela derrota; duas delas destacam o sofrimento e o choro da torcida brasileira; seis manchetes ressaltam o caráter hiperbólico da vitória; quatro manchetes apresentam a goleada como um espécie de “acidente” ou ato violento com vítimas, aludindo a “desmantelar”/“demolir”, “passar o rolo compressor”, a “enterro”, a “massacre”, ou mesmo a “acidente de automóvel”/“atropelamento”; a última manchete, aliás, ironiza a derrota brasileira a partir de um aspecto cultural: ao “dançar samba com o Brasil”, a seleção alemã teria posto o Brasil “na roda”, ao sabor de seu próprio ritmo.

49 DEUTSCHLAND WALZT sich ins WM-Finale. *n-tv*, 09 jul. 2014. Disponível em: http://www.n-tv.de/sport/fussball_wm_2014/Deutschland-walzt-sich-ins-WM-Finale-article13175461.html. Acesso em: 11 dez. 2014.

50 7:1 – DEUTSCHLAND demütigt Brasilien. *Sportschau*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sportschau.de/fussball/fifawm2014/nachrichten/spielbericht-brasilien-gegen-deutschland100.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

51 DEUTSCHLAND JUBELT, Brasilien weint. *Stuttgarter Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.netzreaktionen-zum-wm-halbfinale-deutschland-jubelt-brasilien-wei>. Acesso em: 11 dez. 2014.

52 EIN SPIEL wie ein Autounfall. *Tageszeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.taz.de/!142050/>. Acesso em: 11 dez. 2014.

53 MASSAKER AUF Weltniveau. *ran online*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.ran.de/fussball/weltmeisterschaft/news/pressestimmen-massaker-auf-weltniveau-130148>. Acesso em: 11 dez. 2014.

54 SIEBTER HIMMEL. *Süddeutsche Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sueddeutsche.de/sport/deutschlands-einzug-ins-wm-finale-siebter-himmel-1.2037913>. Acesso em: 11 dez. 2014.

55 7:1! DFB-ELF tanzt Samba mit Brasilien. *ZDF Sport*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.zdfsport.de/fussball-wm-2014-nachbericht-zum-halbfinale-brasilien-gegen-deutschland-33950194.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

Por sua vez os *leads* das matérias, ou seja, os primeiros parágrafos que resumem e destacam os principais pontos a serem tratados, também procuram pontuar a magnitude da vitória como um acontecimento que ficará na memória do torcedor alemão. Um exemplo disso é o *lead* publicado no jornal *Bild*, em 9 de julho de 2014, em matéria sob o título de “Danke! Wir lieben euch” (“Obrigado! Nós vos amamos”): “Mas que futebol exuberante em êxtase, essa vitória louca na semifinal contra o Brasil, o anfitrião e pentacampeão do Mundo. Ainda contaremos sobre isso a nossos filhos”.⁵⁶

O *lead* da matéria intitulada “Ein Abend wie ein Begräbnis für Brasilien” (“Uma noite como um funeral para o Brasil”), publicada no *Frankfurter Allgemeine Zeitung* em 9 de julho de 2014⁵⁷, destaca a derrota maiúscula da seleção brasileira e alude ao fracasso na Copa de 1950: “O plano de jogo ofensivo do treinador Luiz Felipe Scolari fracassa terrivelmente rápido. A Seleção vivencia com o placar de 1 a 7 contra a Alemanha o maior pesadelo do futebol brasileiro desde 1950”.⁵⁸ Basicamente, três elementos constituem nesse *lead* o discurso disfórico sobre o desempenho da seleção brasileira: “fracassa terrivelmente rápido”, “o maior pesadelo”, e a alusão à Copa de 1950. Assim como no discurso eufórico, constata-se o emprego de adjetivação que intensifica, negativamente, a ação, bem como o uso do superlativo ou mesmo de alguma metáfora. E essa similaridade entre os dois discursos, pelo menos em termos linguísticos, demonstra que o evento é apenas um – a partida –, e esta será significada a partir de dois olhares distintos: dos vencedores (discurso eufórico) e, respectivamente, dos vencidos (discurso disfórico).

56 No original: “Was für ein geiler Fußball-Rausch, dieser Wahnsinns-Sieg im Halbfinale gegen Brasilien, den WM-Gastgeber und fünfmaligen Weltmeister. Davon werden wir noch unseren Kindern erzählen.” DANKE! WIR lieben euch. *Bild*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.bild.de/sport/fussball/2014fifaworldcup/22-bra-ger-spielbericht-36174476.bild.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

57 EIN ABEND wie ein Begräbnis für Brasilien. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball-wm/1-7-ein-abend-wie-ein-begraebnis-fuer-brasilien-13035036.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

58 No original: “Der Offensivplan von Brasiliens Trainer Luiz Felipe Scolari scheitert fürchterlich schnell. Die Seleção erlebt beim 1:7 gegen Deutschland den größten Alptraum des brasilianischen Fußballs seit 1950.” Ibidem.

Em estudo anterior sobre o trauma da derrota de 1950,⁵⁹ já havíamos constatado que o “Maracanazo” era narrado de maneiras distintas por uruguaiois e por brasileiros. Enquanto os primeiros atribuem aos jogadores da celeste olímpica um sentido heróico, vitorioso em terras distantes, os últimos veriam a derrota como um fracasso profundo, em que não faltam os bodes expiatórios – o goleiro Barbosa, o zagueiro Juvenal e o lateral esquerdo Bigode, uma “batalha” comemorada de véspera e perdida dentro da própria casa. Evidentemente que, desta vez, não se comemorava de véspera uma possível vitória contra a Alemanha na semifinal, uma vez que a campanha da seleção brasileira até então tinha sido quando muito regular. Nesse sentido, concordamos com Marcelino Rodrigues da Silva que, num lúcido e breve ensaio publicado recentemente, estabelece uma distinção quanto ao mito da derrota de 1950 e o que ocorreu em 2014:

Mas a Copa, afinal, é apenas futebol. O tempo do jogo já passou e a vida voltou ao normal. O tsunami humorístico que se seguiu à derrota brasileira teve o condão de lavar nossa alma e nos deixar livres de qualquer trauma, de qualquer peso na consciência ou na memória. Não restou nada parecido com o que foi (ou imaginamos ter sido) a derrota de 1950. [...] ⁶⁰

137

Retomando a análise, outro *lead* que reitera o sentido de “desastre” para a seleção brasileira e de “triunfo” para a seleção alemã foi publicado na matéria intitulada “7:1! Entfesselte DFB-Elf demontiert Brasilien” (“7 a 1! Livre e desimpedido, o selecionado da DFB dismantela o Brasil”, da revista *Kicker*, especializada em futebol: ⁶¹

59 CORNELSEN, Elcio Loureiro. A memória do trauma de 1950 no testemunho do goleiro Barbosa. *Esporte e Sociedade*, ano 8, n. 21, p. 1-15, mar. 2013.

60 SILVA, Marcelino Rodrigues da. O que foi feito do país do futebol? In: SILVA, Marcelino Rodrigues da. *Quem desloca tem preferência: ensaios sobre futebol, jornalismo e literatura*. Belo Horizonte: Relicário, 2014, p. 285-288, aqui p. 288.

61 7:1! ENTFESSELTE DFB-Elf demontiert Brasilien. *Kicker*, 09 jul. 2014. Disponível em: http://www.kicker.de/news/fussball/wm/startseite/weltmeisterschaft/2014/6/1417879/spielbericht_brasilien-9. Acesso em: 11 dez. 2014.

Inconcebível. Histórico. Loucura. A Alemanha derrota o Brasil na semifinal da Copa pelo placar de 7 a 1! Traduzido em palavras: sete a um. No primeiro tempo o time de Joachim Löw jogou como que em êxtase, marcou quatro tentos num espaço de seis minutos. Dentre eles, o 16º gol de Miroslav Klose em Copas do Mundo, ascendendo ao posto de melhor artilheiro de todos os tempos em Mundiais. A seleção brasileira foi atropelada, estava simplesmente sem forças. Após a mudança de lado, Schürrle ainda marcou em dose dupla – e a dose para o anfitrião estava perfeita. Que jogo de futebol bizarro.⁶²

Nota-se, pela terminologia empregada pelo articulista, que o “triunfo” vai para além da própria vitória, pois esta palavra, dada a dimensão do efetivamente ocorrido, ficaria aquém do próprio fenômeno. “Inconcebível. Histórico. Loucura. [...] Que jogo de futebol bizarro.” – Temos aqui o emolduramento do ocorrido, que ainda conta com o espanto do sujeito da enunciação, a ter de repetir para si e para o leitor o placar: “A Alemanha derrota o Brasil na semifinal da Copa pelo placar de 7 a 1! Traduzido em palavras: sete a um.” Já o sentido de desastre surge na frase, no texto do *lead*, dedicada ao derrotado – “A seleção brasileira foi atropelada, estava simplesmente sem forças.” –, bem como, de forma irônica, na frase “a dose para o anfitrião estava perfeita”, referindo-se ao placar maiúsculo atingido com os dois gols de Schürrle na segunda etapa da partida.

Esse misto de perplexidade e alegria pela vitória do selecionado alemão fica patente também numa matéria, intitulada “Für die Ewigkeit: Der Super-Sieg im Minutenprotokoll” (“Para a eternidade: A vitória magnífica assinalada minuto a minuto”),⁶³ e publicada simul-

62 No original: “Unfassbar. Historisch. Wahnsinn. Deutschland schlägt Brasilien im WM-Halbfinale mit 7:1! In Worten: Sieben zu eins. Dabei spielte sich die Löw-Elf im ersten Durchgang in einen Rausch, erzielte binnen sechs Minuten vier Treffer. Darunter auch das 16. WM-Tor für Miroslav Klose, der zum besten WM-Torjäger aller Zeiten aufstieg. Die Seleção wurde überrollt, war einfach nur hilflos. Nach dem Seitenwechsel legte Schürrle noch einen Doppelpack nach – und die Packung für den Gastgeber war perfekt. Was für ein bizarres Fußballspiel.” Ibidem.

63 FÜR DIE EWIGKEIT: Der Super-Sieg im Minutenprotokoll. *Focus*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/deutsches-team/wm-2014-halbfinal>

taneamente à partida na página *online* da revista *Focus*, composta por frases minuto a minuto. Já no segundo gol, assinalado por Miroslav Klose, o articulista ressalta o impacto na seleção brasileira: “Recorde de gols, a Alemanha amplia, o Brasil chocado”.⁶⁴ O terceiro gol também recebe um comentário similar: “Estão passados, os brasileiros”.⁶⁵ E o quarto tento, assinalado aos 26 minutos do primeiro tempo, faz com que o articulista não mais se contenha e decrete a classificação antecipada de sua seleção: “Gol da Alemanha, 4 a 0, marcado por Toni Kroos! Khedira e Müller contra-atacam a seleção brasileira, numa jogada fulminante. Final! Ah, isso nem parece verdade. O que é que eles estão fazendo? Solto, Kross manda a bola na rede. Aqui, os torcedores em amarelo e azul choram coletivamente”.⁶⁶ E o quinto gol assinalado aos 29 minutos faz com que o articulista perca o controle: “Gol da Alemanha, 5 a 0, marcado por Sami Khedira! Façam as coisas aqui sozinhos. Não tem mais sentido. Cinco a zero. Cinco. Uma cópia do quarto gol, só que desta vez Özil e Khedira tabelam soltos. Khedira é quem, desta vez, manda a bola para as redes. Cinco a zero”.⁶⁷

Diante dessa sequência de gols, o articulista não mais se contém e dispara uma série de frases que espelham com precisão o calor da emoção diante do inusitado. Há uma pausa temporal entre o 29º minuto, quando Khedira assinalou o quinto gol, e o próximo apontamento, feito no 36º minuto, um longo “silêncio” que significa muito: “Pois é, devagar estamos retomando aqui. Quatro gols em seis minutos, o sistema aqui cai de joelhos. Quando Höwedes marcará mais um?”⁶⁸ E

le-live-d_id_3976186.html. Acesso em: 11 dez. 2014.

64 No original: “Torrekord, Deutschland obenauf, Brasilien geschockt.” Ibidem.

65 No original: “Sie sind fertig, die Brasilianer.” Ibidem.

66 No original: “TOR für Deutschland, 0:4 durch Toni Kroos! Khedira und Müller kontern Brasilien auseinander, dass es nur so qualmt. Finale! Ach, komm, das ist doch nicht wahr. Was machen die den da? Kross schiebt locker ein. Hier heulen kollektiv die Fans in Gelb und Blau.” Ibidem.

67 No original: “TOR für Deutschland, 0:5 durch Sami Khedira! Macht doch euer Zeug hier alleine. Hat doch keinen Zweck mehr. Fünf zu null. Fünf. Eine Kopie des vierten Tors, nur diesmal schieben sich Özil und Khedira den Ball locker zu. Khedira ist diesmal derjenige, der ihn über die Linie drückt. Fünfnull.” Ibidem.

68 No original: “So, langsam kommen wir hier hinterher. Vier Toren in sechs Minuten, da geht hier das System in die Knie. Wann macht Höwedes noch eins?” Ibidem.

aos 40 minutos, um lampejo de misericórdia: “Juizinho, vê se encerra o jogo agora. Os brasileiros só nos dão pena. E os torcedores vêm abaixo coletivamente, no estádio e na praia de Copacabana. Mas muitos ainda incentivam sua equipe”.⁶⁹ Até o fim do primeiro tempo marca para o articulista o fim do jogo: “Intervalo, e até dá impressão que é o final da partida”.⁷⁰ Ao iniciar seus comentários no intervalo, uma dura crítica aos jogadores brasileiros: “Nem no Playstation é tão rápido assim. Em algum lugar deve haver uma falha na lógica, um erro na placa mãe. Ou então este não é um jogo de semifinal de Copa. Os caras com as camisas do Brasil são imitações, impostores”.⁷¹

A derrota da seleção brasileira com um placar maiúsculo se tornaria, aliás, motivo de piada de alcance mundial. Se o articulista já brinca com isso na cobertura minuto a minuto da partida, nos dias seguintes, a Internet seria inundada por uma avalanche de imagens e frases que satirizavam o “Mineirazo”. Numa delas, publicada na página do *Stuttgarter Zeitung* na Internet, em 9 de julho de 2014, aparece um “resumo” da partida segundo a visão alemã:

0-1: Gooooo!
 0-2: Goooo!
 0-3: Gol!
 0-4: Sorry!
 0-5: Ah, que merda...
 0-6: Quem foi desta vez?
 0-7: Quando vai ser o happy hour?
 1-7: Ainda bem.⁷²

69 No original: “Schiri, mach doch einfach Schluss jetzt. Die Brasilianer tun einem nur leid. Und die Fans brechen kollektiv zusammen, im Stadion und an der Copacabana. Viele feuern ihre Mannschaft aber weiterhin unentwegt an.” Ibidem.

70 No original: “Halbzeit, und es fühlt sich wie der Schlusspfiff an.” Ibidem.

71 No original: “Das geht sonst nicht mal auf der Playstation so schnell. Irgendwo muss ein Loch in der Logik sein, ein Fehler in der Matrix. Oder das ist gar kein WM-Halbfinale. Die Typen da in Brasilien-Trickots sind Attrappen, Hochstapler.” Ibidem.

72 No original: 0-1: Tooooo! / 0-2: Tooor! / 0-3: Tor! / 0-4: Sorry! / 0-5: Ach du scheisse... / 0-6: Wer war diesmal? / 0-7: Ist bald mal feierabend? / 1-7: Gern geschehen. DEUTSCH-

Além de piadas e imagens satirizando a derrota, os veículos de imprensa alemães publicaram também citações de frases que repercutiam o resultado da partida em matérias publicadas pela imprensa mundial. Destacamos, a seguir, algumas delas, veiculadas pelo site oficial do Campeonato Alemão, a *Bundesliga*, sob o título de “Presse: Deutschland läuft auf dem Wasser” (“Imprensa: A Alemanha caminha sobre as águas”), que apresenta o seguinte *lead*:

Colônia: Após a vitória histórica contra o Brasil por 7 a 1 (5 a 0) na semifinal da Copa, a imprensa nacional e internacional se curva diante do desempenho da seleção alemã. Nas comemorações pelo desempenho impressionante do time da DFB há também um misto de espanto pela apresentação decepcionante do anfitrião.⁷³

Além de citar alguns trechos de matérias, o site da *Bundesliga* apresenta também reproduções das primeiras páginas de importantes jornais, com destaque para as manchetes, como a do francês *L'Equipe* – “Incroyable”, do italiano *La Gazzetta dello Sport* – “Toda Tristeza”, ou ainda do espanhol *AS* – “1:7 – Massacre mundial”. Outras manchetes são apenas citadas em língua alemã: “Ein Abend des Alptraums in Belo Horizonte” (“Uma noite de pesadelo em Belo Horizonte”), do francês *Le Monde*; “Unglaubliches Debakel für Brasilien. Deutschland läuft quasi auf dem Wasser” (“Derrocada inacreditável para o Brasil. A Alemanha quase que caminha sobre as águas”), do jornal francês *Libération*; “Braziliens Höllen-Nacht” (“Noite de inferno para o Brasil”), do britânico *Daily Mail*; “Brasilien gedemütigt von brutalen Deutschen”

LAND JUBELT, Brasilien weint. *Stuttgarter Zeitung*, 9 jul. 2014. Disponível em: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.netzreaktionen-zum-wm-halbfinale-deutschland-jubelt-brasilien-wei>. Acesso em: 11 dez. 2014.

73 No original: “Köln – Nach dem historischen 7:1 (5:0)-Sieg im WM-Halbfinale gegen Brasilien verneigt sich die nationale und internationale Presse vor der Leistung der deutschen Nationalmannschaft. In den Jubeln über die beeindruckende Leistung des DFB-Teams mischt sich aber auch Entsetzen über den enttäuschenden Auftritt des Gastgebers.” Presse: DEUTSCHLAND LÄUFT auf dem Wasser. *Bundesliga*, 09 jul. 2014. Disponível em: www.bundesliga.de/de/wettbewerbe/wm2014/news/pressestimmen-deutschland-vs-brasilien-reaktionen-wm-2014-halbfinale.php. Acesso em: 11 dez. 2014.

(“O Brasil é humilhado por alemães brutais”), do britânico *Daily Telegraph*; “Ewige Schmach” (“Ultraje eterno”), do espanhol *Marca*; “Die größte Schande in der Geschichte” (“A maior vergonha na História”), do brasileiro *Lance*; e “Schande im Lande des Fußballs” (“Vergonha na terra do futebol”), do brasileiro *O Dia*.⁷⁴ Trata-se, aliás, de uma estratégia discursiva comum na imprensa, ao lançar mão de outras fontes, como que se utilizasse e, ao mesmo tempo se, eximisse das opiniões veiculadas por terceiros.

Finale, oho, Finale, oho-oho, ou a hora e a vez de super Mario Götze e Co.

Quando a partida semifinal envolvendo as seleções do Brasil e da Alemanha já apresentava o placar de 5 a 0, ecoava do setor das arquibancadas em que se concentravam os torcedores alemães o canto de “Finale, oho, Finale, oho-oho”, ao ritmo da canção “Volare”. Mesmo tendo transcorrido apenas 30 minutos de partida, nem o mais cético dos torcedores acreditaria que sua seleção não estaria na final, no Rio de Janeiro, no domingo seguinte.

Devido à campanha e, sobretudo, à fantástica partida da semifinal, o selecionado alemão chegou ao Rio credenciado a ficar com o título, tendo pela frente um adversário tradicional: a Argentina. De certo modo, a Alemanha já havia “exorcizado” esse mesmo adversário em 2010, na África do Sul, com atuação impecável de jogadores como Schweinsteiger e Thomas Müller. Desta vez, tratava-se do tão sonhado tetracampeonato, 24 anos após a última conquista contra a própria Argentina, em julho de 1990, na Itália, quando, aliás, o país anda passava pelo processo de Reunificação.

Como não poderia deixar de ser, a grande final que coroou a conquista do título com atuação eficiente do selecionado alemão foi cantada e decantada pela imprensa. Desta feita, o discurso eufórico conheceu seu ápice, num autêntico caudal de superlativos e metáforas. Para o articulista do *Bild*, após disputa equilibrada, já na segunda eta-

pa da prorrogação, Mario Götze teria assinalado “um gol fantástico” (“ein phantastisches Tor”), e a conquista teria ocorrido numa “noite mágica” (“magische Nacht”).⁷⁵ O gol e a vitória teriam sido “Götzlich”, num trocadilho com a palavra “göttlich” (“divino”), e “a equipe inteira tornou-se imortal com o título mundial”.⁷⁶

Sem dúvida, para a imprensa alemã, Mario Götze aparece no centro dos holofotes. Isto pode ser constatado pelo número elevado de manchetes publicadas, que faziam menção ao gol do título: “Weltmeister dank Götzes Traumtor” (“Campeão mundial graças ao gol onírico de Götze” – *Berliner Zeitung*); “Schwarz-Rot-Götze” (“Preto-Vermeelho-Götze”, num trocadilho com a palavra “Gold” – “ouro”/“dourado” – *Hamburger Abendblatt*); “Deutschland ist Weltmeister: Götze macht 1:0 gegen Argentinien” – “A Alemanha é campeã mundial: Götze faz 1 a 0 contra a Argentina” – *Spiegel Online*); “Erlöser Götze – Deutschland ist Weltmeister” (“Götze Redentor – a Alemanha é campeã mundial” – num trocadilho com a imagem do “Cristo Redentor” – *Frankfurter Allgemeine Zeitung*); “Mario Götze als Joker im WM-Finale – Götzinho ist zurück” (“Mario Götze como coringa na Final da Copa – Götzinho voltou” – modo carinhoso como Götze é chamado por torcedores e pela imprensa, em alusão a Ronaldinho e ao “jogo bonito” dos brasileiros – *Süddeutsche Zeitung*).⁷⁷

A lista é, simplesmente, longa, mas já podemos deduzir dessas manchetes que o jogador, que sairia do banco aos 43 minutos da segunda etapa para substituir Miroslav Klose, o maior artilheiro em Copas de todos os tempos, entraria para a história de sua seleção e do futebol mundial.

75 DIE MAGISCHE Nacht von Rio. *Bild Spezial*: Weltmeister – Unsere Helden, de 15 jul. 2014, p. 6-7, aqui p. 6.

76 No original: “Die ganze Mannschaft hat sich mit dem Weltmeister-Titel unterblich gemacht.” Ibidem, p. 9.

77 MARIO GÖTZE als Joker im WM-Finale – Götzinho ist zurück. *TZ*, 16 jul. 2014. Disponível em: <http://www.tz.de/sport/fussball/pressestimmen-wm-finale-deutschland-argentinien-internationale-reaktionen-zr-3697116.html>. Acesso em: 16 dez. 2014.

O que resta da Copa, ou o legado alemão

Por vezes, neste texto, nos referimos à seleção alemã como os “conquistadores”, numa associação à simbologia que o Campo Bahia, enquanto sede da DFB no Brasil durante a Copa, assumiu por sua localização próxima a Santa Cruz Cabrália, onde a esquadra de Cabral aportou em 1500, ou mesmo pelo significativo encontro com os índios pataxós. Todavia, esse termo foi empregado pela própria imprensa alemã, que tratou de designar os jogadores como “Konquistadoren” após a conquista da Copa. Um exemplo disso é a matéria “Herzliche Konquistadoren aus Alemanha” (“Cordiais conquistadores da Alemanha”,⁷⁸ assinada por Peter Burghardt e publicada no *Süddeutsche Zeitung* em 14 de julho de 2014. E o *lead* procura esclarecer o significado com que o termo é empregado: “O selecionado da DFB atua como perfeito embaixador na América do Sul: Os visitantes da Europa distante vieram como conquistadores para o Brasil, mas eles conquistaram o país com discrição, simpatia e modos. Agora, parece até que muitos latinos gostariam de serem um pouco alemães”.⁷⁹

Ainda se falará e se escreverá muito sobre a Copa de 2014. Inegavelmente, a atuação da seleção alemã em *terras brasílicas* e a mais que merecida conquista do torneio tornaram-se parte de um capítulo especial da história do futebol mundial. O Campo Bahia, localizado em Santo André, a 30 km de distância de Porto Seguro, que abrigou o selecionado comandado por Jogi Löw, seguiu seu curso e, hoje, é um resort associado a um projeto sociocultural que atende à região. Construída com financiamento de investidores alemães, a sede da concentração da seleção alemã ultrapassou a sua funcionalidade primeira, para tornar-

78 BURGHARDT, Peter. Herzliche Konquistadoren aus Alemanha. *Süddeutsche Zeitung*, 14 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sueddeutsche.de/sport/sympathien-fuer-weltmeister-deutschland-die-netten-konquistadoren-aus-alemanha-1.2046185>. Acesso em: 16 dez. 2014.

79 No original: “Die DFB-Elf wirkt als perfekter Botschafter in Südamerika: Die Besucher aus dem fernen Europa kamen wie Konquistadoren nach Brasilien, aber sie eroberten das Land mit Zurückhaltung, Mitgefühl und Manieren. Jetzt sieht es so aus, als seien viele Latinos gerne ein bisschen deutsch.” Ibidem.

-se exemplo de planejamento, aliás, planejamento este minucioso e eficaz nos mais diversos âmbitos.

Inegavelmente, foi um “conto de fadas de verão” (“Sommermärchen”), como anuncia a página www.sommermaerchen2014.com,⁸⁰ retomando o título do documentário *Deutschland. Ein Sommermärchen*, de Sönke Wortmann, sobre o Mundial de 2006, e remetendo também à obra do poeta Heinrich Heine, *Deutschland. Ein Wintermärchen* (“Alemanha. Um conto de fadas de inverno”), de 1844. Por assim dizer, o desempenho da seleção alemã em 2014 teria concluído um processo que já vinha se desenvolvendo desde a Copa de 2006, com a conquista do terceiro lugar na própria casa.

Encerramos nossas conjecturas com uma mensagem postada em português por Lukas Podolski no Twitter, no dia 14 de julho de 2014, intitulada em inglês como “Thank you Brazil!!”, que ilustra bem o planejamento também na ordem das relações humanas, mesmo que não tenhamos condições de responder à pergunta do correspondente da revista *Stern*, Matthias Schneider, anteriormente citada – “Campanha de charme ou autêntico intercâmbio cultural?”:⁸¹

Vamos deixar um legado.

Estamos partindo mas nossos corações

ficam aqui, E UM DIA EU VOLTO.

#CoraçãoVerdeAmarelo #ForçaBrasil e é

claro #TamoJunto e tipo misturado.⁸² (grifo no original)

80 DER LETZTE macht das Licht aus. Disponível em: <http://sommermaerchen2014.com/>. Acesso em: 17 dez. 2014.

81 No original: “Charmecampagne oder ehrlicher Kulturaustausch?” SCHNEIDER, Matthias. Wie die DFB-Elf sich mit den Pataxó-Indianern verbündete. *Stern*, 09 jun. 2014. Disponível em: <http://www.stern.de/sport/fussball/wm-2014/schneiders-wm-kolumne-wie-die-dfb-elf-sich-mit-den-pataxo-indianern-verbueundete-2116082.html>. Acesso em: 15 dez. 2014..

82 Twitter de Lukas Podolski, 14. jul. 2014. Disponível em: <https://twitter.com/podolski10>. Acesso em: 16 dez. 2014.

Referências Bibliográficas

500 EINHEIMISCHE besuchen öffentliches Training der DFB-Auswahl. *Focus*, 09 jun. 2014. Disponível em: http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/wm-500-einheimische-besuchen-oeffentliches-training-der-dfb-auswahl_id_3907300.html. Acesso em: 15 dez. 2014.

7:1 – DEUTSCHLAND demütigt Brasilien. *Sportschau*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sportschau.de/fussball/fifawm2014/nachrichten/spielbericht-brasilien-gegen-deutschland100.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

7:1! DFB-ELF tanzt Samba mit Brasilien. *ZDF Sport*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.zdfsport.de/fussball-wm-2014-nachbericht-zum-halbfinale-brasilien-gegen-deutschland-33950194.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

7:1! ENTFESSELTE DFB-Elf demontiert Brasilien. *Kicker*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.kicker.de/news/fussball/wm/startseite/weltmeisterschaft/2014/6/1417879/spielbericht-brasilien-9>. Acesso em: 11 dez. 2014.

BILD SPEZIAL: Weltmeister – Unsere Helden, de 15. jul. 2014.

BRASIL IEN IST erniedrigt. Brasilien heult. *Die Zeit*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.zeit.de/sport/2014-07/fussball-wm-halbfinale-deutschland-brasilien-pressestimmen>. Acesso em: 11 dez. 2014.

BURGHARDT, Peter. Herzliche Konquistadoren aus Alemanha. *Süddeutsche Zeitung*, 14 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sueddeutsche.de/sport/sympathien-fuer-weltmeister-deutschland-die-netten-konquistadoren-aus-alemanha-1.2046185>. Acesso em: 16 dez. 2014.

CORNELSEN, Elcio Loureiro. A memória do trauma de 1950 no testemunho do goleiro Barbosa. *Esporte e Sociedade*, ano 8, n. 21, p. 1-15, mar./2013.

CORNELSEN, Elcio Loureiro. Sentimento e política no futebol alemão – construções da ‘nação’ em 1990 e 2006. *História: Questões & Debate*, Curitiba, n. 57, p. 73-99, jul.-dez./2012. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/historia/article/viewFile/30573/19765>. Acesso em: 16 dez. 2014.

COUTO, Euclides de Freitas. *Da ditadura à ditadura*: uma história política do futebol brasileiro (1930-1978). Niterói/RJ: Ed. UFF, 2014.

DANKE! WIR lieben euch. *Bild*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.bild.de/sport/fussball/2014fifaworldcup/22-bra-ger-spielbericht-36174476.bild.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

DAS NEUE Deutschlandtrikot 2014. Disponível em: <http://www.fussballnationalmannschaft.net/deutschlandtrikot-2014>. Acesso em: 15 dez. 2014.

DAS SIEBTE Fußball-Wunder. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em:

<http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball-wm/spielberichte/wm-halbfinale-deutschland-demuetigt-brasilien-mit-7-1-13034983.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

DER LETZTE macht das Licht aus. Disponível em: <http://sommermaerchen2014.com/>. Acesso em: 17 dez. 2014.

DEUTSCHLAND JUBELT, Brasilien weint. *Stuttgarter Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.netzreaktionen-zum-wm-halbfinale-deutschland-jubelt-brasilien-wei>. Acesso em: 11 dez. 2014.

DEUTSCHLAND LÄUFT auf dem Wasser. *Bundesliga*, 09 jul. 2014. Disponível em: www.bundesliga.de/de/wettbewerbe/wm2014/news/pressestimmen-deutschland-vs-brasilien-reaktionen-wm-2014-halbfinale.php. Acesso em: 11 dez. 2014.

DEUTSCHLAND WALZT sich ins WM-Finale. *n-tv*, 09 jul. 2014. Disponível em: http://www.n-tv.de/sport/fussball_wm_2014/Deutschland-walzt-sich-ins-WM-Finale-article13175461.html. Acesso em: 11 dez. 2014.

DIE GRÖßTE Demütigung der Fußballgeschichte. *Der Tagesspiegel*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.tagesspiegel.de/sport/wm-2014-pressestimmen-zum-brasilien-aus-die-groesste-demuetigung-der-fussballgeschichte/10172776.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

DIE MAGISCHE Nacht von Rio. *Bild Spezial: Weltmeister – Unsere Helden*, de 15 jul. 2014, p. 6-7.

EIN ABEND wie ein Begräbnis für Brasilien. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball-wm/1-7-ein-abend-wie-ein-begraebnis-fuer-brasilien-13035036.html>. Acesso em: 11 dez. 2014.

EIN SPIEL wie ein Autounfall. *Tageszeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.taz.de/!142050/>. Acesso em: 11 dez. 2014.

FREUDENFEST im WM-Quartier. *Frankfurter Neue Presse*, 10 jun. 2014. Disponível em: <http://www.fnp.de/sport/fussball/Freudenfest-im-WM-Quartier;art4825,890003>. Acesso em: 15 dez. 2014.

FÜR DIE EWIGKEIT: Der Super-Sieg im Minutenprotokoll. *Focus*, 09 jul. 2014. Disponível em: http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2014/deutsches-team/wm-2014-halbfinale-live-d_id_3976186.html. Acesso em: 11 dez. 2014.

MARIO GÖTZE als Joker im WM-Finale – Götzinho ist zurück. *TZ*, 16 jul. 2014. Disponível em: <http://www.tz.de/sport/fussball/pressestimmen-wm-finale-deutschland-argentinien-internationale-reaktionen-zr-3697116.html>. Acesso em: 16 dez. 2014.

MASSAKER AUF Weltniveau. *ran online*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.ran.de/fussball/weltmeisterschaft/news/pressestimmen-massaker-auf-weltniveau-130148>. Acesso em: 11 dez. 2014.

RÖßNER, Jörg. Die große Show der Weltmeister vorm Brandenburger Tor. *Die Welt*, 15

jul. 2014. Disponível em: <http://www.welt.de/sport/fussball/wm-2014/article130160271/Die-grosse-Show-der-Weltmeister-vorm-Brandenburger-Tor.html>. Acesso em: 16 dez. 2014.

SALVADOR, Marco Antonio Santoro; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves (org.). *A memória da Copa de 70: esquecimento e lembrança do futebol na construção da identidade nacional*. Campinas, SP: Autores Associados, 2009.

SCHNEIDER, Matthias. Wie die DFB-Elf sich mit den Pataxó-Indianern verbündete. *Stern*, 09 jun. 2014. Disponível em: <http://www.stern.de/sport/fussball/wm-2014/schneiders-wm-kolumne-wie-die-dfb-elf-sich-mit-den-pataxo-indianern-verbueundete-2116082.html>. Acesso em: 15 dez. 2014.

SEXY ON THE BEACH. *Bild Spezial: Weltmeister – Unsere Helden*, 15 jul. 2014, p. 42-43.

SIEBTER HIMMEL. *Süddeutsche Zeitung*, 09 jul. 2014. Disponível em: <http://www.sueddeutsche.de/sport/deutschlands-einzug-ins-wm-finale-siebter-himmel-1.2037913>. Acesso em: 11 dez. 2014.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. O que foi feito do país do futebol? In: SILVA, Marcelino Rodrigues da. *Quem desloca tem preferência: ensaios sobre futebol, jornalismo e literatura*. Belo Horizonte: Relicário, 2014, p. 285-288.

SO SOLL das neue Trikot der Nationalelf aussehen. *Die Welt*, 05 nov. 2013. Disponível em: <http://www.welt.de/sport/fussball/wm-2014/article121557169/So-soll-das-neue-Trikot-der-Nationalelf-aussehen.html>. Acesso em: 15 dez. 2014.

TWITTER de Lukas Podolski, 04 a 14 jul. 2014. Disponível em: <https://twitter.com/podolski10>. Acesso em: 16 dez. 2014.

UNSERE JUNGS tanzen mit Indianern. *Bild*, 09 jun. 2014. Disponível em: <http://www.bild.de/sport/fussball/nationalmannschaft/unsere-jungs-tanzen-mit-den-indianern-36318366.bild.html>. Acesso em: 15 dez. 2014.

UNSERE HELDEN erzählen über die magische Nacht. *Bild Spezial: Weltmeister – Unsere Helden*, de 15 jul. 2014, p. 14-15.

BRASIL 1 X 7 ALEMANHA:

O DIA EM QUE A COMUNICAÇÃO A FAVOR
DO ESPORTE GOLEOU O ESPORTE A FAVOR
DA COMUNICAÇÃO

ARY JOSÉ ROCCO JÚNIOR ¹

1) Introdução

149

Terça-feira, 8 de julho de 2014, Estádio do Mineirão, em Belo Horizonte (MG). No moderno telão da arena reformada para a Copa do Mundo de 2014, o placar indicava Brasil 1 x 7 Alemanha. Os 58.141 torcedores presentes à partida semifinal da competição de futebol mais importante do planeta ainda estavam incrédulos diante do fato que recém haviam presenciado. Com gols de Müller, Klose, Kroos (duas vezes), Khedira e Schürrle (também em duas oportunidades) contra apenas um de Oscar, a Alemanha, que se tornaria a campeã da disputa, massacrara o Brasil, em sua própria casa, com extrema facilidade.

O resultado, além do seu âmbito esportivo, exaustivamente discutido pela mídia especializada em todo o mundo, também repercu-

1 Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo (EEFE/USP) e do Programa de Mestrado Profissional em Gestão do Esporte da Universidade Nove de Julho (UNINOVE/SP). Pós-doutorando da Escola da Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Autor do livro *Marketing e Gestão do Esporte* (Atlas, 2012).

tiu, de forma ampla, nos debates sobre a comparação dos modelos de gestão adotados por Brasil e Alemanha na condução do esporte mais popular do planeta nos dois países.

Para alguns profissionais de imprensa, a goleada infringida em campo pelos alemães aos brasileiros apenas refletiu a diferença existente entre os atuais estágios de planejamento estratégico aplicado à gestão do futebol na Alemanha e no Brasil. Enquanto a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), órgão máximo responsável pela gestão do futebol no Brasil, estaria no nível um, a *Deutscher Fußball-Bund* (DFB), Federação Alemã de Futebol, ocuparia o nível sete na escala evolutiva do planejamento do esporte em seu país. O sete a um ilustra, também, a diferença entre a gestão do futebol nas duas nações.

Em manchete emblemática dois dias após a vitória alemã, o portal do jornal *Correio* (2014), de Salvador, Bahia, estampou o título “Vexame na Copa mostra diferença entre a gestão e o jeitinho no futebol brasileiro”. O periódico chamava a atenção para o profissional estilo de administração do esporte na Alemanha, em comparação com a forma brasileira de gerenciamento de seu futebol. Enquanto os germânicos trabalham como em qualquer empresa, com planejamento, estratégias, objetivos e metas, os gestores do futebol no Brasil primam pelo amadorismo, o paternalismo e o tão propalado “jeitinho” característico da forma de ser dos brasileiros.

A gestão esportiva, para ser eficaz e eficiente, como mostrou a DFB, deve, em sua essência, equilibrar os resultados econômico, financeiro e esportivo. O posicionamento adequado de mercado, que gera os resultados financeiro e econômico, deve estar conectado e apoiar a *performance* esportiva, responsável pelo sucesso em campo. Já a comunicação organizacional, quando pensada estrategicamente, pode, ao mesmo tempo, contribuir para a melhoria dessa *performance* esportiva e ajudar na construção da identidade de uma organização, melhorando o posicionamento de sua marca no mercado, colaborando, com isso, para a excelência também dos resultados econômico e financeiro da entidade.

Na Europa, onde a prática da gestão do esporte encontra-se em um momento mais avançado do que no Brasil, a construção e o desenvolvimento de um planejamento estratégico unindo o sucesso nas

competições esportivas com a adequada construção mercadológica de uma marca, como a da DFB, já é prática comum.

O objetivo deste artigo é analisar, de forma comparativa, as estratégias de comunicação adotadas pela DBF e pela CBF durante a disputa da Copa do Mundo de 2014, disputada nos meses de junho e julho, no Brasil. É nossa intenção demonstrar que o planejamento de comunicação da seleção alemã foi executado de forma estratégica, concatenado com objetivos e metas de posicionamento de mercado e relacionamento com a torcida brasileira claramente definidos, funcionando de forma conectada como suporte às atividades esportivas da agremiação. As estratégias de comunicação foram planejadas e construídas para apoiar a *performance* esportiva da equipe alemã. A comunicação a serviço do esporte.

Por outro lado, e de forma contraditória, analisaremos a atuação da CBF que, sem nenhum planejamento estratégico, com objetivos inexistentes e metas ausentes, deixou a comunicação da seleção brasileira com seus diversos públicos de interesse absolutamente inerte, privilegiando de forma desmesurada somente o relacionamento com patrocinadores, apoiadores e a mídia. O esporte a serviço da comunicação. Pretendemos, com isso, demonstrar que é possível, desde que haja um bom planejamento estratégico, combinar as ações de comunicação de uma equipe esportiva com sua adequada preparação esportiva para uma competição de altíssimo rendimento, na qual o foco e a concentração são elementos vitais para o sucesso final da agremiação.

Vamos, através do método da revisão bibliográfica e da análise documental, resgatar as ações de comunicação da DFB e da CBF durante a realização da Copa do Mundo de 2014. Pretendemos, com isso, identificar as razões do sucesso, ou fracasso, dos projetos organizacionais de comunicação adotados pelas duas entidades que gerenciam o futebol em seus respectivos países. É nossa intenção apresentar, através do estudo dos casos da DFB e da CBF, como a correta estruturação de uma filosofia de comunicação integrada e estratégica, como a alemã, permite a uma agremiação esportiva alicerçar relações sólidas com seus mais diversos *stakeholders*. Por outro lado, e de forma contrastante, resultados pífios podem ser observados, como no caso brasileiro, quando a comunicação estratégica é mal planejada e executada. O propósito deste artigo é demonstrar que, também fora do campo, e no que

concerne ao planejamento de sua comunicação estratégica junto aos seus públicos-alvo, que a Alemanha também goleou o Brasil de forma incontestável e inapelável.

2) Comunicação Organizacional integrada no esporte

Nenhuma outra forma de cultura popular motiva uma paixão tão ampla e participativa entre seus praticantes, torcedores e adeptos, como a que se tem pelo futebol. Nenhum outro evento suscita essa paixão de forma tão global e intensa quanto a Copa do Mundo. Durante um mês, praticamente o mundo inteiro volta seus olhos para a maior competição do esporte mundial.

A difusão do futebol de um lado a outro do mundo possibilitou que diferentes culturas e nações construíssem formas particulares de identidade por meio de sua interpretação e forma de jogar (BARTHES, 2009). Essa diversidade está sendo cada vez mais enfraquecida pela relação recíproca das forças econômicas e culturais, que estão transformando o futebol em um jogo cada vez mais incluído em um mercado global. A Copa do Mundo é, hoje, o ápice dessa inserção global. Por outro lado, em função de reunir 32 seleções de todas as partes do planeta, o Mundial é importante palco para manifestações de identidades locais das agremiações participantes do mais global dos eventos esportivos.

Dentro deste contexto, merece destaque a crescente adoção, por parte de entidades, confederações, federações e clubes esportivos, de estratégias mercadológicas típicas do mercado organizacional global. Um grande número de empresas e de profissionais de mercado começou a enxergar no universo do futebol, e em especial um megaevento como a Copa do Mundo, excelente perspectiva de negócio. O evento esporte, e seus atores, passaram a funcionar, assim, como vértices da indústria do entretenimento e, conseqüentemente, do consumo. Para que essa relação ‘esporte-empresa’ funcione adequadamente, com a correta gestão das marcas e seu apropriado relacionamento com o evento esportivo, é necessária a construção de estratégias adequadas de comunicação que permitam, de forma concreta, a identificação plena de uma marca associada ao esporte. A implantação e desenvolvi-

mento de uma filosofia de comunicação integrada aplicada às equipes esportivas é, como veremos, uma das estratégias mais adequadas para essa finalidade.

No atual estágio de desenvolvimento do futebol, as principais agremiações esportivas do mundo, em especial as federações e seleções nacionais da Europa e da América do Sul, são comparadas às grandes organizações multinacionais. A modernização da gestão é, assim, vista como uma necessidade imediata para o crescimento e desenvolvimento dessas instituições.

Um dos aspectos, em geral, negligenciado pelas entidades esportivas, especialmente no Brasil, é a construção ou valorização de um processo de comunicação organizacional que possa identificar a agremiação com seus *stakeholders*, sejam eles jogadores, colaboradores, comunidade, profissionais da mídia e torcedores, criando uma identidade clara e definida. Em outras palavras, a construção de um processo de comunicação adequado com seus grupos de interesse envolve a criação de um universo simbólico que possibilite aos membros integrantes de uma comunidade uma forma consensual de apreender a realidade, integrando os significados e viabilizando a comunicação (DIAS, 2012; FREITAS, 2007). O torcedor ou admirador, como membro da estrutura organizacional, percebe, assim, que existe correspondência entre os significados por ele atribuídos ao objeto e os significados atribuídos pelos outros, isto é, existe o compartilhar de um senso comum sobre a realidade.

No atual contexto pós-moderno, determinado pela excelência comunicacional e pela tecnologia de informação, a gestão da comunicação passa a ser um ativo cada vez mais precioso para as organizações em geral e para as instituições esportivas em particular. Empresas e instituições – públicas e privadas – estão reestruturando suas estratégias assumidas na forma de ser, agir, comunicar, vender e de se relacionar com seus públicos, investindo no relacionamento como diferencial competitivo.

Com o desenvolvimento das tecnologias e do uso das redes sociais, os clientes estão mais exigentes e informados. Conceitos como sustentabilidade, ética, transparência, responsabilidade social, entre tantos outros, tornaram-se essenciais para a dinâmica de sustentação empresarial. Porém, precisam ser utilizados de forma estratégica e planejados para atingir determinados objetivos mercadológicos e institucionais. Dentro deste espectro, o esporte se configura, por suas característi-

cas sociais, como um excelente segmento de negócios para a construção de relacionamentos sólidos e profundos entre organizações e seus *stakeholders*. As identidades dos indivíduos são construídas de acordo com o ambiente comunicacional em que se inserem envolvendo, entre outras coisas, as estruturas sociais, a cultura e o histórico das relações.

Jorge Castelo aponta que,

(...) na verdade, todos os clubes de futebol detêm um “capital simbólico” (por exemplo: a bandeira, as cores, as vitórias, as taças, a história, etc.), que os diferencia uns dos outros. Este capital simbólico, pode ser analisado como um instrumento de “integração social” pois, estabelece um certo consenso contribuindo para uma dinâmica de caráter social que, se difunde por seus elementos, de forma que cada um deles contribua, na correta medida de sua intervenção (treinador, sócio, dirigente, jogador, auxiliar, etc.), para a concretização dos objetivos do clube. (...) O subsistema cultural, no quadro da organização dinâmica de uma equipe de futebol, é definido como um conjunto complexo de representações, valores, finalidades, símbolos, etc., construídos ao longo da história do clube, os quais são integrados e partilhados em interação por todos os seus membros. (...) Este complexo conjunto de valores, símbolos, etc., suportam as formas como a equipe se exprime e resolve as diferentes situações que, derivam da competição desportiva, dentro ou fora desta. (CASTELO, 2009, p.26).

A noção de identidade nas organizações se dá em função do relacionamento com outros, que é construído, mantido e modificado pelas características do contexto interativo organizacional. Ao compartilhar objetivos, regras, valores, entre outros, os *stakeholders* assumem comportamentos moldados pela organização, motivados pela redução da incerteza de como devem sentir, agir, pensar, e ainda, de como serão vistos pelos outros (DIAS, 2012; FREITAS, 2007; CASTELO, 2009). A função da organização é definir papéis e, conseqüentemente, a identidade social dos *stakeholders* envolvidos com a organização, inclusive seus torcedores, admiradores e patrocinadores. Assim, a identidade passa a ser entendida como o próprio processo de identificação. Pro-

cesso de identificação que será, ou não, melhor construído a partir da estruturação, por parte das organizações empresariais, de uma adequada filosofia de comunicação integrada que transmita, em um só sentido, as diversas facetas das relações que a entidade mantém com seus mais variados *stakeholders*.

Pedersen, Miloch e Laucella (2007), no livro *Strategic Sport Communication*, apresentam um interessante modelo para a gestão estratégica da comunicação no esporte. Os autores dividem a comunicação, nas organizações esportivas, em três componentes. As atividades de relações públicas, conforme Figura 1, fazem parte do componente III, que deve manter forte integração com os outros dois componentes da comunicação organizacional integrada.

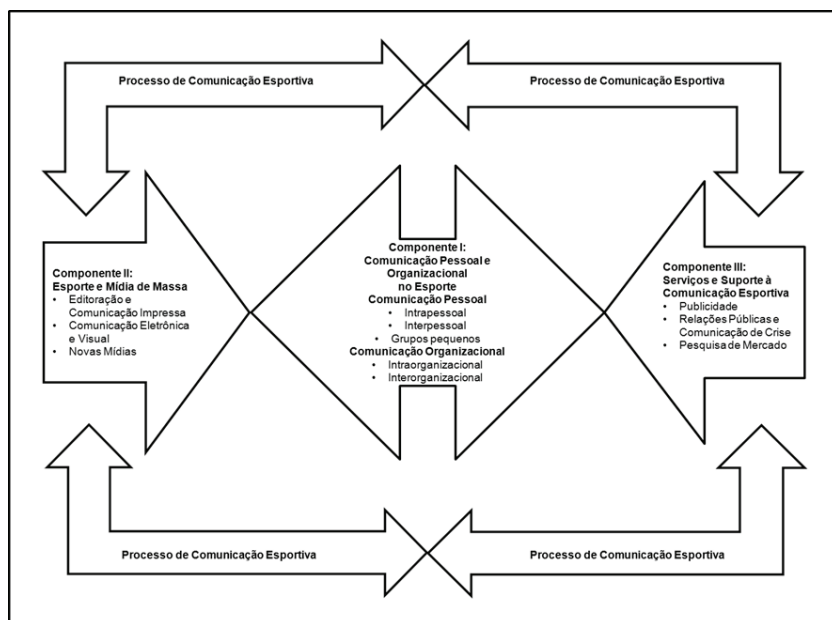


Figura 1: Modelo Estratégico de Comunicação no Esporte (The Strategic Sport Communication Model). Fonte: Adaptado pelo autor, a partir de Pedersen et al., 2007.

As ações estratégicas de comunicação, desenvolvidas pela DFB durante a Copa do Mundo, deixam claro que as ações de relacionamento promovidas pela entidade fizeram parte de amplo planejamento estra-

tégico global, envolvendo, além da comunicação, ações mercadológicas e, principalmente, a evolução esportiva da equipe. Como resultado desse planejamento, percebemos que as ações de relacionamento com os principais *stakeholders* da entidade aconteciam em momentos previamente planejados com a comissão técnica da equipe. Com isso, não houve prejuízo dos treinamentos esportivos e do foco e concentração total, por parte dos atletas, em uma competição de altíssimo rendimento como é uma Copa do Mundo de futebol. Observamos, então, no caso alemão, a comunicação a serviço do esporte.

No caso brasileiro, ao contrário, o esporte esteve sempre a serviço da comunicação. O planejamento estratégico das relações de comunicação com os *stakeholders* praticamente não existiu. As ações de relacionamento, como veremos, aconteceram de forma aleatória, sem planejamento, por vezes se sobrepondo às atividades físicas e esportivas desenvolvidas pela comissão técnica da seleção brasileira. Com isso, o prejuízo esportivo, com a perda de foco e concentração dos atletas na competição, foi consequência inevitável dessa ausência de estratégia.

A efetividade dos relacionamentos entre as entidades esportivas e seus públicos é consequência de uma combinação entre uma estratégia de comunicação bem planejada e os bons resultados obtidos nas disputas esportivas. Valores e crenças de agremiações vencedoras são mais facilmente assimilados por seus públicos do que valores e crenças de entidades perdedoras. A gestão estratégica combinando preparação esportiva, foco e concentração na competição e relacionamento com os *stakeholders* facilita o processo em que os resultados econômico, financeiro e esportivo são mesclados positivamente, maximizando a atuação do gestor do esporte.

3) Os sete gols da DFB: a comunicação a serviço do esporte

Como já anunciado anteriormente, nosso propósito neste artigo é analisar, de forma comparativa, as estratégias de comunicação desenvolvidas pela DFB e pela CBF para a Copa do Mundo de 2014. No caso alemão, as estratégias de comunicação aconteceram de forma

articulada com os planejamentos esportivo e logístico da seleção de futebol durante a competição. O planejamento de comunicação integrada da DFB envolveu uma série de ações, utilizando as mais diversas ferramentas comunicacionais. A estratégia adotada posicionou a DFB como uma empresa, a seleção alemã como sua marca e produto, e os jogadores como seus mais legítimos representantes. Todos estes elementos agiram integrando as ações de comunicação como apoio às atividades esportivas da equipe germânica.

Para o sucesso da estratégia, um reposicionamento da forma como o mundo enxergava a Alemanha e os alemães teve que ser realizado. Rotulados, antes da Copa do Mundo, como “frios” e “disciplinados”, os atletas alemães passaram a dar mostras, fora dos gramados, de alegria e de integração com o povo brasileiro. Por outro lado, nos treinamentos esportivos fechados à imprensa e ao público, transmitiam a imagem de seriedade e comprometimento com a competição que estavam disputando. Com extrema clareza de seus objetivos, o planejamento alemão também demonstrou um extremo conhecimento de seu público-alvo, o torcedor brasileiro, alegre, receptivo e empolgado com o megaevento realizado “em casa”. Estavam alicerçadas as bases do relacionamento a ser criado.

Do ponto de vista logístico, uma parceria entre um grupo de empresários alemães, com o apoio de patrocinadores da seleção alemã, e a DFB fez surgir, em 2013, o Campo Bahia, que foi o Centro de Treinamento da Seleção da Alemanha durante a Copa do Mundo de 2014 (GLOBOESPORTE.COM, 2013). O empreendimento foi idealizado em 2010 por investidores alemães. Em 2013, a DFB decidiu apoiar o projeto imobiliário e colaborar com parte da construção da obra, que custou R\$35 milhões.

O Campo Bahia foi entregue em maio de 2014. O apoio da DFB ao projeto foi facilitado pela localização das instalações, no Nordeste do Brasil, próximo a Salvador, Recife e Fortaleza, cidades onde a seleção alemã realizou seus três jogos da primeira fase da Copa do Mundo. O local de treinamento alemão apresentava, também, condições climáticas semelhantes ao das três cidades em que a equipe jogou na fase inicial da competição. Outro fator que contribuiu para que a DFB participasse do financiamento do projeto foi a insatisfação da entidade

com as opções de hospedagem e treinamento oferecidas pela Federação Internacional de Futebol (FIFA) e pelo Comitê Organizador Local da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 (COL) próximos às sedes onde a equipe teria de jogar (GLOBOESPORTE.COM, 2013).

A partir da escolha do Campo Bahia como seu local de concentração e treinamento, em 2013, a DFB começou a preparar sua estratégia de comunicação. Segundo Patrick Kisko (GLOBOTV, 2014), diretor de comunicação da entidade, a federação estabeleceu como objetivo principal de sua estratégia de relacionamento “ser o segundo time mais popular da Copa no Brasil”. Para Kisko, “tudo começou com um planejamento e a clássica pergunta: o que se pretende comunicar? Qual é o objetivo principal desse planejamento?” (GLOBOTV, 2014). Obviamente, o objetivo principal da DFB sempre foi ganhar a Copa. Porém, a federação alemã compreendeu que sua seleção também representava um país e que “esse país também precisava ser bem-visto, criar e/ou reforçar uma boa imagem” (GLOBOTV, 2014).

O programa de comunicação se desenvolveu maravilhosamente, sendo utilizadas todas as etapas de um bom plano e utilizadas todas as técnicas à disposição de um programa de comunicação organizacional integrada: assessoria de imprensa, publicidade e propaganda, relações públicas, mídia digital e documentação. Na área de influência próxima, destaque para o item “relações com a comunidade”; em termos de comunicação mais abrangente, vale citar a sensibilização da maior torcida brasileira, a do Flamengo. Sempre que possível, os jogadores da Alemanha apareciam com uma camisa rubro-negra (RIOS, 2014).

A escolha do local de instalação do Campo Bahia foi o ponto inicial do processo de comunicação planejado pela DFB. Santa Cruz Cabralia, local onde o Campo Bahia foi erguido, é um município localizado na Costa do Descobrimento, no sul do Estado da Bahia. Cabralia disputa com os municípios de Porto Seguro e Prado a primazia de ter sido o local de chegada dos portugueses ao Brasil em 1500. Foi no município que aconteceram as duas primeiras missas no país, ambas celebradas por Frei Henrique de Coimbra, capelão da armada de Pedro Álvares Cabral (BUENO, 1998, p.89).

A seleção da Alemanha começava assim, de forma simbólica, a “ocupação” do Brasil a partir de seu “marco zero”. O Campo Bahia respondia, de maneira eficiente, às necessidades esportivas da seleção alemã, com seu clima quente e com as condições meteorológicas que encontraria em seus jogos iniciais na competição de mais alto rendimento do futebol mundial. O local marcou simbolicamente a ocupação do Brasil a partir de seu ponto inicial, o local de seu descobrimento. Também foi o ponto de partida para uma ação de comunicação que caracterizaria o planejamento alemão: o relacionamento com a comunidade local e com os índios pataxós que vivem na região.

O Campo Bahia representou, também, o ponto de partida do planejamento de comunicação da DFB para conquistar o público brasileiro durante o Mundial. A DFB, apoiada por um de seus principais patrocinadores, a Adidas, em ação integrada entre patrocinado e patrocinador, desenvolveu um segundo uniforme para a equipe alemã com as cores do Flamengo (Figura 2). A equipe carioca também recebe seus uniformes da fornecedora alemã. Surgiu a “Flalemanha” ou o “Alemengo” (GLOBOESPORTE.COM, 2014).

A Alemanha utilizou a camisa em duas oportunidades: na vitória por 1 a 0 sobre os Estados Unidos, na última rodada da fase de grupos, no Recife, e no histórico 7 a 1 contra o Brasil, na semifinal, em Belo Horizonte. A seleção jogou de branco em ambas as vezes em que atuou no Maracanã – quartas de final, contra a França, e decisão, diante dos argentinos –, mas estava claro nas arquibancadas que a novidade encantou os rubro-negros. E nem mesmo os rivais (torcedores de Fluminense, Vasco e Botafogo) se mostraram contrários aos alemães apenas por este motivo. Principalmente na decisão contra a Argentina (GLOBOESPORTE.COM, 2014).



Figura 2: Divulgação do novo uniforme reserva da Seleção Alemã.
Fonte: Izka Digital (2014).

A ação alemã recebeu forte apoio do clube carioca. André Santos, lateral do Flamengo, e ex-companheiro de Arsenal, da Inglaterra, do carismático Lukas Podolski, presenteou o antigo colega com uma camisa do Flamengo personalizada com seu próprio nome. A ação foi um sucesso nas redes sociais.

O Campo Bahia e o segundo uniforme da Alemanha, com forte alusão ao clube mais popular do Rio de Janeiro, foram apenas algumas das ferramentas utilizadas pelo Marketing da DFB para marcar a “nova” identidade alemã e conquistar “corações e mentes” do alegre público brasileiro. O planejamento de comunicação da Federação Alemã foi um verdadeiro sucesso por entender que a preparação esportiva da seleção era primordial e deveria ser sempre preservada. Fez uso, também, de vasto leque de ferramentas de comunicação, desde a propaganda institucional até o relacionamento com a comunidade local, passando por uma racional e inteligente utilização das redes sociais, de forma parcimoniosa e programada.

Conforme descreveu Patrick Kisko (GLOBOTV, 2014), a ação de comunicação planejada para efetivamente estabelecer um relacionamento sólido e concreto com o público brasileiro foi o vídeo em português, divulgado no portal da DFB no Facebook, “vocês nem sabem o quanto de Brasil existe dentro de nós” (Figura 3).



Figura 3: “Vocês nem imaginam o quanto de Brasil existe dentro de nós”.
Fonte: DW (2013).

A peça, lançada na véspera do sorteio para os grupos da Copa do Mundo, realizado no dia 6 de dezembro de 2013, na Costa do Sauípe, na Bahia, foi responsável pelo aumento considerável da base de fãs brasileiros na página dos alemães na rede social em questão. Também chamou a atenção do público brasileiro para a equipe germânica meses antes do início da competição.

Durante o ano de 2014, antes e durante o Mundial, várias ações estratégicas de comunicação, planejadas ou espontâneas, foram promovidas pela DFB. Sempre com o foco em cativar o público brasileiro, chamando sua atenção para os atributos da marca seleção alemã de futebol, promovida constantemente por seus atletas, respeitando o foco e a concentração dos jogadores na disputa esportiva da competição Copa do Mundo.

O goleiro Manuel Neuer e o capitão Bastián Schweinsteiger são exemplos da utilização estratégica de atletas em ações de comunicação e também do excelente trabalho de *media training* realizado pela DFB. Para contrabalançar o uniforme rubro-negro da Alemanha, que poderia lembrar também o do Vitória da Bahia, os dois jogadores (IZKA DIGITAL, 2014) vestiram a camisa do Esporte Clube Bahia. Além de vestir o fardamento do Bahia, a outra agremiação popular do estado,

ainda cantaram o hino do clube. Detalhe importante é que os dois atletas da Alemanha vestiram o uniforme de um clube patrocinado pela empresa norte-americana Nike, rival global da tradicional parceira e fornecedora histórica da DFB, a alemã Adidas.

Lukas Podolski, um jogador considerado reserva dentro do elenco alemão, pouco utilizado nas partidas da Copa do Mundo, foi o “homem das redes sociais” com mensagens de forte identificação com o público brasileiro e seu modo de ser, como “comentar capítulos de novela” e externar odes de amor ao país. Outro “golaço” do trabalho de *media training* da entidade.

Utilizando amplo leque de ferramentas de comunicação, desde gestão de mídias sociais até relacionamento com a comunidade e com os indígenas que viviam próximo ao Campo Bahia, a DFB angariou a simpatia dos brasileiros, afugentando dos alemães o antigo estereótipo de frios e pragmáticos (PORTO & SANTOS, 2014). Surge uma Alemanha reconstruída, marcada por atletas simpáticos e cordiais.

Para reafirmar essa “nova identidade Alemanha”, construída pela comunicação, merecem destaque as ações de responsabilidade social, outro ponto alto da estratégia alemã. Doações pecuniárias para que crianças brasileiras realizassem tratamento médico, para que os índios pataxós adquirissem uma ambulância e o legado de infraestrutura para a comunidade local também fizeram parte da estratégia germânica para conquistar os brasileiros. Jogar bola com os jovens de Cabralia, interagir e torcer pela seleção brasileira com os funcionários do complexo Campo Bahia, e dançar com os índios pataxós foram apenas mais algumas das ações de relacionamento desenvolvidas pela DFB. Os principais agentes de comunicação dessa estratégia foram os jogadores da seleção alemã, extremamente bem preparados para agir estrategicamente como divulgadores da marca Alemanha. Tudo apoiado por utilização coerente, parcimoniosa e planejada das redes sociais e suas possibilidades de divulgação (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, etc.), numa relação “quase” direta com seus fãs e admiradores.

Todas as ações de comunicação planejadas pela DFB foram executadas, sempre é importante lembrar, em perfeita conexão com a preparação esportiva da equipe para o alto nível da Copa do Mundo de 2014. Os treinamentos da equipe, com raras exceções, aconteceram sempre em clima de muita privacidade, com foco na preparação esportiva para as partidas.

Para aumentar o suspense não só sobre a posição de Philippe Liam, mas também sobre a escalação da Alemanha contra o Brasil (partida semifinal disputada em 08 de julho de 2014), o técnico Joachim Löw comandou um treino fechado neste domingo à tarde (dia 06 de julho). A última vez que o treinador permitiu a entrada da imprensa em Cabrália para assistir à atividade, mesmo que seja só durante o aquecimento, foi em 23 de junho, antes da partida contra os Estados Unidos. De lá pra cá, imagens dos alemães com a bola nos pés foram feitas só nos treinos oficiais da Fifa, na véspera e no estádio dos jogos (GLOBO.COM, 2014).

A atitude da comissão técnica alemã, de fechar os treinamentos, causou, inclusive, problemas no Rio de Janeiro, no estádio de São Januário, na véspera da final da Copa do Mundo, contra a Argentina, em 5 de julho de 2014. Frustrados por não conseguirem entrar no estádio para assistir ao treinamento alemão, torcedores, predominantemente brasileiros, provocaram tumulto na porta das instalações do Vasco da Gama (LANCE!NET, 2014).

Com apoio dos atletas e um planejamento conjunto envolvendo a comissão técnica, com suas necessidades esportivas e de foco na competição, e o departamento de marketing, posicionando estrategicamente a Alemanha junto ao público brasileiro, a DFB conseguiu, de forma brilhante, estabelecer um discurso unitário e identitário. A entidade colocou a comunicação a serviço do esporte. Atingiu, com isso, a DFB, seus objetivos institucional, mercadológico e, principalmente, esportivo.

4) O vexame da CBF sem rumo: o esporte a serviço da comunicação

Ao contrário da DFB, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), mesmo contando com um diretor de comunicação, Rodrigo Paiva, funcionário da entidade desde 2002, não conseguiu implantar para a Copa do Mundo de 2014 um plano estratégico de comunicação inte-

grado. O que se viu, no caso da organização brasileira, foi o desenvolvimento de uma série de ações desconexas, fruto muito mais de propostas de parceiros da entidade, como a TV Globo, do que de um planejamento estruturado, com objetivos e metas previamente planejados para dar suporte aos aspectos esportivos da seleção.

A inexistência de uma visão estratégica foi amplificada por inúmeras ações de comunicação propostas pela entidade que não levaram em consideração os aspectos de preparação necessários para que os jogadores brasileiros pudessem se concentrar e estabelecer um foco na conquista esportiva, no sucesso da equipe na Copa do Mundo. As ações de comunicação da CBF por diversas vezes atrapalharam a preparação esportiva da equipe para uma boa *performance* na disputa do Mundial.

Como anfitriã, a CBF optou, para a seleção brasileira, concentrar a equipe no seu tradicional Centro de Treinamento da Granja Comary, em Teresópolis, região serrana do estado do Rio de Janeiro, com clima frio e úmido. Reformado para a Copa do Mundo de 2014, ao custo de R\$ 15 milhões, o local conta com todas as instalações necessárias para a excelente preparação de qualquer equipe para a disputa de uma competição de alto rendimento, como é o caso da Copa do Mundo.

Porém, e especificamente no caso brasileiro, a Granja Comary não contava com as condições climáticas mais favoráveis para a adaptação da seleção brasileira ao clima que a equipe encontraria em suas três primeiras partidas da primeira fase da Copa do Mundo de 2014. Com exceção da cidade de São Paulo, local da estreia brasileira na competição, o Brasil fez os seus outros dois jogos da fase inicial do Mundial em Fortaleza e Brasília, cidades com condições meteorológicas bem distintas da região serrana do estado do Rio de Janeiro. De qualquer forma, em 26 de março de 2014, na reinauguração do Centro de Treinamento da Granja Comary, o presidente da CBF, José Maria Marin, entregou, em um ato simbólico, a chave do local ao chefe da comissão técnica da seleção brasileira, o treinador Luiz Felipe Scolari (PORTAL DA COPA, 2014).

Sem um planejamento de comunicação estruturado, com objetivos claramente definidos, os treinamentos da seleção brasileira foram constantemente prejudicados por ações inesperadas de seus parceiros comerciais. Ações essas que, em última instância, causaram problemas para a adequada preparação esportiva da equipe para uma competição de altíssimo rendimento, como é o caso da Copa do Mundo.

A CBF instalou uma arquibancada ao lado do campo principal da Granja Comary para poder receber convidados com conforto. O primeiro treino aberto a patrocinadores da confederação, no entanto, deu errado e foi feito na base do improvisado. O problema aconteceu porque Luiz Felipe Scolari escolheu um campo sem arquibancada para realizar o trabalho. O gramado escolhido fica ao lado do principal, longe da arquibancada montada. No local, não havia onde colocar os torcedores. A solução era acomodá-los na lateral do campo, atrás de placas de publicidade, muito próximos do gramado. Luiz Felipe Scolari foi consultado, deu aval e os convidados ali se instalaram. Eram 30 pessoas ligadas aos 14 patrocinadores da CBF, que levaram seus clientes para visitar a concentração da seleção. Eles falaram com jogadores e pediram autógrafos após o treinamento. Scolari se esforçou para agradá-los. (...) A correria para cumprir o compromisso de forma improvisada foi tão grande que a CBF deixou de fora um jovem cadeirante, que estava na porta da concentração e tinha autorização de Felipão para entrar. O local onde o público foi instalado não tinha acesso adequado para deficientes e, por isso, ele foi orientado a voltar neste sábado, quando mais 30 convidados de empresas que apoiam a seleção vão poder assistir ao treinamento (UOL COPA, 2014).

A falta de planejamento da diretoria de comunicação da CBF não trouxe para a comissão técnica brasileira somente problemas com seus patrocinadores. Os veículos de comunicação, em especial a Rede Globo, detentora dos direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2014 para a TV aberta no Brasil e parceira da CBF, também prejudicaram a preparação da seleção brasileira para os jogos do Mundial. A emissora carioca foi, por exemplo, a protagonista de algumas ações sem nenhum tipo de foco esportivo ou interesse comercial para a CBF:

O visual dos jogadores da seleção brasileira e do técnico Luiz Felipe Scolari está nas mãos dele. Literalmente. Durante a Copa do Mundo, Ronielson Costa, o RL Dú Cortte, será o barbeiro da equipe. A “convocação” aconteceu depois de vencer um concurso do programa “Caldeirão do Huck”, da Rede Globo. Elei-

to, ele ficará na Granja Comary, em Teresópolis, durante toda a competição e tem planos ousados para os cabelos dos atletas. O alvo principal está definido. (...) - Estou ansioso para cortar o cabelo do Neymar, né? (...) Quem sabe vira moda? Vou lançar moda. Meu estilo é doidão, é do jeito que a pessoa quiser – disse Ronielson, o barbeiro (GLOBO.COM, 2014b).

A emissora atuou livremente nas dependências do Centro de Treinamento da CBF fazendo, com total autonomia, as ações que interessavam a ela, Rede Globo, sem preocupação alguma com os treinamentos e o foco dos atletas brasileiros para tão importante competição:

A escolha da Granja Comary, em Teresópolis, como base da Seleção Brasileira na Copa do Mundo tinha um propósito claro. O comandante Luiz Felipe Scolari e o coordenador técnico Carlos Alberto Parreira exigiam tranquilidade, principalmente no período de preparação. (...) Passada uma semana da presença dos jogadores canarinhos na região Serrana do Rio de Janeiro, os políticos não apareceram, mas os patrocinadores têm até uma arquibancada para que seus convidados assistam aos treinos. E as “visitas” de astros da Rede Globo, emissora dona dos direitos de transmissão do Mundial e parceira da CBF, são quase que diárias. (...) Logo no dia da apresentação do elenco, (...), a apresentadora Fátima Bernardes acompanhou o treino e conseguiu depoimentos exclusivos, inclusive de Scolari. Porém, o pior ainda estava por vir. (...) Em 29 de maio de 2014, o colega Luciano Huck deu as caras e invadiu a atividade da Seleção, gravando um quadro para o seu “Caldeirão do Huck”. Com total liberdade, e junto dos filhos Joaquim e Benício, Huck levou Leonardo Tomé, de 17 anos, portador de doença congênita, até os ídolos do Brasil. (...) Neymar chorou ao conhecer a história do fã, que desceu da cadeira de rodas e realizou embaixadinhas. Pegou muito mal o momento escolhido para tal encontro. Scolari esperou o fim das gravações e, só então, seguiu com o treinamento. (...) O “circo” ainda teria um novo capítulo. Durante o coletivo de sábado, 31 de maio, o sambista e humorista Mumuzinho, do programa global “Esquenta”, de Regina Casé,

ficou à beira do gramado do campo. Ele gritava o nome dos jogadores, parecia estar numa festa. Encerrado o treino, foi à concentração e almoçou com os jogadores. O zagueiro Dante publicou uma foto em que Mumuzinho posava com a turma toda, exibindo brindes do “Esquenta” (R7, 2014).

Sem respaldo da presidência da CBF e de seu diretor de comunicação, o chefe da comissão técnica da seleção brasileira, o outrora rígido Luiz Felipe Scolari, o “Felipão”, “entregou os pontos” e sucumbiu aos parceiros da entidade:

O técnico Luiz Felipe Scolari já disse que não pretende manter a seleção brasileira completamente isolada durante a concentração para a Copa do Mundo na Granja Comary. Prova disso ele deu nesta quinta-feira, quando abriu o treino para Luciano Huck. O apresentador teve livre acesso ao campo e levou um menino cadeirante para conhecer os 23 convocados - cena que foi gravada pela equipe do programa Caldeirão. Os atletas fizeram fila para cumprimentar o garoto, que brincou com a bola ‘brazuca’ ao lado do zagueiro David Luiz. (VEJA, 2014).

Um dos pontos que, posteriormente, durante a Copa do Mundo evidenciou o despreparo dos jogadores brasileiros foi a falta de equilíbrio emocional, típico de uma preparação sem foco, sem concentração, sem adequação psicológica para o alto nível da competição que estava disputando.

A falta de visão estratégica da CBF em seu relacionamento com o público brasileiro ficou evidente na restrição imposta pela entidade aos fornecedores de material esportivo. Com exceção da sua parceira oficial, a Nike, nenhuma outra empresa pode comercializar camisas de suas equipes patrocinadas na cor amarela, em homenagem inquestionável à seleção brasileira. Para a entidade, os interesses comerciais superaram a necessidade de construção e posicionamento de sua imagem pública e institucional e seu relacionamento com a “torcida brasileira”.

Pressionada pela Nike, sua patrocinadora de material esportivo, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) assinará um acordo para retirar do mercado todos os uniformes de outras marcas que fazem referência a seleção brasileira. (...) As multas podem chegar até R\$ 500 mil para quem se negar a cumprir o pedido da confederação, que usa a justificativa de uso indevido da imagem da seleção para notificar os envolvidos. (...) Patrocinadora oficial da seleção brasileira, a Nike é a única empresa liberada oficialmente para a comercialização de uniformes em homenagem ao Brasil e as utiliza nos clubes do Corinthians, Internacional, Santos e Coritiba (BN ESPORTES, 2014).

Fica evidente, tanto no caso da Rede Globo, quanto da Nike, que as dispersas ações de comunicação da CBF estiveram, na Copa do Mundo de 2014, muito mais preocupadas com seus parceiros e patrocinadores. O público brasileiro, os fãs da seleção, os admiradores do nosso futebol ao redor do mundo, e, principalmente, o sucesso esportivo da seleção do Brasil na competição ficaram em segundo plano.

A falta de um planejamento estratégico de comunicação e de foco por parte da CBF ficou evidente, também, na utilização que os atletas brasileiros fizeram das redes sociais. Ao contrário da Alemanha, que desenvolveu um excelente trabalho de *media training* para seus atletas manterem um relacionamento sadio no universo digital com os torcedores do Brasil, nossos principais jogadores postaram mensagens e imagens de forma aleatória, sem nenhum tipo de estratégia, sem foco e com pouco ou nenhum objetivo. Além disso, os atletas brasileiros privilegiaram, em suas ações nas redes sociais, muito mais seus interesses pessoais, do que os interesses coletivos da seleção brasileira de futebol:

Em quarto lugar e com um futebol muito abaixo da expectativa, a seleção brasileira deixou a Copa do Mundo disputada em casa sob críticas e diante de uma crise dentro de campo. Fora das quatro linhas, no entanto, o desempenho pode ser considerado positivo. Pelo menos se levarmos em conta a participação nas redes sociais. (...) Com muito Instagram e pouco ataque, os jogadores do Felipão postaram mais no site de compartilhamento multimídia do que finalizaram na Copa: foram 533

fotos contra 111 chutes a gol, um valor quase cinco vezes (4,8) maior. (...) Na internet, David Luiz levou o título: o zagueiro cabeludo postou 55 fotos. (...) Dos 23 jogadores do grupo de Scolari, apenas três não possuem conta no Instagram: Júlio César, Henrique e Maxwell. (...) Até a disputa de terceiro lugar contra a Holanda, os jogadores brasileiros acumulavam mais de 65 milhões de curtidas nas 533 fotos postadas. (...) Ainda assim, a interação em excesso no Instagram não pode ser classificada definitivamente como uma coisa ruim para uma seleção. A Alemanha, por exemplo, se destacou nas redes sociais com fotos, vídeos e até mensagens em português e chegou à final (UOL COPA, 2014b).

Após o início da Copa do Mundo, com o fraco futebol apresentado pela seleção brasileira, mesmo jogando em seu próprio país, aumentou a pressão da mídia e dos torcedores por boas exibições do escrete canarinho. Sem um plano coerente de ação que unisse os aspectos esportivos com estratégias de comunicação, tendo que gerenciar a crise provocada pela pouca competitividade da seleção, com fortes cenas de instabilidade emocional e sem orientação da direção de comunicação da CBF, a comissão técnica se perdeu:

A conta é simples. Há mais de 700 jornalistas credenciados. Felipão resolveu falar com seis. Escolheu a dedo para quem se queixar. Mais que os 'eleitos', ele queria os veículos de comunicação. Seu assessor pessoal de imprensa, que só está na Copa com o crachá da Sportv – empresa da Globo –, tratou de ir atrás desse seletivo grupo que tem o coração de Felipão. E os pegou sem a menor discrição. Os arrancava de onde conversavam com outros jornalistas. (...) A situação foi surreal. A conversa poderia ter sido combinada de maneira discreta. Mas foi acintosa, querendo mostrar quem importava para Felipão entre as sete centenas de jornalistas na Granja Comary. Deu margem a se acreditar que o resto não conta. (...) Felipão expôs seu grupo de atletas e a sua falta de convicção. Conseguiu ainda ter o ressentimento de 694 jornalistas, os excluídos. Deixou claro que a cobertura da Seleção tem castas. (...) Triste é a postura amadora

de uma Comissão Técnica que foi duas vezes campeã do Mundo, com Parreira e Felipão. Expôs as mazelas do time e a falta de certeza que poderá cumprir a promessa de fazer esse time campeão do mundo. E mais. Em vez de aproximar a imprensa da Seleção, conseguiu o contrário. O clima de revanchismo dos jornalistas aumentou e muito na Granja Comary. Se esse time não cumprir a promessa de ser campeão do Mundo, Felipão vai perceber o que fez. (RIMOLI, 2014).

A falta de equilíbrio dos jogadores e da comissão técnica da seleção brasileira ficou evidente e se acentuou a cada fraca partida disputada pela equipe nacional na Copa do Mundo de 2014. Após uma pífia primeira fase, quando derrotou a Croácia com um pênalti duvidoso, empatou com o México e ganhou de forma pouco convincente da já eliminada República dos Camarões, o Brasil sofreu na segunda fase da competição, já de caráter eliminatório, para derrotar o Chile de forma dramática – e somente na disputa por pênaltis. Sem ferramentas para gerenciar a crise que se instaurou na CBF e em sua marca principal, a seleção brasileira, o diretor de comunicação da entidade, Rodrigo Paiva, também se deixou contagiar pelo desequilíbrio emocional da equipe, mostrando a total falta de racionalidade das ações de comunicação planejadas para a seleção:

O Comitê Disciplinar da Fifa anunciou na manhã desta segunda-feira, 30 de junho de 2014, a suspensão por um jogo imposta a Rodrigo Paiva, diretor de comunicação da CBF. No intervalo do jogo contra o Chile, no último sábado, 28 de junho, no Mineirão, Rodrigo foi flagrado por imagens agredindo o atacante chileno Mauricio Pinilla. Com isso, o brasileiro não poderá trabalhar no jogo entre Brasil e Colômbia, nesta sexta, no Castelão, em Fortaleza, valendo pelas quartas de final da Copa do Mundo (EXTRA.COM, 2014).

Sem estratégia clara e com ações de comunicação confusas e desconexas, sempre privilegiando as relações comerciais e de patrocínio, a comunicação da CBF na Copa do Mundo mostrou pouca objetividade e ausência completa de coerência, evidenciada pelas ações dispersas

dos atletas nas redes sociais. As necessidades esportivas da seleção brasileira, e seu foco e concentração na competição, foram desprezados e deixados de lado por uma estratégia fraca e sem integração entre os diversos campos e ferramentas da comunicação. A CBF conseguiu, assim, colocar o esporte como refém da comunicação e do mercado.

5) Considerações finais

O desenvolvimento do esporte enquanto elemento de comunicação e marketing e o crescimento da indústria do entretenimento e consumo colocaram o fenômeno esportivo no centro do processo de criação de valor para empresas, marcas e produtos. Pelo seu caráter muitas vezes intangível, pelos atributos positivos que podem, em geral, a ele ser associado, o esporte apresenta, em sua plenitude, uma série de possibilidades para edificação de uma marca forte e da criação de valor para seus *stakeholders*. Seja em seus aspectos mais sociais – ligados à participação e educação –, seja em seus aspectos de mercado – voltado ao desempenho e a *performance* –, o esporte auxilia na construção das marcas nos “corações e mentes” dos consumidores de produtos e serviços oferecidos ao mercado pelas organizações.

O entendimento de que uma marca forte é, hoje, ativo financeiro de uma organização dá ao esporte uma importância estratégica. Atletas, clubes e modalidades esportivas passam a contribuir, assim, de forma cada vez mais preponderante para o sucesso de uma empresa. O papel da comunicação organizacional integrada cresce em importância dentro deste universo. O planejamento da comunicação com os *stakeholders* passa a ser uma das principais estratégias para os agentes esportivos e para os gestores do esporte conquistaram resultados econômico, político e esportivo.

O planejamento de comunicação construído pela DFB, bem edificado, permitiu à entidade renovar a identidade alemã, com novos valores bem definidos e atitudes que agregaram valor aos seus grupos de interesse, contribuindo para o equilíbrio entre o sucesso esportivo e os excelentes resultados econômico e financeiro. O respeito às atividades esportivas do elenco, com a adequada preparação da equipe, foi fundamental para o sucesso do planejamento alemão.

Já no Brasil, a CBF demonstrou a mais completa incompetência na construção de um adequado planejamento de comunicação para a seleção brasileira perante seus *stakeholders*. Os interesses esportivos, ao longo da Copa do Mundo, foram desprezados por conta de uma estratégia que privilegiou parceiros e relacionamentos comerciais da entidade. No confronto entre a comunicação a serviço do esporte, colocada em prática pela DFB, e o esporte a serviço da comunicação, no desenho tático da CBF, o resultado não poderia ser outro: Alemanha 7 x 1 Brasil. E foi pouco.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. O que é o Esporte? In: *Revista Serrote*, nº 3, São Paulo: Instituto Moreira Sales, p. 97-105, nov. de 2009.

BN ESPORTES. CBF oficializa veto para uniformes amarelos de clubes sem patrocínio da Nike. Disponível em: <<http://www.bahianoticias.com.br/esportes/noticia/31867-cbf-oficializa-veto-para-uniformes-amarelos-de-clubes-sem-patrocínio-da-nike.html>>. Acesso em 27 de mai. de 2014.

BUENO, Eduardo. *A Viagem do Descobrimento*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

CASTELO, Jorge. *Futebol – organização dinâmica do jogo*. Lisboa: Edições Lusófonas, 2009.

CORREIO. Vexame na Copa mostra diferença entre a gestão e o jeitinho no futebol brasileiro. Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/detalhe/noticia/vexame-na-copa-mostra-diferenca-entre-a-gestao-e-o-jeitinho-no-futebol-brasileiro/?cHash=5392c88d070be5e7beba8168e5227b52>>. Acesso em 01 de dez de 2014.

DIAS, Reinaldo. *Cultura Organizacional*. 3ª ed. Campinas: Alinea, 2012.

DW. Seleção alemã saúda brasileiros em anúncio. Disponível em: <<http://www.dw.de/sele%C3%A7%C3%A3o-alem%C3%A3-sa%C3%BAd-a-brasileiros-em-an%C3%BAnncio/a-17274645>>. Acesso em 05 de dez de 2013.

EXTRA.COM. Copa 2014: Fifa suspende Rodrigo Paiva, diretor de comunicação da CBF, por um jogo. Disponível em: <<http://extra.globo.com/esporte/copa-2014/copa-2014-fifa-suspende-rodrico-paiva-diretor-de-comunicacao-da-cbf-por-um-jogo-13078526.html>>. Acesso em 30 de jun. de 2014.

FREITAS, Maria Ester de. *Cultura Organizacional – evolução e crítica*. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

GLOBO.COM. Domingo alemão: descanso, treino fechado e mistério sobre Lahm. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecoes/alemanha/noticia/2014/07/domingo-alemao-descanso-treino-fechado-e-misterio-sobre-lahm.html>>. Acesso em 06 de jul. de 2014.

GLOBO.COM. Barbeiro da Seleção quer ousar no cabelo de Neymar: “Vou lançar moda”. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2014/05/barbeiro-da-selecao-quer-ousar-no-cabelo-de-neymar-vou-lancar-moda.html>>. Acesso em 27 de mai. de 2014b.

GLOBOESPORTE.COM. Alemanha escolhe Bahia como sede e vai bancar construção de complexo. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2013/12/alemanha-escolhe-bahia-como-sede-e-vai-bancar-construcao-de-complexo.html>>. Acesso em 13 de dez de 2013.

_____. O segredo de outro sucesso: como a Alemanha criou empatia com o Brasil. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/07/o-segredo-de-outro-sucesso-como-alemanha-criou-empatia-com-o-brasil.html>>. Acesso em 15 de jul. de 2014.

GLOBOTV. Patrick Kisko diz que Alemanha queria ser o segundo time na torcida dos brasileiros. Disponível em: <<http://globo.tv/globo.com/sportv/copa-2014/v/patrick-kisko-diz-que-alemanha-queria-ser-o-segundo-time-na-torcida-dos-brasileiros/3479673/>>. Acesso em 06 de jul. de 2014.

IZKA DIGITAL. 8 lições de marketing para aprender com a Alemanha. Disponível em: <<http://www.iskadigital.com.br/8-lico-es-de-redes-sociais-que-aprendemos-com-alemanha/>>. Acesso em 10 de jul. de 2014.

LANCE!NET. Torcida frustrada com treino fechado da Alemanha em São Januário. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Torcida-frustrada-fechado-Alemanha-Januario_0_1173482747.html>. Acesso em 12 de jul. de 2014.

PEDERSEN, Paul. M.; MILOCH, Kimberly. S.; LAUCELLA, Pamela C. *Strategic Sport Communication*. Champaign: Human Kinetics, 2007.

PORTAL DA COPA. Centro de Treinamento do Brasil, Granja Comary é reinaugurada em Teresópolis. Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/ct-do-brasil-granja-comary-e-reinaugurada-em-teresopolis>>. Acesso em 26 de mar de 2014.

PORTO, Alessandra de Figueiredo; SANTOS, Maria Helena Carmo dos. O “alemão cordial” na Copa 2014: uma análise dos aspectos perceptuais relativos à seleção germânica de futebol. In: XIV Congresso Internacional de Relações Públicas e Comunicação, Salvador, Bahia, 22, 23 e 24 de out de 2014.

RIMOLI, Cosme. VERGONHA: Felipão faz reunião com seis jornalistas e joga podres da seleção no ventilador!.. Disponível em: <<http://www.wareporter.com.br/vergonha-felipao-faz-reuniao-com-seis-jornalistas-e-joga-podres-da-selecao-no-ventilador/>>. Acesso em 13

de dez de 2014.

RIOS, Fernando. Lições de futebol e de comunicação integrada. Disponível em: <<http://www.hytrade.com.br/comunicacao-integrada/licoes-de-futebol-e-de-comunicacao-organizacional-integrada/>>. Acesso em 04 de ago. de 2014.

R7. Privacidade pedida por Felipão fica longe da Granja Comary. Disponível em: <<http://www.hojeemdia.com.br/esportes/2.945/privacidade-pedida-por-felip-o-fica-longe-da-granja-comary-1.245235>>. Acesso em 02 de jun. de 2014.

UOL COPA. Treino para patrocinadores não sai como esperado e CBF tem de improvisar. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/05/30/treino-para-patrocinadores-nao-sai-como-esperado-e-cbf-tem-de-improvisar.htm>>. Acesso em 30 de mai. de 2014.

_____. Muito instagram, pouco ataque. Seleção posta 5 vezes mais do que finaliza. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/13/muito-instagram-pouco-ataque-selecao-posta-4-vezes-mais-do-que-finaliza.htm>>. Acesso em 13 de jul. de 2014b.

VEJA. Luciano Huck ‘invade’ treino da seleção na Granja Comary. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/luciano-huck-invade-treino-da-selecao-na-granja-comary>>. Acesso em 29 de mai. de 2014.

COPA DE 2014 E IDOLATRIA:

NARRATIVAS SOBRE O JOGADOR NEYMAR ANTES DO MUNDIAL

RONALDO HELAL ¹; FÁBIO AGUIAR LISBOA ²;
FILIPE FERNANDES RIBEIRO MOSTARO ³

Introdução

175

Como nasce um ídolo no universo do futebol? Será que este processo está relacionado apenas à performance do atleta nos gramados? Ou será que se limita à percepção do público sobre o jogador? E as narrativas veiculadas pela imprensa, que participação têm neste processo?

Tendo estas questões como norte, este artigo se propõe a investigar como se constituíram as narrativas de trajetória de vida do jogador Neymar no período que antecedeu a disputa da Copa do Mundo de

-
- 1 Professor da Faculdade de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Pesquisador do CNPq. Coordenador do grupo de pesquisa “Esporte e Cultura”, cadastrado no CNPq (www.comunicacaoesporte.com) e do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME/UERJ).
 - 2 Mestrando em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Membro do grupo de pesquisa “Esporte e Cultura”, cadastrado no CNPq.
 - 3 Mestre em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Especialista em Jornalismo Esportivo e Negócios do Esporte pela FACHA-IGEC (2012). Membro do grupo de pesquisa “Esporte e Cultura”, cadastrado no CNPq. Pesquisador associado ao Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME/UERJ).

2014, no Brasil. Nosso *corpus* de pesquisa será a reportagem exibida pelo Jornal Nacional no dia 2 de junho de 2014 – que trata da trajetória de vida daquele que foi considerado o principal jogador da seleção brasileira na Copa de 2014.

Como base teórica para compreender a construção de ídolos no universo do esporte, basear-nos-emos em Helal (2003) que, ao fazer uma distinção entre ídolos e heróis, entende que as narrativas em torneos de atletas “frequentemente focalizam características” que transformam os ídolos em heróis, fenômeno que seria explicado pelo “aspecto agonístico, de luta, que permeia o universo do esporte”. Helal acrescenta ainda que ídolos podem ser grandes celebridades, vivendo somente para si, não tendo necessariamente que dividir sua glória com a comunidade – ao contrário dos heróis, que precisam compartilhar seus feitos com aqueles que o idolatram. Neste sentido, o esporte seria um terreno fértil para a produção de ídolos-heróis.

A análise aqui proposta consistirá na transcrição da reportagem sobre a vida de Neymar e na identificação de expressões e palavras que aproximem a narrativa sobre o jogador de duas possibilidades de trajetórias de vida dos heróis.

A Copa do Mundo de 2014 e as narrativas jornalísticas

A preparação para a disputa de uma edição da Copa do Mundo de futebol tem vários momentos importantes. Um deles é a divulgação, pelo técnico de uma seleção, da relação de jogadores convocados para defender um país na competição.⁴

No Brasil não é diferente; a convocação da seleção, seja para um simples amistoso ou para a disputa de partidas oficiais, é um evento que recebe atenção da imprensa e do público. No dia 5 de maio de 2014, aconteceu uma convocação que teve um caráter especial. A par-

4 Suspeitamos que a atração exercida por um torneio como a Copa do Mundo esteja baseada justamente na crença de que onze jogadores representariam toda uma nação. Dessa forma, estaríamos diante de um “duelo” entre nações, onde seus principais emblemas, cores e estereótipos seriam colocados em campo através das camisas e estilos de jogo, como, por exemplo, a suposta “ginga” brasileira e a “rigidez” de algumas seleções da Europa.

tir dela o público conheceu a relação de jogadores que representaria o Brasil na Copa do Mundo de 2014, a segunda edição do Mundial de futebol realizada em solo brasileiro.

A expectativa entre a imprensa e o público era a de que os jogadores chamados para a competição pudessem conquistar o título da Copa de 2014, apagando assim a frustração causada pelo “Maracanazo”, a derrota do Brasil para o Uruguai na final da Copa de 1950, no Estádio do Maracanã. O próprio coordenador técnico da seleção brasileira na Copa de 2014, Carlos Alberto Parreira, expressou esta expectativa no decorrer de uma entrevista concedida meses antes do início da competição: “Nós somos, entre aspas, o país do futebol que perdeu a primeira Copa em casa e tem a obrigação de ganhar a segunda em casa. Isso nos dá responsabilidade muito grande.” ⁵

Em meio a esse clima de mobilização em torno da equipe brasileira convocada para a Copa, no mesmo dia do anúncio, o Jornal Nacional ⁶ recebeu como convidado especial o técnico da seleção brasileira, Luiz Felipe Scolari, que concedeu uma entrevista ao vivo na bancada do telejornal. ⁷ A conversa teve como assunto principal a relação de jogadores convocados para a Copa por Scolari, com o técnico justificando a presença de alguns atletas e explicando a ausência de outros na relação

5 Matéria sobre a entrevista: *Parreira diz que ‘obrigação’ de ganhar Copa em casa não atinge seleção*. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/esportes/parreira-diz-que-obrigacao-de-ganhar-copa-em-casa-nao-atinge-selecao-11919224>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

6 O Jornal Nacional é tido como o espaço mais valorizado da TV brasileira. Coutinho e Bara (2014, p. 147), o chamam de “programa jornalístico de maior audiência e peso político no Brasil”. A presença do treinador na bancada do Jornal Nacional no mesmo dia da convocação evidencia tanto o prestígio do telejornal junto à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), como indica que a TV Globo daria um espaço especial à Copa do Mundo na sua grade de programação. Mais informações sobre a importância do telejornal são encontradas na matéria: “*Jornal Nacional completa 45 anos com o desafio da renovação*”. Disponível em <<http://blog.jovempan.uol.com.br/parabolica/jornal-nacional-completa-45-anos-com-o-desafio-da-renovacao/>>. Acesso em: 28 out. 2014.

7 A entrevista está disponível em <<http://globotv.globo.com/rede-globo/jornal-nacional/v/felipao-esclarece-questoes-sobre-os-convocados-para-a-copa-do-mundo/3331292/>>. Acesso em: 25 out. 2014.

que havia anunciado há poucas horas. Além disso, o treinador aproveitou a ocasião para pedir à torcida que apoiasse a seleção no Mundial.⁸

Logo após a entrevista, o âncora do Jornal Nacional, William Bonner, anuncia que, a partir daquele momento, o telejornal exibiria uma série de reportagens especiais produzidas pelo repórter Tino Marcos e pelo repórter cinematográfico Álvaro Sant'Anna⁹, com a exibição de aspectos pouco conhecidos da vida dos jogadores da seleção brasileira convocados para a Copa de 2014.¹⁰

A primeira reportagem da série foi exibida em 5 de maio de 2014 e falou da vida do zagueiro David Luiz.¹¹ A última matéria, que foi ao ar em 2 de junho de 2014 e que teve o atacante Neymar como personagem, é o objeto desta análise.¹²

8 O vídeo com o pedido de apoio do técnico da seleção brasileira à torcida está disponível em <<http://globo.tv/globo.com/rede-globo/jornal-nacional/t/edicoes/v/felipao-manda-mensagem-aos-torcedores-brasileiros/3331283/>>. Acesso em: 25 out. 2014.

9 Para realizar a série de reportagens sobre a vida dos 23 jogadores convocados para representarem o Brasil na Copa de 2014, Tino Marcos e Álvaro Sant'Anna gastaram dez meses de trabalho entre entrevistas, pesquisas e viagens a 35 cidades do Brasil e de fora do país. Informação disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/05/conheca-historia-por-tras-dos-craques-da-selecao-brasileira.html>>. Acesso em: 25 out. 2014.

10 É importante salientar que dos 23 jogadores convocados por Scolari para a Copa apenas quatro atuavam no futebol brasileiro no momento da convocação. Assim, não era incomum ouvir torcedores brasileiros expressando desconhecimento sobre alguns dos convocados, como exemplifica a seguinte matéria: *Torcedores capixabas estranham seleção de "gringos"*. Disponível em <http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2014/06/noticias/cidades/1488981-torcedores-capixabas-estranham-selecao-de-gringos.html>. Acesso em: 26 out. 2014. Assim, um dos objetivos do Jornal Nacional com esta série de reportagens é o de apresentar ao público brasileiro os jogadores que defenderiam a seleção brasileira durante a Copa do Mundo de 2014.

11 A matéria completa está disponível em <<http://globo.tv/globo.com/rede-globo/jornal-nacional/v/conheca-o-perfil-e-a-intimidade-do-zagueiro-da-selecao-david-luiz/3331314/>>. Acesso em: 25 out. 2014.

12 O fato de a reportagem sobre a vida de Neymar ter sido a última a ser exibida é um indicio do destaque que seria dado ao jogador pela emissora. Esta atenção especial a Neymar também é indicada pelo fato de a reportagem sobre o atacante do Barcelona ter a maior duração entre todas as matérias da série, pouco mais de 9 minutos, enquanto as reportagens sobre os outros jogadores ficaram na casa de 6 minutos cada.

Aqui é importante indicarmos o status de “reportagem especial” que esta série teve no telejornal ¹³. O telejornalismo se faz valer de aspectos narrativos que se assemelham ao folhetim ou mesmo uma telenovela (COUTINHO, 2012). ¹⁴ Buscar personagens que atinjam o imaginário do telespectador de maneira direta é um dos fatores determinantes para o reconhecimento identitário que a narrativa pretende. A narrativa se desenvolve no sentido de edificar uma imagem de pessoas “simples” que passaram por “várias” dificuldades até alcançarem o momento de “glória”, que seria “defender” o país em uma Copa do Mundo.

Partimos da seguinte ideia apresentada por Márcia Benetti em *Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos* (2007): “o jornalismo é um modo de conhecimento: ele tanto produz um conhecimento particular sobre os fatos do mundo, quanto produz os conhecimentos gerados por outros atores” (BENETTI, 2007, p.110). Segundo a autora o conhecimento não é apenas transmitido, mas também recriado. Neste processo, o jornalismo reforça mapas culturais presentes na sociedade, firmando e regulando “consensos” na coletividade.

Ao definirmos que o jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, entendemos que o seu estudo é meritório para compreendermos como suas narrativas plasmam as figuras dos atores do esporte. Assim, concordamos com MOTTA (2009, p.166) quando afirma que “as fábulas contadas e recontadas pelas notícias diárias revelam os mitos mais profundos que habitam metanarrativas culturais mais ou menos integrais do noticiário”.

13 As séries de reportagens, como a que fala da história de vida dos jogadores da seleção brasileira convocados para a Copa de 2014, contam com produção, edição e temática destacadas: “Produto jornalístico cada vez mais presente, em diferentes horários e emissoras, as séries de reportagens veiculadas em telejornais representam uma cobertura de caráter diferenciado, que implica o envolvimento de maior tempo de produção e mesmo de veiculação, o que em geral resulta em produtos de qualidade superior, reconhecimento partilhado entre produtores dos telejornais e telespectadores”. (COUTINHO E BARA, 2014, p.148)

14 Em um estudo sobre uma série de reportagens do Jornal Nacional que falava de festas juninas, Coutinho e Bara (2014) comentam como o jornalismo usa estratégias da teledramaturgia em suas reportagens: “O formato série de reportagem, para utilizar o termo com que os apresentadores dos telejornais da Rede Globo anunciam este tipo de material jornalístico, se aproximaria de uma espécie de novela informativa, em que cada capítulo possibilitaria o aprofundamento de um tema ou aspecto da realidade retratado na TV”. (COUTINHO E BARA, 2014, p.151)

Entendemos que durante a Copa do Mundo tais narrativas se tornam mais intensas, principalmente ao reforçar o papel do futebol no *ethos* nacional. A Copa do Mundo tem sido um excelente momento para se refletir sobre o significado do futebol no Brasil, já que, nesta época, as manifestações deste esporte tornam-se mais intensas e dramáticas. Este evento atua no espaço urbano, provocando representações dentro da sociedade, que são observadas na mídia durante os mundiais da FIFA e incorporam um conjunto de ideias, significados e valores socialmente compartilhados. É notório que durante a Copa do Mundo FIFA o nacionalismo em torno da seleção se torna mais exacerbado, ainda que observemos certo esmaecimento nesta relação (seleção-nação) nas últimas décadas.¹⁵

Num ambiente esportivo-midiático onde se negociam as identidades, a Copa do Mundo se torna um momento de reforço da narrativa da identidade nacional, mesmo num contexto pós-moderno, onde as identidades estariam mais fragmentadas. Seu caráter coletivo ajuda a estabelecer novas ligações entre os participantes de determinado grupo, realimentando as representações sociais de forma aguda. É comum observamos campanhas publicitárias que enaltecem nosso futebol como único, reafirmando seu papel na constituição da nação. Assim, a seleção brasileira se tornaria a representante de toda esta coletividade.

Motta também ressalta que nenhuma narrativa é ingênua, pois ela cumpre um determinado propósito, com ações estratégicas na constituição de significações em contextos, no nosso caso, o de construir representações sobre os jogadores. Como afirma Benetti (2007):

É preciso visualizar a estrutura do texto, compreendendo que esta estrutura vem “de fora”: o texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior. O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia *em outro lugar*: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. (BENETTI, 2007, p.111)

15 Para uma reflexão sobre a relação entre a seleção brasileira e a identidade nacional ver Helal (2010) e para um estudo mais detalhado sobre a questão da identidade nacional em períodos de Copa do Mundo ver Helal, Cabo e Silva (2011).

Além disso, os momentos da narrativa onde são utilizados os denominados *flashbacks* sobre a vida dos atletas terão um papel crucial em nossa análise. Para Motta (2009, p.151) esse resgate é um reforço:

Para a memória cultural do receptor, conexões que faltam e precisam ser trazidas para a compreensão das relações. Há também o depoimento de autoridades, técnicos, etc, que recuperam fragmentos anteriores de significação necessários à reconstituição semântica do enredo. (...) recuperar a memória de eventos ou episódios anteriores ao presente da ação tem uma funcionalidade orgânica na história. Por isso, merecem atenção especial do analista. (MOTTA, 2009, p.151)

Contudo, antes de propriamente ser feita a análise da reportagem que é objeto deste artigo, é necessário destacar os estudos sobre as trajetórias de vida dos ídolos do esporte. Como dissemos anteriormente, Helal (2003, p.19) coloca que “as narrativas das trajetórias de vida dos heróis esportivos frequentemente focalizam características que os transformam em heróis”, que não vivem apenas para si mesmos, mas que têm que ocupar o papel de redentores da sociedade.

A narrativa clássica do herói fala de superação de desafios em busca da redenção e glória. “O herói parte do mundo cotidiano e se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes” (CAMPBELL, 1995, p.36).

Outro tipo de trajetória de vida do herói é a que pode ser chamada de vertente brasileira, na qual se refere ao sujeito que possui um “talento puro, genuíno, inato, que não precisa de treino ou esforço para ser aprimorado”, diz Helal (2003, p.21). Também nesta linha de pensamento é meritório citar Marcel Mauss (1974) ao destacar o “talento inato, “dom” surpreendente, e como o universo das artes e o dos esportes são ricos na produção de personagens que absorvem tais características. Segundo esta perspectiva, o herói da seleção seria o atleta que, entre outros aspectos, têm um estilo específico de jogar, o suposto “futebol arte” – que foi nomeado inicialmente como *Foot-ball Mulato*

por Gilberto Freyre ¹⁶, que sintetizaria o estilo ¹⁷ de o brasileiro jogar e que se singularizaria por elementos como a “ginga”, a inventividade e a habilidade de seus praticantes.

Ao focarmos especificamente na trajetória de vida de Neymar, apresentada na reportagem do Jornal Nacional, será de grande valia considerar a proposta de análise proposta por Helal et al. (2012), cuja avaliação é a de que “na construção da figura pública de Neymar os recursos acionados pela imprensa vão construindo um modelo de ídolo / herói mais universal ou mais próximo de predicados que se relacionam com uma suposta ‘brasilidade’” (HELAL et al., 2012, p. 235). É a partir destas duas possibilidades de trajetória de vida do herói que se realizará esta análise.

Procedimentos de análise

Para a análise da reportagem especial exibida pelo Jornal Nacional no dia 2 de junho de 2014 ¹⁸ sobre o atacante Neymar, foram realizados alguns procedimentos. O primeiro foi realizar a decupagem (transcrição do áudio da reportagem) da matéria. Posteriormente, foi realizada uma análise das narrativas existentes na reportagem a partir da leitura atenta da transcrição do áudio da reportagem. Nesta leitura tentou-se identificar expressões e palavras que aproximassem a narrativa sobre a vida de Neymar apresentada na reportagem das duas possibilidades de trajetória de vida dos heróis que foram citadas anteriormente.

A primeira chave de interpretação da narrativa de Neymar será realizada tomando como ponto de partida a trajetória de vida do herói clássico (CAMPBELL, 1995). A jornada do herói clássico pode ser

16 Freire cria a nomenclatura *Foot-ball Mulato* em artigo publicado no dia 17 de junho de 1938 nos *Diários Associados* para descrever o estilo de jogo dos atletas brasileiros. Hoje, o que Freire chamou então de *Foot-ball Mulato* é chamado de futebol arte.

17 Para uma discussão a respeito do estilo de jogo do brasileiro, ver Soares e Lovisolo (2003) e Maranhão (2006).

18 A matéria completa está disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/06/herdeiro-da-camisa-10-neymar-tem-tudo-para-brilhar-na-copa-do-mundo.html>>. Acesso em: 25 out. 2014.

entendida a partir do seguinte desencadeamento de ações: o indivíduo “comum” é chamado a participar de um grande desafio. Após aceitar, ele passa por provas que tentarão retirá-lo do seu caminho. Por não desistir, ele recebe a recompensa e atinge seu objetivo final. Este final é quase sempre apoteótico, carregado de simbolismos que caracterizam todo seu esforço para “sair das cinzas” e voltar “mais forte”. Desta maneira, a narrativa sobre a vida de Neymar apresentada na reportagem aproxima-se da narrativa do herói clássico ao citar as dificuldades que o jogador teve que enfrentar no decorrer de sua carreira.

A primeira prova apresentada na reportagem é um acidente automobilístico que Neymar e sua família sofrem quando o jogador ainda era um bebê de colo. Segundo depoimento do pai do jogador, que é apresentado na reportagem juntamente com uma reconstituição do acidente ¹⁹, o carro no qual a família viajava é atingido por outro veículo. A matéria mostra que o então bebê Neymar fica ferido, mas sem gravidade, e o processo de narração da história prossegue.

O segundo desafio da trajetória de vida de Neymar apresentado na reportagem, e que chega a ser definido pelo repórter Tino Marcos como um “trauma”, pertence à trajetória esportiva do jogador. No dia 15 de setembro de 2010, Neymar envolve-se em um desentendimento com Dorival Jr., então técnico de sua equipe na época, o Santos FC, durante um jogo do Campeonato Brasileiro.

Em razão deste desentendimento, o jogador passa a ser criticado por parte da imprensa e da torcida, que consideraram sua atitude errada. O sentido construído pela narrativa é que Neymar encontra um “grande obstáculo”, que poderia fazê-lo desistir de sua missão. Segundo o atleta, a enxurrada de recriminações teria feito com que ele começasse a pensar se valeria mesmo a pena levar à frente a carreira de jogador de futebol. O atacante afirma na reportagem: “Cheguei ao ponto de falar, ‘para que eu quero isso aí? Não vou mais jogar futebol’”. Contudo, este episódio é superado. A matéria não mostra com detalhes como acontece o processo de reconciliação do jogador com o

19 Aqui destacamos a ideia de flashback na narrativa jornalística. Neste caso o telejornalismo se utiliza do recurso de recriar a história real, com “interpretações que podem muitas vezes lançar mão de recursos típicos da ficção literária, com vistas à criação de uma atmosfera semântica mais compreensiva” (SODRÉ, 2009, p.15).

treinador e com a torcida, e após este episódio a narrativa se volta para a transferência do jogador ao futebol europeu, chegando ao Barcelona com o status de “estrela do futebol mundial”, nas palavras do repórter Tino Marcos.

A terceira provação apresentada na reportagem também acontece no âmbito esportivo e dá-se durante a disputa da Copa das Confederações de 2013, torneio que serve como uma prévia para a Copa do Mundo de 2014, a competição mais importante de que Neymar terá a oportunidade de participar até então defendendo a seleção brasileira.

Segundo o pai de Neymar, o jogador chegava a um dos principais momentos de sua carreira esportiva em meio a grande desconfiança, em uma posição entre a de herói e de vilão. Neste contexto, o repórter Tino Marcos diz que o “o então camisa 11 se impôs um desafio extra. Vestir a 10”²⁰. Desta forma, o jogador sinalizava que assumia a posição de referência, de “estrela” da seleção brasileira. Contudo, segundo o repórter Tino Marcos, o jogador supera com sobras o desafio apresentado: “Foi o melhor jogador da competição. O encaixe perfeito de Neymar com o time. E deles com a torcida. Brasil campeão”.

Neste caso, Neymar não apenas supera a provação de vencer a desconfiança da torcida, mas conquista a maior glória que até então se apresentou para ele, o título da Copa das Confederações. Aqui é importante afirmar que a obtenção desta glória fomenta entre o público brasileiro a esperança de que o jogador pode ser peça importante na seleção brasileira na tarefa de alcançar uma glória ainda maior: o título da Copa do Mundo de 2014.

Outro aspecto destacado na reportagem que pode ser vinculado à narrativa clássica do herói é a relação de títulos conquistados pelo jogador enquanto defendia o Santos, a equipe na qual se formou como jogador e que o conduziu ao futebol profissional. Segundo a reportagem, em 10 anos no clube brasileiro, Neymar foi tricampeão paulista, con-

20 Existe uma mística, uma tradição – a categoria tradição é usada aqui no mesmo sentido adotado por Hobsbawm e Ranger (1997) –, em torno da camisa de número 10 de qualquer time de futebol. A tradição é a de que este número seja usado sempre pelo melhor jogador da equipe. A gênese desta tradição estaria na Copa de 1958, quando Pelé, considerado pela crítica esportiva como o maior jogador de futebol de todos os tempos, teria usado a camisa 10 da seleção brasileira pela primeira vez, número que teria sido atribuído a ele por acaso.

quistou uma edição da Copa do Brasil e uma edição da Copa Libertadores. Neste período ele disputou 230 jogos, tendo marcado 138 gols. Com estes títulos, Neymar já ocupa um lugar no panteão de heróis do Santos. Já com a conquista da Copa das Confederações, o camisa 10 da seleção brasileira começa a ser visto como um candidato a herói nacional.

Neymar, um candidato a herói brasileiro

No entanto, a biografia de Neymar apresentada na reportagem também mostra elementos que podem ser identificados como de uma narrativa do herói brasileiro. A primeira e mais evidente característica atribuída a Neymar e que está relacionada à narrativa do herói brasileiro é a de que o jogador teria um talento inerente, natural, com o qual ele já nasceu e que não dependeria de treinamento ou esforço para ser obtido.²¹ Alguns adjetivos ou expressões que atestam esta percepção sobre Neymar são: precoce, menino prodígio e pequeno fenômeno.

O fato de Neymar, ainda criança, ter apresentado uma capacidade incomum para jogar futebol demonstraria que já nasceu com um talento especial. Outra fala do jogador que indicaria uma relação “natural” dele com o futebol é a de que desde pequeno o brinquedo preferido por ele era a bola: “Cheguei a ter 50 bolas dentro de casa. Pequeninho, sempre ficava com a bola, levava ela. Sempre ficava junto”. Outro testemunho apresentado na matéria que atestaria a tese do “talento inato” de Neymar é a do ex-jogador Zito, meio-campista que foi bicampeão do mundo pela seleção brasileira.²² Ao relembrar como foi o primeiro encontro com Neymar, quando o menino tinha apenas 11

21 É importante salientar que a ideia de talento nato, tão presente na narrativa do herói brasileiro, também faz parte das narrativas dos heróis universais, junto com o acaso (o descobridor de talentos). Ver Coelho e Helal (1996) para uma análise sobre como o cinema retratou a vida do lendário jogador de beisebol dos Estados Unidos, Babe Ruth, e da cantora pop Tina Turner.

22 A menção dos títulos conquistados por Zito defendendo a seleção brasileira servem como um elemento de distinção – a categoria distinção é usada aqui na acepção proposta por Bourdieu (2007) –, pois não é uma pessoa qualquer que está elogiando Neymar, mas um campeão do mundo pela seleção brasileira.

anos e jogava futebol de salão, Zito demonstra emoção: “Aí fomos ver o Neymar jogar. Aí encheu os olhos. Encheu os olhos”.

Segundo o primeiro técnico de Neymar, Betinho, a capacidade natural do atleta para jogar bola seria tão grande que o Santos fez uma mudança nas suas divisões de base para acolher o jovem: “Foi criada no Santos uma categoria, porque não existia no Santos uma categoria para o Neymar jogar”. Estas narrativas que enfatizam o talento nato são importantes na construção da singularidade do atleta e aparecem também em outros ídolos fora do Brasil. A singularidade parece ser uma constante nestas narrativas, e o talento é a principal marca que distinguiria o ídolo dos fãs e da multidão. Só que no Brasil, este tema costuma vir associado à ideia de que o craque nasceria pronto, e, por isso, prescindiria de treinamentos. Na biografia de Neymar isto ainda está meio difuso, já que a ênfase nos treinamentos também aparece vez por outra.

Além disso, Neymar é descrito, e se descreve, como um jogador que tem a alegria, a descontração e a felicidade como características definidoras. Estes elementos são parte de um determinado *ethos*, jeito de ser, brasileiro, uma forma cordial de estar na sociedade, o que é tido como uma forma natural do brasileiro agir.²³ Essa ideia, que aparece em falas do jogador e do repórter Tino Marcos, é reforçada por imagens que mostram lances de habilidade de Neymar.

O jogador também é adjetivado na reportagem como mutante, inventivo, criativo. Esta percepção é evidenciada quando se fala de como ele muda constantemente os seus cortes de cabelo. “Se tiver vontade de ficar loiro, eu vou e pinto de loiro. Meu cabelo, a cada mês ele vai mudando”, diz Neymar. No entanto, a fala que sintetiza a ideia de que Neymar é um legítimo representante da “linhagem” de heróis brasileiros é a última pronunciada na reportagem: “Um menino que tem tudo para ser um gênio e escrever seu nome na história do futebol”.²⁴ Esta fala, que é do narrador Galvão Bueno, é parte da narração que ele faz do jogo entre Brasil e Espanha na final da Copa das Confederações.

23 Mais detalhes sobre uma pretensa cordialidade natural do brasileiro pode ser visto em Holanda (1973).

24 É importante frisar que a categoria gênio também é encontrada na narrativa do herói universal. Porém, ela se aproxima mais da narrativa do herói brasileiro quando há a crença de que a genialidade em questão prescinde de treinamento.

Observando as características que são atribuídas a Neymar no decorrer da matéria é possível perceber que a narrativa da vida dele une tanto elementos do herói clássico como do herói brasileiro. Ele tanto se esforça para superar as provações e obstáculos que a vida e o futebol lhe reservam, como tem o talento e a criatividade necessários para levar o Brasil ao caminho de suas “raízes futebolísticas”, que consequentemente levarão às vitórias. Porém, o jogador só se tornará realmente um herói brasileiro caso consiga conquistar, pela seleção brasileira, no futuro, competições de maior importância, como uma edição da Copa do Mundo. Apenas com conquistas importantes Neymar pode alcançar o patamar de herói nacional, e não apenas do seu clube.

Contudo, ao final da matéria também surge uma expectativa. Uma expectativa quanto ao futuro do jogador. Que glórias ele ainda pode conquistar? Até onde pode chegar? Esta expectativa ganha um significado especial quando se considera o contexto no qual ela surge, às vésperas de uma edição da Copa do Mundo disputada no Brasil.

Considerações preliminares

187

Este caráter incompleto da narrativa de Neymar fica evidenciado no final da matéria, através de uma fala do narrador Galvão Bueno, quando ele diz que Neymar tem as condições necessárias para se tornar um gênio do futebol, escrevendo seu nome na história deste esporte. A reportagem mostra que Neymar é um jogador excepcional, mas, como diz o narrador, não é um gênio, porém tem as condições para sê-lo caso consiga títulos pela seleção brasileira, em especial se comandar o Brasil na conquista da Copa de 2014. Esta expectativa também é apresentada um pouco antes, quando o repórter Tino Marcos o chama de “o maior protagonista do Brasil, a maior esperança da torcida”. Esta mesma perspectiva aparece com o ex-jogador Zito, que afirma: “O Brasil precisa dele”.

Como se sabe agora, o Brasil não conquistou o título do Mundial de 2014.²⁵ Assim, é possível suspeitar que este caráter de incompletude

25 A seleção brasileira terminou na quarta posição da Copa de 2014 após ser derrotada por 7 a 1 pela seleção da Alemanha na semifinal da competição e por 3 a 0 pela Holanda na

na narrativa da carreira de Neymar na seleção brasileira sofra um reforço no decorrer dos próximos anos, pois, para se tornar um legítimo herói brasileiro, Neymar terá que alcançar o título da Copa do Mundo. Um fato que pode aumentar a dramaticidade na narrativa de Neymar na seleção brasileira no contexto de Copas do Mundo é a forma como ele deixou a competição, afastado do torneio após sofrer uma lesão na coluna em virtude de uma entrada violenta de um jogador adversário em jogo contra a Colômbia, pelas quartas-de-final.

Desta forma surge a suspeita de que, no contexto de Copas, a narrativa de Neymar se aproxime da de Ronaldo, que, segundo Helal (2012), com a conquista da Copa de 2002, encerrou um ciclo que começou com a derrota do Brasil para a França na final da Copa de 1998, oportunidade na qual sucumbiu às imensas pressões depositadas nele. No caso de Neymar, a possível narrativa que pode ter sido iniciada em 2014 é a do impedimento de o jogador realizar o sonho de conquistar o título da Copa do Mundo por causa da violência dos adversários.

Referências Bibliográficas

BENETTI, Márcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Claudia e BENETTI, Márcia. *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção social-Crítica social do julgamento*. São Paulo: Zouk, 2007.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix, 1995.

COELHO, Maria Claudia e HELAL, Ronaldo. "A Indústria Cultural e as Biografias de Estrelas: as histórias de Babe Ruth e Tina Turner". *Cadernos Pedagógicos e Culturais*, Niterói, v. 5, p. 55-62, 1996.

COUTINHO, Iluska; BARA, Gilze. Telejornalismo. As festas juninas em capítulos noticiosos: as tentativas de enquadramento da cultura popular em séries de reportagens do Jornal Nacional. *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, v. 15, n. 15, p. 147-160, 2014.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. *Dramaturgia do telejornalismo: A narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora - MG*. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad - X, 2012. v. 1. 211p

DAMATTA, Roberto. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol. *Revista USP*, São Paulo, v. 22, p. 10-17, 1994.

HELAL, Ronaldo. “As Novas Fronteiras do País do Futebol”. *Pesquisa Rio /Faperj*, volume 1, 2010, p.37-40.

_____. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. *Alceu – Revista de Comunicação, Cultura e Política*, PUC-RIO, v. 4, n. 7, p. 19-36, jul./dez. 2003.

_____. Mídia e idolatria: o caso Ronaldinho. *Mídia, cultura e comunicação*, v. 2, p. 107-136, 2002.

HELAL, Ronaldo George et al. A construção de um ídolo futebolístico na imprensa: estudo de caso. *Revista Organicom*, v. 8, n. 15, 2012.

HELAL, Ronaldo; CABO, Alvaro; SILVA, Carmelo. “Pra frente Brasil! Comunicação e identidade brasileira em Copas do Mundo”. In: HELAL, Ronaldo; Lovisolo, Hugo e Antonio Jorge G. Soares *Futebol, jornalismo e ciências sociais: interações*. Rio de Janeiro, Eduerj, 2011, p.189-210.

HELAL, Ronaldo. Mídia, construção da derrota e o mito do herói. In: HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antonio Jorge. *A invenção do país do futebol: Mídia, raça e Idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HOBBSAWM, E. e RANGER, T. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 7 ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1973.

SANTORO, Marco Antonio; SOARES, Antonio Jorge G. *A memória da copa de 1970: esquecimentos e lembranças do futebol na construção da identidade nacional*. Campinas: Autores associados, 2009.

SOARES, Antonio Jorge Gonçalves e LOVISOLO, Hugo. Futebol: a construção histórica do estilo nacional. In: *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v.25, n.1, Campinas: Autores Associados, setembro de 2003.

MARANHÃO, Tiago. “Apolíneos e dionisíacos’ — o papel do futebol no pensamento de Gilberto Freyre a respeito do ‘povo brasileiro’”. Lisboa, *Análise Social*, vol. XLI (179), p. 435-450, 2006.

MAUSS, M. 1974 [1923-24]. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: *Sociologia e Antropologia*, v. 2. São Paulo: EDUSP.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Claudia e BENETTI, Márcia. *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

A COPA DO MUNDO DA FIFA BRASIL 2014 E A EVOLUÇÃO DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS

MARCOS AMÉRICO¹

“Quem desejar nesta luta mostrar o valor apresente-se.”

A essas palavras alteia-se Ájax Telamónio o gigante pelo astucioso Odisseu secundado fecundo em recursos.

Postos os cintos os dois contendores ingressam na liça.

Os alentados guerreiros com braços robustos se enlaçam tal como vigas possantes que no alto da casa traveja hábil artífice amparo eficaz contra a força dos ventos.

Sob a pressão continuada e violenta dos braços os dorsos dos contendores estralam banhados de suor abundante.

Roxas de sangue equimoses extensas nos ombros se formam como nas costas; mas ambos prosseguem na luta indefessos de conquistar desejosos a trípode ao fogo adaptável.

191

1 Bacharel em Comunicação Social: Rádio e TV pela UNESP (Universidade Estadual Paulista); Mestre em Comunicação e Doutor em Educação para a Ciência pela mesma instituição. Pós-doutor pela *Universidad Nacional de La Matanza* (Argentina). Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP. Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol).

Nem conseguia Odisseu levantar o adversário e prostrá-lo
nem este àquele de força pasmosa nos membros dotados.
Quando impacientes já estavam os fortes Acaios grevados o
grande Ájax Telamónio as seguintes palavras profere:
“Filho de Laertes de origem divina Odisseu engenhoso ou me
levanta ou a ti faça eu o mesmo que a Zeus cumpre o resto.”
Após ter falado o soleva; da astúcia Odisseu não se esquece:
a perna prende de Ájax com a sua na altura do joelho e o faz
cair ressupino enquanto ele por cima lhe fica.
A multidão circunstante admirava o espectáculo perplexa.
(Canto XXII da *Iliáda* de Homero) ²

Em sua gênese, a prática esportiva não estava só relacionada ao preparo do corpo para a guerra, mas também tinha finalidade de entretenimento. Para Almeida (2012) “os exercícios atléticos estão presentes nas obras épicas de Homero, *Iliáda* e *Odisséia*, assim como os jogos tinham por objetivo distrair Odisseu ³ de sua tristeza”. Desta forma, a descrição por Homero de uma luta nos Jogos Fúnebres ⁴ gregos no Canto XXIII da *Iliáda* pode ser considerada, por enquanto, o primeiro registro que se conhece de uma narração esportiva. O fato é que de Homero até hoje, do relato em verso a transmissão audiovisual em alta resolução, do erudito ao apelo popular pela audiência, a percepção do fato esportivo tem se transformado e os chamados megaeventos esportivos são, além de negócios bilionários, vitrines para inovações em termos de transmissão esportiva. O objetivo deste texto é apresentar a história e a evolução das transmissões esportivas até a realização da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014.

2 Tradução de Carlos Alberto Nunes, 1962, p. 344.

3 Odisseu como também é chamado Ulisses, herói da *Odisséia* e *Iliáda*, de Homero.

4 Cf. Machado (2010, p.21) os jogos fúnebres “eram realizados em honra aos que morreram, para que os vivos não perdessem a memória dos que se foram, e inclusive, não perdessem a memória de si próprios”.

No princípio era o verbo...

O escopo deste texto não é discorrer sobre as origens do jornalismo esportivo, mas, sobretudo das transmissões esportivas, ou seja, como a partir das condições tecnológicas existentes os fatos esportivos puderam ser consumidos pela audiência massiva enquanto ocorriam “ao vivo”. Assim, a primeira mídia a se apropriar dos eventos esportivos em sua programação foi o rádio, embora existam registros de eventos relatados via telégrafo como o que aconteceu em 1896, no Canadá, onde uma linha telegráfica conectou o *Victoria Rink* em Montreal à cidade de Winnipeg para atualizar os fãs sobre um desafio de *hockey* no gelo entre as equipes das duas cidades.⁵

Fato similar ocorreu nos Estados Unidos em 1911:⁶ mais de mil pessoas estiveram na frente do *Jornal World* na cidade de *Lawrence, Kansas* para assistir a uma reprodução mecânica da partida de futebol americano entre *Kansas* e *Missouri* enquanto era disputada. As informações eram recebidas via telégrafo e reproduzidas em um grande modelo de campo de futebol americano que mostrava e onde estava a bola e qual equipe detinha sua posse. Segundo relatos, as pessoas torciam e aplaudiam as jogadas como se estivessem no próprio jogo. No Brasil algo parecido só veio a acontecer em 1962, durante a Copa do Mundo do Chile, quando a Rádio Bandeirantes instalou na Praça da Sé, capital paulista, um painel luminoso, coberto com lâmpadas controladas por um sistema de interruptores, que reproduzia um campo de futebol e que mostrava a posição da bola a partir das informações narradas pelo locutor que estava no Chile (SAVENHAGO, 2011, p. 26).

O passo seguinte foi a transmissão esportiva via rádio,⁷ sendo que o primeiro registro aconteceu em 6 de setembro de 1920, no “Dia do Trabalho” norte-americano, comemorado na primeira segunda-feira daquele mês. Foi uma luta de boxe entre Jack Dempsey e Billy Miske

5 De acordo com as informações disponíveis em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Broadcasting_of_sports_events>. Acesso em 09 nov. 2014.

6 Nota: cf. informações disponíveis em <<http://www2.ljworld.com/news/2011/nov/27/100-years-ago-football-fans-enjoy-mechanized-repro/>>. Acesso em 12 nov. 2014.

7 Conforme informações apresentadas no artigo “*Sportscasting Firsts 1920 – Present* by Lou Schwartz” do site “American Broadcasters Online” disponível em: <<http://www.americanportscastersonline.com/sportscastingfirsts.html>> Acesso em 09 nov. 2014.

ocorrida na Floyd Fitzsimmons Arena em Benton Harbor, Michigan e vencida pelo primeiro. Já a primeira transmissão em rede de um evento esportivo foi a partida entre as equipes de baseball dos New York Yankees contra os New York Giants, em 7 de outubro de 1922 e transmitida por ar pela emissora WJZ da cidade de Newark e retransmitida pela WGY de Schenectady, ambas no estado de Nova Iorque. A primeira transmissão costa-a-costa nos Estados Unidos só aconteceu em 1º de janeiro de 1927, com o jogo de futebol americano entre as Universidades de Alabama e Stanford transmitida pela NBC, direto do Rose Bowl.

Ortriwano (2000, p. 07-08) faz um relato das primeiras transmissões esportivas radiofônicas no Brasil e destaca que antes da primeira transmissão de um jogo inteiro era comum o público acompanhar notas sobre o andamento dos jogos de futebol, principalmente os gols, que eram relatados por telefone aos locutores no estúdio e anunciados ao vivo para a audiência. Ainda segundo a autora, a primeira transmissão lance-a-lance de um jogo completo foi realizada pela “Rádio Educadora Paulista (depois Gazeta), diretamente do campo da Chácara da Floresta” em uma partida entre as seleções de São Paulo e Paraná no dia 19 de junho de 1931, onde os paranaenses venceram por 6x4. O locutor foi Nicolau Tuma, conhecido como a “metralhadora humana” por conta da velocidade que narrava o jogo. Ortriwano (2000, p. 2) também aponta que no Brasil, “a primeira transmissão esportiva, em cadeia nacional, diretamente da Europa” foi a participação de nossa seleção na Copa do Mundo de 1938 na França:

O autor da façanha foi o locutor paulista Leonardo Gagliano Neto, titular do Departamento de Esportes da PRA-3 - Rádio Clube do Brasil do Rio de Janeiro que, apesar das limitações técnicas da época, irradiou tudinho para o prezado amigo radio-ouvinte. Gagliano era o único radialista sul-americano em ação nos estádios franceses. Assim como o Brasil era o único time participante abaixo da linha do Equador. “Naquele tempo, não existiam comentaristas, repórter de campo e toda a equipe que atualmente participa de uma transmissão. O locutor na maioria das vezes era obrigado a ficar nas gerais, junto ao público, à beira do gramado, na linha de campo e, quando tinha sorte, nos telhados das redondezas” afirmaria, anos mais tarde, lembrando seu feito para O Estado de S. Paulo. (Ortriwano, 2000, p. 2)

Para além do futebol, incontestemente paixão esportiva brasileira, a autora relata (2000, p. 08) que a famosa “Corrida de São Silvestre” que acontece no último dia do ano na cidade de São Paulo é, desde 1924, transmitida por emissoras paulistas.

Fiat lux: eventos esportivos no Cinema e na TV

O primeiro registro audiovisual de uma partida de futebol que se tem notícia é uma filmagem de pouco mais de um minuto de uma partida da primeira divisão inglesa que ocorreu em 24 de setembro de 1898 entre *Blackburn Rovers* e *West Bromwich Albion* no campo de *Ewood Park* que foi vencida pelo *Blackburn Rovers* por 4 a 1. As imagens foram captadas pelo pioneiro do cinema Arthur Cheetham e foi descoberto em dezembro de 2014 nos arquivos da *North West Film Archive*, instituição que faz parte da *Manchester Metropolitan University*.⁸ Na Figura 1 está um quadro capturado do filme, disponível na internet.



Figura 1: Quadro capturado da filmagem da partida da primeira divisão inglesa entre *Blackburn Rovers* e *West Bromwich Albion* no campo de *Ewood Park* que ocorreu em 24/09/1898.⁹

8 Conforme informações disponíveis em : < <http://fans.footballaddicts.com/discovery-of-the-oldest-video-of-football-footage-in-existence/> > Acesso em 15 dez. 2014.

9 Quadro capturado do vídeo disponível em: <<http://vimeo.com/108880463>>. Acesso em 15 dez. 2014.

Embora o uso do cinema e da TV nos eventos esportivos tenham acontecido simultaneamente, existia uma diferença fundamental entre estas duas mídias no início: o cinema era registro fotoquímico em película e necessitava de filme, revelação e projeção. Já a TV em seus primórdios era exclusivamente a transmissão de sinais ao vivo via radiofrequência. O videotape só foi inventado em 1951 e sua primeira utilização, com o recurso de *replay*, ocorreu em uma partida de futebol americano entre as equipes da Marinha e do Exército norte-americano em 07 de dezembro de 1963¹⁰.

Um divisor de águas no registro audiovisual de eventos esportivos são os Jogos Olímpicos de 1936, em Berlim na Alemanha, que pela primeira vez na história foram ao mesmo tempo televisionados e filmados em película no polêmico documentário “Olympia” de Leni Reifenstahl,¹¹ lançado somente em 1938. O fato é que o Comitê Olímpico Internacional decidiu em 1931, antes da ascensão de Hitler, que Berlim sediaria os Jogos, e o Führer se apropriou do evento para realizar propaganda nazista. Como dito, os Jogos de Berlim também foram os primeiros Jogos televisionados. Duas empresas alemãs, Telefunken e Fernseh, utilizando equipamentos da RCA e da Farnsworth transmitiram os eventos em resolução de 180 linhas a 25 quadros por segundo e totalizaram 72 horas de cobertura transmitidas para os chamados “Escritórios de Televisão Pública” espalhados por Berlim e Potsdam¹². Na Figura 2 está a fotografia de uma das câmeras utilizadas nas transmissões. Nazário (2012, pp.137-138) descreve o evento:

Nos XI Jogos Olímpicos introduziu-se, pela primeira vez, o costume de trazer a tocha olímpica desde terras gregas: 3.000

-
- 10 De acordo com informações da matéria “Technological Innovations in Sports Broadcasting” Disponível em: <http://www.ieeeeghn.org/wiki/index.php/Technological_Innovations_in_Sports_Broadcasting> Acesso em 15 nov. 2014.
 - 11 Para informações adicionais sobre a película é indicada a leitura do artigo “O discurso ideológico de Olympia”, do crítico de cinema Luiz Nazário. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/3125/3074>>. Acesso em 14 nov. 2014.
 - 12 De acordo com o Boletim do Governo Alemão intitulado “Berlim 1936 – Television in Germany” Disponível em: <http://www.tvhistory.tv/1936_German_Olympics_TV_Program_English.JPG> Acesso em 11 nov. 2014.

esportistas revezaram-se conduzindo da antiga cidade de Olímpia até o Estádio Olympia a “chama sagrada”, atravessando a Grécia, a Bulgária, a Iugoslávia, a Hungria, a Áustria, a Tchecoslováquia e a Alemanha. O hino olímpico foi recuperado para a ocasião, sendo regido por Richard Strauss na cerimônia inaugural de abertura dos jogos. Os jogos foram divulgados pelas primeiras programações transmitidas pela TV em caráter experimental: telões foram postos em vários pontos da Alemanha e cerca de 100 mil pessoas puderam ver os Jogos ao vivo, gratuitamente. Para bem impressionar os turistas e as equipes estrangeiras, as placas de “Judeus aqui não são admitidos” e de “Não nos responsabilizamos pela entrada de judeus nesse local” foram temporariamente retiradas. Pouco antes do início dos Jogos, no dia 16 de julho de 1936, cerca de 800 ciganos de Berlim e arredores foram presos e confinados no campo de concentração de Marzahn para não serem vistos pelos estrangeiros. As autoridades nazistas ordenaram ainda que não se prendessem os visitantes estrangeiros homossexuais. Para imortalizar o evento, o Comitê Olímpico Internacional (COI) encomendou ao governo alemão as filmagens dos Jogos. Hitler teria indicado sua cineasta predileta, Leni Riefenstahl, para a grandiosa tarefa, após o sucesso das encomendas anteriores financiadas, como esta também o seria, pelo Partido Nazista e pelo Ministério da Propaganda. Riefenstahl fundou a empresa Olympiade-Film GmbH, tendo seu irmão como sócio, para receber de Josef Goebbels o crédito de três milhões de marcos disponibilizados para a produção do filme. (NAZÁRIO, L., 2012, pp. 137-138)



Figura 2: Câmera utilizada nas transmissões dos jogos Olímpicos em Berlim em 1936.

Disponível em <http://www.tvhistory.tv/1936_Berlin_Olympics_TV_Camera.JPG>.

Acesso em 24 nov. 2014.

Depois de Berlim, os fatos relevantes relacionados às transmissões esportivas na TV foram: (1) 26 de agosto de 1955: primeira transmissão em cores em uma partida da Copa Davis de Tênis entre Austrália e Estados Unidos; e (2) 23 de julho de 1962: primeira transmissão via satélite de partida entre Chicago Cubs e Philadelphia Phillies direto de Wrigley Field, Chicago.

No Brasil, de acordo com Gonçalves (2005), “a primeira reportagem filmada para a televisão ocorre em 1950, no jogo entre Portuguesa de Desportos e São Paulo, considerada o marco das transmissões esportivas na televisão brasileira”. Conforme Savenhago (2011, p. 25-26) a TV Tupi, logo após sua inauguração já transmitia jogos de futebol realizados na cidade de São Paulo e cercanias. Já para Alves (2008, p.96) a primeira transmissão de uma partida de futebol ao vivo no Brasil foi um jogo entre São Paulo e Palmeiras no dia 15 de outubro de 1950, conforme relata Nelson de Mattos, um dos primeiros técnicos

a trabalhar na TV Tupi, no livro “TV Tupi - Uma Linda História de Amor” do supracitado autor:

Foi uma correria. O material que recebemos era um material móvel. Nós tivemos que montar o microondas naquela torre de iluminação, lá em cima. Tivemos que subir com o material. Não tinha outro lugar. E depois, quando terminou o futebol, toca subir lá em cima da torre outra vez, desmontar tudo e ir correndo para o Sumaré, porque a Estação ia entrar no ar, com aquele mesmo material que estava fazendo o futebol. E tinha o patrocinador fixo, que era o Caçula da Antarctica. E era uma briga se atrasasse um pouquinho. Então o Patherm ficou no ar até a gente desmontar e montar tudo no estúdio. O jogo tinha muito público, muita gente. E nós atrasamos pra tirar os cabos. Eram cabos compridos. Demorado. Até chegar no Sumaré e montar tudo outra vez... Aí montamos tudo, as câmeras, tudo. Eram só aquelas três câmeras, entendeu? Assim mesmo aquela transmissão externa empolgou. E virou coqueluche. E sempre aquele mesmo trabalho. (Nelson de Mattos in ALVES, V., 2008, p.95)

199

Ainda para Savenhago (2011, p. 25-26), primeira transmissão interestadual só aconteceu em 1956 quando a Record em São Paulo e a TV Rio no Rio de Janeiro transmitiram o amistoso entre Brasil e Itália, realizado no Maracanã. Segundo o autor esta possibilidade alavancou a venda de aparelhos de TV uma vez que era mais fácil ver o jogo pela TV do que viajar para outro estado. Enfim, em 1970, com a Copa do México, o Brasil pode ver, ao vivo, seu time ser tricampeão. Em 1974, pudemos ver a Copa do Mundo da Alemanha em cores.

A Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014

[...] é por meio da TV que o futebol adquire um peso excepcional, a cada quatro anos, por ocasião da Copa do Mundo. Promovido intensamente pelos programas de esporte, pelos jornais e pelas próprias expectativas populares, o futebol assume

uma carga emocional (e agressiva) equivalente à dos desafios militares sofridos por um país em época de guerra. Nenhum outro objeto concentra tanta energia de massas como esse esporte, nessas épocas. Na ausência de um fato que sintetize, que condense as aspirações por nacionalidade, por unidade, por revolta (cultural e até política), o futebol funciona como um oportuno (e inofensivo) substituto. (MARCONDES FILHO, C. 1988, p. 72)

A citação acima apenas reafirma a impossibilidade de negação da importância do futebol e, a cada quatro anos, da Copa do Mundo, para o universo das transmissões esportivas. O ecossistema midiático atual está adaptado para tecnologicamente apresentar evoluções tecnológicas alternadamente a cada dois anos com os dois maiores eventos esportivos do planeta: os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo, agora renomeada para “Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014” por questões mercadológicas e de afirmação da marca. No caso do Brasil, as possibilidades tecnológicas das transmissões da Copa do Mundo 2014 começaram a ser testadas em 2013, na Copa das Confederações, onde, conforme dados divulgados pela própria FIFA,¹³ foram transmitidas 2.309 horas de programação (7% a mais que o mesmo evento em 2009, na África do Sul) com audiência dentro dos lares que alcançou 336,7 milhões de pessoas no mundo todo e que assistiram a mais de vinte minutos consecutivos de programação (22% a mais que 2009). De acordo com a Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão,

Como em todos os eventos da FIFA, a FIFA TV entrega a produção, captação e roteamento do sinal dos jogos à HBS (Hosting Broadcast Services), uma empresa ligada à FIFA que cuida de todos os procedimentos técnicos no que diz respeito à geração, processamento e emissão de imagens. Formada por um grupo de técnicos de diversos países – na Copa das Con-

13 De acordo com o relatório “FIFA Confederations Cup Brazil 2013 – Television Audience Report. Disponível em:

<http://www.fifa.com/mm/document/affederation/tv/02/40/85/21/fccbrazil2013tvaudiencepdfreport%28finalversion%29%28issuedate14.11..._neutral.pdf> Acesso em 19 nov. 2014.

federações mais de 700 profissionais – a empresa administra um pool de prestadores de serviços para que toda a operação técnica que garante a ação que acontece no gramado chegue com qualidade impecável até o Centro Internacional de Coordenação de Transmissão (IBCC, na sigla em inglês), neste caso, instalado no Estádio Governador Magalhães Pinto, mais conhecido como Mineirão, em Belo Horizonte, Minas Gerais. (Revista da SET, n. 134, p.39)

Por conta da dimensão continental do Brasil e a distância entre as seis sedes dos jogos foi construído pela Telebrás um “anel óptico”, ou seja, uma infovia de fibra óptica com mais de dez mil quilômetros para transportar dados e imagens que deveriam ser recebidos e controlados pelo Centro Internacional de Coordenação de Transmissão da FIFA no Mineirão, de onde as imagens foram distribuídas para mais de 200 emissoras de TV de vários países que detinham os direitos de transmissão do evento (Revista da SET, n. 134, p.46) .

As transmissões em alta definição (HD) foram realizadas no Estádio do Mineirão, “com 29 câmeras, 11 a mais do que o plano de câmeras padrão no evento, posicionadas em 18 pontos estratégicos” (Revista da SET, n. 134, p.42). Na Figura 3, pode-se notar a complexidade das transmissões dos jogos em plano de câmeras definido pela HBS (*Hosting Broadcast Services*), empresa responsável pelas transmissões de jogos da FIFA. Além de diversas câmeras no campo e arquibancadas, existiam “*steady-cams*”, câmeras que estão presas aos corpos dos operadores com mecanismos anti-vibratórios e livres para chegar a qualquer lugar dentro do campo; câmeras em gruas, ou seja, presas a braços mecânicos articulados que normalmente se localizam atrás das metas e alcançam alturas consideráveis; uma “*spidercam*” ou “aranha”, câmera suspensa que desliza por cabos sobre o estádio e que proporciona acompanhamento veloz das jogadas em ângulos inusitados e aéreos que podem chegar, inclusive, muito perto do solo¹⁴; e ainda uma câmera em helicóptero que sobrevoava o estádio e cercanias.

14 Para mais informações sobre este equipamento e utilização, ver a matéria “Como funciona a câmera-aranha que será usada na Copa do Mundo?” do site Tecmundo, disponível

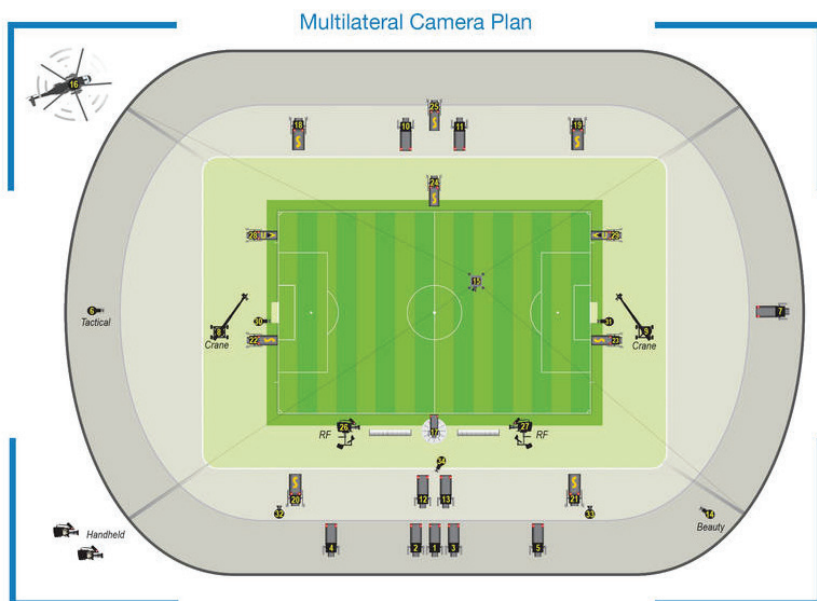


Figura 3: Plano de câmeras definido pela HBS (Hosting Broadcast Services), empresa responsável pelas transmissões de jogos da FIFA. Disponível em: <<http://www.hbs.tv/staff-orientation.html>>. Acesso em 07 out. 2014.

Ainda no Mineirão, durante a Copa das Confederações 2013, foram realizadas transmissões de teste da Tecnologia 4K em três partidas: Taiti x Nigéria (17 de junho), Japão x México (22 de junho) e Brasil x Uruguai em 26 de junho. A tecnologia 4K é a imagem com número de *pixels* (cada ponto que compõe a imagem eletrônica) quatro vezes maior que a de uma imagem em padrão *Full HD* que é de 1920 x 1080 pixels, ou seja, 3840 x 2160 *pixels*. Na Figura 4 está um infográfico que mostra em escala comparativa o tamanho da imagem em pixels assim como o tamanho da tela suportada em polegadas para cada padrão. O objetivo do teste foi mostrar para a indústria da TV que esta tecnologia não é apenas viável para uso em cinema e produção em alta definição para documentário e ficção, mas que também pode incrementar

a qualidade das transmissões ao vivo em termos de imagem e som. (Revista da SET, n. 134, p.54).

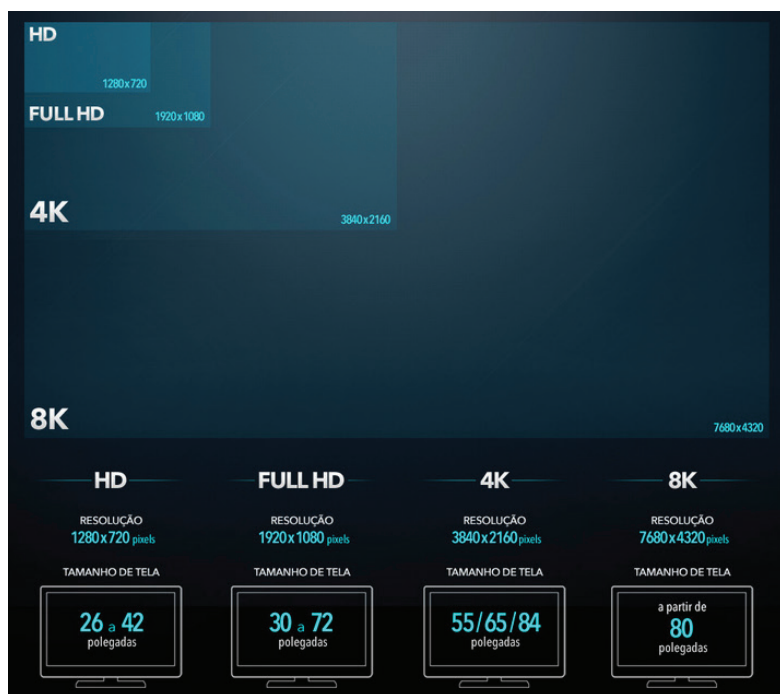


Figura 4: Infográfico que mostra em escala comparativa o tamanho da imagem em *pixels* assim como o tamanho da tela suportada em polegadas. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/especial/2013-03-22/infografico-entenda-a-diferenca-entre-as-resolucoes-hd-full-hd-ultra-hd-e-8k.html>>. Acesso em 12 nov. 2014.

Já durante a realização Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, outra inovação tecnológica relacionada à transmissão 4K ocorreu: em 28 de junho de 2014, pela primeira vez na história, uma partida de futebol, Colômbia x Uruguai pelas oitavas-de-final, foi transmitida em 4K por espectro, fibra óptica e via satélite desde o Estádio do Maracanã (RJ).

As transmissões foram realizadas por espectro (TV Globo) e por fibra e via satélite por Globosat através das operadoras Net, Telefônica-Vivo e Oi no Brasil como já tinha sido anunciado na edição 141 da Revista da SET. As três transmissões realizadas – oitavas-de-final (28 de junho) jogo entre Colômbia e Uruguai,

quartas-de-final (4 de julho) com o jogo entre Alemanha e França, e a partida final da Copa do Mundo (13 de julho) entre Alemanha e Argentina – foram produzidas integralmente com tecnologia 4K já que do início ao fim foram utilizados equipamentos com esta tecnologia, ou seja, desde a captação, até a produção em uma Unidade Móvel 4K montada especialmente para o evento. (Revista SET, n. 144, p. 46)

A justificativa para tal investimento, segundo o diretor geral de Engenharia da TV Globo, Fernando Bittencourt foi “mostrar que é possível realizar uma transmissão em 4K no ar em um canal de televisão” (Revista SET, n. 144, p. 56). Ou seja, a Rede Globo já está em preparação para uma nova realidade de produção audiovisual em ultra definição para produção não só de eventos esportivos, mas também para seu ainda lucrativo mercado de telenovelas amplamente exportadas para todo o mundo.

O futebol sempre foi resistente ao uso de tecnologias para auxílio à arbitragem, distinto de modalidades como tênis, vôlei e notadamente o futebol americano onde está presente há muito tempo. No entanto, na Copa do Mundo FIFA 2014, uma novidade foi incorporada: o *GoalControl*, um sistema desenvolvido para auxiliar os árbitros para detectar se a bola cruzou ou não a linha de gol e assim, pela primeira vez na história, os árbitros puderam contar, oficialmente, com o auxílio de elementos externos para a tomada de decisões dentro de campo.

O funcionamento do sistema pode ser assim descrito:¹⁵ para cada meta estão direcionadas sete câmeras com sensores que estão preparados para cobrir toda a pequena área e assim que a bola alcança esta região do campo a imagem passa a ser capturada pelos dispositivos em tempo real e em três dimensões a uma velocidade de 500 quadros por segundo em cada uma das sete câmeras. As imagens são então transmitidas por fibra óptica para o centro de avaliação onde compu-

15 De acordo com informações do site da fabricante do sistema, onde é possível ver uma animação explicativa sobre o funcionamento seu funcionamento. Disponível em: <<http://www.goalcontrol.de>> Acesso em 17 nov. 2014. A mesma animação também pode ser vista no YouTube em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sBxztIYvIkQ>> Acesso em 17 nov. 2014.

tadores processam as imagens em tempo real através de coordenadas dos eixos x , y e z . Uma vez que a o software detecta que a bola cruzou a linha de gol, um sinal criptografado é enviado para o relógio do árbitro que pode confirmar o gol (Figura 5). O equipamento ainda oferece as animações em três dimensões baseadas em câmeras virtuais que podem ser exibidas nas emissoras de TV e no telão do estádio. É certo que a detecção do cruzamento da bola pela linha do gol é um problema para a arbitragem, mas existem outros, mais comuns, que a FIFA, por enquanto, não quer usar a tecnologia para auxiliar a arbitragem e, como exemplo podemos citar a marcação de faltas e pênaltis e a mais frequente e polêmica: a marcação dos impedimentos. O argumento da FIFA é a dificuldade, sem dúvida, de se implantar as tecnologias de auxílio à arbitragem na maioria dos estádios do mundo.

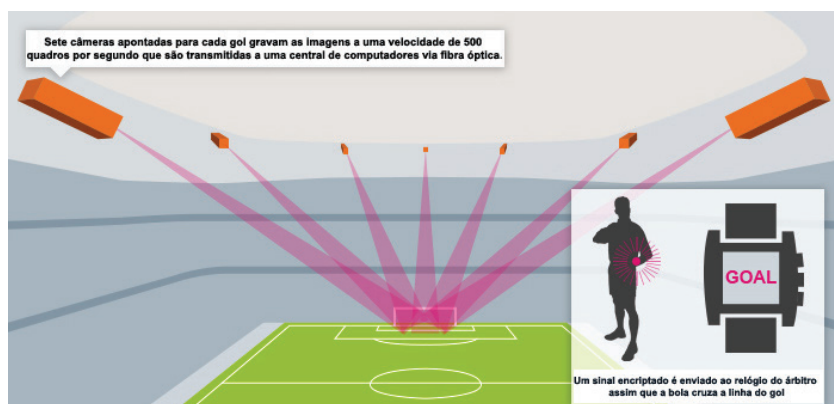


Figura 5: Infográfico que mostra o funcionamento do GoalCenter.

Disponível em: <<http://www.dw.de/fifa-picks-goalcontrol-for-brazil-2014/a-16714271>>. Acesso em 17 nov. 2014.

Durante a Copa do Mundo Brasil FIFA 2014, a internet passou a fazer parte legal e oficialmente do ecossistema midiático retransmissor do evento que segundo informações da própria FIFA¹⁶ foi considerado o “maior evento esportivo multimídia da história”. Ainda segundo a

16 Conforme matéria “Copa do Mundo da FIFA 2014 quebra recordes de transmissão por internet” disponível em: <<http://pt.fifa.com/aboutfifa/organisation/news/new-sid=2401413/>>. Acesso em 16 nov. 2014.

entidade, “somente nos EUA, 5,3 milhões de visitantes únicos – um recorde – sintonizaram o jogo das oitavas de final entre Bélgica e a seleção americana nas plataformas da ESPN e da Univision” e o aplicativo de segunda tela¹⁷ disponibilizado pela FIFA teve mais de dez milhões de *downloads* e “cerca de três milhões de torcedores acessaram os vídeos, as estatísticas e o conteúdo das partidas ao vivo diariamente”.

No Brasil, a Rede Globo transmitiu também todos os jogos ao vivo e gratuitamente pelo site globoesporte.com e os assinantes dos canais Sportv puderam realizar o *download* do aplicativo “SporTV: Copa do Mundo da FIFA” e assistir a todas as partidas do evento assim como ter acesso a conteúdos exclusivos do canal.

Considerações finais

Embora o legado prometido pela Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 em termos de infraestrutura e mobilidade urbana tenham deixado muito a desejar, do ponto de vista da evolução tecnológica das transmissões esportivas o legado foi significativo em nível mundial. Mesmo com os problemas apresentados com as redes de telefonia celular responsáveis pela transmissão de voz e dados via internet com o cumprimento tímido e parcial do oferecimento da banda 4G¹⁸, importantes tecnologias foram consolidadas, como o uso das redes sem fio (*wireless*) para o consumo das partidas pela internet a partir de dispositivos como PCs, *notebooks*, *tablets* e *smartphones* e também como comunicação e entretenimento via redes sociais.

Algumas tecnologias foram apresentadas pela primeira vez para uso como o sistema *GoalCenter* para auxílio da arbitragem e outras tecnologias foram inicialmente testadas, como a transmissão de imagens por espectro da TV em 4K. O fato é que todas elas proporciona-

17 Os conteúdos complementares à programação da TV exibidos simultaneamente ou não com a programação em dispositivos como PCs, *notebooks*, *tablets* e *smarthphones* são denominados de conteúdos de “segunda tela”, ou seja, complementares à primeira tela consumida, a TV.

18 4G é a abreviação para a quarta geração da telefonia móvel que apresenta alta velocidade de conexão à internet.

ram uma melhor fruição dos eventos esportivos e fatos jornalísticos durante a Copa do Mundo FIFA Brasil 2014, que ampliaram a experiência de se consumir eventos esportivos pela TV e outras mídias convergentes.

Todas estas tecnologias reafirmam a ideia de Comunicação Ubíqua (AMÉRICO et al, 2007) ou seja, comunicação a toda hora em qualquer lugar. Tais tecnologias, muito além de conectar dispositivos, conectam pessoas e grupos por elas formados e facilitam e ampliam os processos de comunicação e interação em atividades laborais, de aquisição de conhecimento, de entretenimento e lazer.

Enfim, à parte o fiasco da Seleção Brasileira em campo, do ponto de vista da evolução tecnológica das transmissões esportivas, a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 pode ser considerada a “Copa das Copas” e ostentaremos este título pelo menos até 2018.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, M.A.B. “Jogos Olímpicos Gregos: discussões históricas”. *EFDeportes.com*, Revista Digital. Buenos Aires - Año 17 - Nº 169 - Junio de 2012. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd169/jogos-olimpicos-gregos-discussoes-historicas.htm>>. Acesso em 10 nov. 2014.

ALVES, V. *TV Tupi: uma linda história de amor*. Imprensa Oficial do Estado, 2008.

AMÉRICO, M.; MAGNONI, A.F.; AFFINI, L.P. “Da Mobilidade a Ubiquidade da Comunicação”. *Intercom 2007 / II Multicom* – Colóquios Multitemáticos em Comunicação – Mesa. Disponível em: < <http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=33884>>. Acesso em 04 fev. 2014.

ANDRONICOS, M; KAKRIDIS, J., T.; STATHAKOPOLOU., TH.; KYRKOS., B; PENTAZOU.; PALEOLOGOS., K.; SAKELLARAKIS., J. & YALOURIS. *Os Jogos Olímpicos na Grécia Antiga: Olímpia antiga e os jogos olímpicos*. Ed. Odysseus. São Paulo, 2004.

GONÇALVES, M. C. A.; CAMARGO, TOLEDO, V. R. “A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história (re) contada através da literatura”. Trabalho apresentado ao NP 18- Comunicação e Esporte, no *V Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom*, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1815-2.pdf>> Acesso em 20 nov. 2014.

HOMERO. *Iliada*. Trad. Carlos Alberto Nunes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1962.

MACHADO, R. P. T. “Entre o mito e a história: gênese e desenvolvimento das manifestações atléticas na Grécia antiga”. 2010. *Tese de Doutorado*. Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/39/39133/tde-16082010-111339/en.php>>. Acesso em 15 nov. 2014.

MARCONDES FILHO, C. *Televisão: a vida pelo vídeo*. 6ª ed., São Paulo, Moderna, 1988.

MOSTARO, F.F.R. “Jogos Olímpicos de Berlim 1936: o uso do esporte para fins nada esportivos”. *Logos 36 Comunicação e Entretenimento: Práticas Sociais, Indústrias e Linguagens*. Vol.19, Nº 01, 1º semestre 2012. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/3283>>. Acesso em 12 nov. 2014.

NAZARIO, L. “O discurso ideológico de Olympia”. *Aletria: Revista de Estudos de Literatura*, v. 22, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/3125/3074>>. Acesso em 06 nov. 2014.

ORTRIWANO, G.S. “França 1938, III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá”. Universidade de São Paulo ECA, 2000. *BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ortriwano-gisela-copa1938.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2014.

REVISTA DA SET – Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão. Disponível em: <http://set.org.br/revistaset_anteriores.asp>. Acesso em 12 nov. 2014.

SAVENHAGO, I. J. S. “Futebol na TV: evolução tecnológica e linguagem de espetáculo”. *Verso e Reverso*, XXV(58):22-31, janeiro-abril 2011. Disponível em: <http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/092812_Savehago_-_Futebol_na_TV.pdf>. Acesso em 12 nov. 2014.

OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS E OS MECANISMOS ECONÔMICOS DE GESTÃO IMAGÉTICA:

CORPOS E IMAGENS NA COPA DO MUNDO FIFA DE 2014

ANDERSON GURGEL CAMPOS ¹

209

Qual é o problema (econômico) dos megaeventos?

Falar de uma edição da Copa do Mundo de Futebol da FIFA é falar de uma atividade inserida dentro do contexto dos megaeventos esportivos. E isso significa, na prática, um evento que quer perdurar no tempo, rompendo com a sua característica de ser “eventual”, ao usar estratégias comunicacionais para se inserir na (e romper a) rotina em vários momentos. Ser um momento que quer perdurar no tempo associa-se a outra particularidade dos megaeventos que também os distingue: ter um local de realização, mas visando ser global e estar em todos os lugares ao mesmo tempo (Campos, 2014a;-Idem, 2014b).

1 Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP) com estudos sobre economia da imagem do esporte. É docente da Universidade Presbiteriana Mackenzie e do Centro Universitário Belas Artes. Publicou o livro *Futebol S/A: A Economia em Campo* (Editora Saraiva, 2006), além de inúmeros artigos e capítulos de livro. Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Esporte da Intercom desde 2004.

Os dois pontos centrais da breve reflexão acima – tempo e espaço – contribuem para a compreensão do problema da economia dos megaeventos esportivos e como, na autogestão deles, busca-se vencer essas dimensões em crise por meio de soluções eficientes que são de natureza comunicacional. Um das estratégias usadas é a da gestão das imagens (Campos, 2014a).

Para dar um exemplo disso vamos observar o caso da Copa do Mundo de 2014. Houve, como de praxe, uma fase preliminar na qual o país-sede, o Brasil, candidatou-se para ser o anfitrião. Essa fase encerrou-se com êxito no segundo semestre de 2007, quando a Fifa anunciou a vitória do país. A partir daí começou o ciclo de planejamento e de gestão de recursos e de imagens do evento. Isso, em termos gerais, está presente no antes do evento, no durante e no depois dele. Como já dissemos, os megaeventos buscam soluções eficientes para perdurar no tempo.

Ainda sobre o projeto Copa do Mundo Brasil 2014, um primeiro momento, como coadjuvante, foi o da apresentação da sede brasileira durante a Copa da África, em 2010. Naquela ocasião, delegações nacionais participaram oficialmente do primeiro mundial africano e apresentaram o país como o detentor do direito de sediar a Copa seguinte. Afinal, durante a realização de um megaevento já se constrói a narrativa simbólica da passagem para o seguinte. E imagens que se pretende projetar sobre ele.

Após a Copa de 2010, iniciou-se uma nova fase, já que o país deixa de ser o “futuro do megaevento” e passava a ser o presente dele. Nessa fase, vários micro-megaeventos foram feitos, todos com grande repercussão midiática: a eleição das cidades-sedes do Mundial 2014, a definição das cidades-sede da Copa das Confederações², que vale com um evento-teste do megaevento, o sorteio das chaves para a Copa das Confederações 2013 e, por fim, a própria Copa das Confederações, que foi realizada na segunda quinzena de junho do ano citado. Após esse evento-teste, iniciou-se o ciclo do evento principal, a própria Copa do Mundo.

Paralelamente, ao longo dos anos de 2011, 2012 e 2013, seleções nacionais de todo o mundo participam de eliminatórias continentais

2 Sobre a Copa das Confederações, já tivemos oportunidade de abordar em outros trabalhos, inclusive sobre os desdobramentos relacionados nos famosos e históricos “protestos de julho de 2013”. Ver: CAMPOS, 2013a; Idem, 2013b; Idem, 2014a.

para definir os 32 países que representam os cinco continentes no evento principal. Houve, ainda, repescagem para equipes bem posicionadas, mas que não se classificam diretamente. Com isso, definiram-se todos os selecionados a participar do evento. Uma nova etapa, bastante midiática, é o sorteio dos grupos para a participação no Mundial, que dura um mês e tem duas fases. Na primeira fase do evento, a de grupos, seleções jogaram entre si em grupos com representantes de vários continentes e classificaram-se para a etapa seguinte aquelas mais bem pontuadas. Na segunda fase, com disputas eliminatórias, os times nacionais jogaram partidas em nível de oitavas, quartas e semifinais até a definição do campeão do mundo.

Também ocorreram simultaneamente aos jogos dois outros eventos bastante midiáticos: um foi a espetacularização da organização do evento, da construção dos estádios, dos acertos políticos, de sua realização prática e física. Visitas de comitivas de fiscalização aos estádios, ao comitê gestor do evento, reuniões com políticos e até mesmo divulgação de novos parceiros-patrocinadores, tudo foi motivo de divulgação e geração de mídia para a marca Copa do Mundo Fifa 2014.

O segundo foco é o processo de venda de ingressos que, por si só, ganhou um tom de “competição à parte”. Do total de ingressos disponíveis, houve uma parte reservada para a “Família Fifa” e para os patrocinadores oficiais do evento. O restante foi disputado acirradamente por torcedores. Como os 64 jogos despertam muito interesse, houve várias etapas para se tentar comprar ingressos e ter o direito de ver as partidas “in loco”. Por isso, houve vendas diretas, com torcedores tentando, a partir do site de compra de ingressos, adquirir tíquetes, com venda após sorteio.

É notável neste caso o fato de a Fifa fazer desse processo de venda de ingressos um tipo de jogo no qual os espectadores devem participar para estar no local das disputas, para entrar no ambiente do mundo dos megaeventos esportivos. Também vale comentar que o processo de venda insere o elemento “jogo de azar”, a ideia de “alea” (Caillois, 1986) como forma de “fazer justiça” e dar “a mesma oportunidade a todos” na compra de ingressos, remetendo ao acaso a conquista do direito (ou não) de estar nos estádios. Assim, é um sorteio que define a prioridade de compra. Por isso os ingressos para abertura e final foram os mais disputados, pois estar em um deles, principalmente na

final da competição, já traz, em si, uma aura de “status” para os espectadores, funcionando como uma vitória simbólica de cada torcedor.

Com esse mecanismo complexo de um megaevento, que foi se construindo ao longo de décadas, desde a sua criação em 1930, a FIFA, enquanto um agente estratégico na indústria do entretenimento global, cria um paradoxo de oferta-demanda: são usados mecanismos de construção de simbolismo globais para despertar o interesse em plateias pelo mundo todo enquanto, na contraparte, o sistema da Copa do Mundo cria um clube exclusivo, com poucas seleções entre duas centenas de interessados, e uma plateia seletiva e privilegiada, que consegue ingresso por sorte ou por pertencer a grupos de interesse e que são parceiros do evento. Fica exposto assim o problema econômico central da gestão dos megaeventos.

Como o detalhamento dos vários eventos e microeventos que fizeram parte da Copa do Mundo Fifa 2014, podemos perceber que o êxito dos megaeventos está justamente na estratégia comunicacional central que é a gestão das imagens dentro dele, pois serão elas que farão a comunicação do esporte com a grande parte dos públicos-alvo direcionados.

Já falamos que os megaeventos querem perdurar no tempo e no espaço e, mais, precisam de estratégias eficientes para conectar quem está dentro (das arenas, dos espaços privilegiados etc.) com quem está fora, assistindo aos vários eventos e microeventos da Copa do Mundo por meio de imagens em telas. Assim, a gestão dessas imagens surge justamente a partir do fato de que nem todas as imagens terão a mesma capacidade de comunicar as estratégias eficientes dos megaeventos esportivos (Campos, 2014a).

Dessa forma, a economia dos megaventos esportivos é parte da economia das imagens do esporte e tem justamente a ver com as relações e ações que surgem nesses ambientes dos megaeventos para dar conta da estratégia eficiente deles junto aos públicos-alvo (Idem, 2014a). Por tudo isso, parece-nos necessário refletir mais extensamente sobre a natureza comunicacional dos megaeventos esportivos. Particularmente, o caso Copa do Mundo Fifa de 2014, realizado no Brasil, apresenta elementos interessantes para esse desafio.

A ascensão dos megaeventos esportivos

Contudo, quando se avalia o grau atual de acumulação de imagens espetaculares esportivas, para usar uma expressão debordiana (Debord, 1997), fica claro que há, além dos elementos já expostos, outro fator para a constituição do atual momento do universo imagético. Esse momento, podemos assim pontuar, está ligado às imagens técnicas, como conceituado por Flusser (2008), e à mídia terciária, definição do pensador alemão Harry Pross (Pross; Beth, 1990).

É no diálogo entre esses dois teóricos que vamos associar a questão das imagens esportivas com os megaeventos, como constituídos a partir do fim do século XX. Essa questão se coloca como o estrutural para entender a Copa do Mundo de 2014. Para iniciar esse diálogo, explicamos que, para Pross, há três tipos de mídias, e elas dialogarão diretamente com o exemplo que estamos analisando aqui. A primeira, a mídia primária, é a forma mais elementar de comunicação e é a que envolve uma relação direta entre corpos envolvidos em um contexto de comunicação:

Recordemos que los medios del contacto elemental humano permiten la comunicación sin instrumentos ni aparatos, por lo que los denominamos ‘medios primarios’, en analogía con el ámbito social primario en el que son los principales medios de entendimiento (Pross; Beth, 1990: p. 162).

Ainda sobre mídia primária, Vicente Romano, dialogando com os conceitos de Pross, traz algumas reflexões bastante pertinentes para as nossas análises dentro do âmbito esportivo. Ele vai pontuar, por exemplo, que os meios primários envolvem “todo intercambio de experiencias y conocimientos, toda interacción informativa se inicia dentro del grupo primario em donde los individuos se encuentran cara a cara” (Romano, 1993: p. 62). Além disso, o pesquisador espanhol também destaca que as possibilidades expressivas do corpo são relevantes nesse contexto, de forma que “las posibilidades expresivas de ojos, frente, boca, nariz, postura, de la cabeza, brazos y manos, etc., transforman la capacidad humana para diferenciar los movimientos en informaciones para los demás” (Ibidem: p. 62).

A prática esportiva e até mesmo o ato de torcer apresentam relações diretas com os meios primários, com os corpos em movimento. Daí que Pross define que a mídia primária tem a ver com os meios de contato elementares do ser humano. E, segundo Romano, “la vigencia de estos medios no ha desaparecido con el tiempo, sino que su importancia se destaca aún más ante al presencia del instrumental tecnológico moderno” (Ibidem: p. 62).

No caso do esporte, particularmente, a mídia primária tem relação com as práticas de jogo e de esporte em sua natureza mais direta, corpo em ação e contato. Podemos dizer ainda que essa ideia de mídia primária está mais próxima à comunicação esportiva em primeira instância, segundo Bourdieu (1997), pois é do universo dos agentes esportivos em contato direto, “in loco”.

Um caso particularmente interessante envolvendo a ideia de mídia primeira em primeira comunicação esportiva, para associar com Bourdieu, foi o fenômeno das torcidas nas arenas da Copa do Mundo de 2014. Muito se criticou a falta de entusiasmo dos brasileiros nos estádios em detrimento da empolgação e da paixão de torcedores de outros selecionados latino-americanos, como os argentinos, chilenos, colombianos, etc. Voltaremos a este exemplo mais à frente.

Contudo, como sabemos, a natureza espetacular do esporte já faz parte de sua origem enquanto ritual. Além disso, a sensação de contato com o belo e com façanhas notáveis gera nessas práticas a necessidade de registro, de fazer com que os atos perdurem. Por isso, é da natureza esportiva, enquanto uma forma de comunicação, uma tendência à transmissão temporal.

Esta tendencia la siguen todos los tipos de imagen y escritura, antes y después de la invención de la imprenta y de las técnicas que ella puso en marcha. Por grandes que sean las diferencias del registro, tienen en común que pueden ser ‘percebidas’ sin aparatos. Para decifrarlas, se requiere el conocimiento de los signos y del código, como forma sólo dependen del aparato para la producción, si prescindimos, de que alguien se muerda un modelo en la piel y ‘registre’ así sin aparato. (...) Cuando se requiere un aparato del lado de la producción, y no del lado de la recepción, propongo el término ‘medios secundarios’ (Pross; Beth, ibidem: 164-165).

Romano, ao analisar essas categorias criadas por Pross, enfatiza que é no contexto de mídia secundária que as imagens e a escrita ganham força, pois elas “transportan un mensaje al receptor sin que éste necesite um aparato para su recepción. Entre ellos están la imagen, la escritura en sus distintas manifestaciones y, sobre todo, los diferentes productos de la prensa en su sentido más amplio” (Romano, *ibidem*: 62). Vejamos o que Pross diz sobre essa questão:

Por medios terciarios entendemos los medios del tráfico de símbolos que presuponen aparatos del lado del productor y del consumidor. El cuadro pintado y la fotografía pertenecen, de acuerdo con esta división, a los medios secundarios. Son perceptibles sin aparato. El film necesita un proyector, la televisión requiere, además, aparatos receptores que permitan la percepción del film (en sentido amplio) radiado a casa. Cuando no concuerda la técnica de transmisión, la imagen oscila o se corre, se pierde la posibilidad de interpretar lo visto. (*Ibidem*: p. 170)

Romano comenta que “este tipo de medio se inicia con la telegrafía eléctrica y sigue con el teléfono, la radio, el cine, la televisión, etc.” (*Ibidem*: p. 62). É fácil de notar que coincide com essa evolução dos meios de comunicação o processo de expansão do esporte moderno. No início o cinema e a fotografia e depois outras dessas formas de captar imagens vão ser fundamentais nessa parceria que vai gerar uma das vertentes mais importantes do espetáculo no século XX, o esporte de alto rendimento e para grandes públicos.

Com o que foi posto a partir das três manifestações de mídia, de Harry Pross, podemos chegar ao conceito de imagem técnica, de Flusser: “As imagens tradicionais são superfícies abstraídas de volumes, enquanto as imagens técnicas são superfícies construídas com pontos” (Idem, 2008: p.15). É no contexto de uma mídia terciária que necessita de aparatos tanto na geração de imagens quanto na decifração delas que as imagens chegam ao contexto que agora vamos abordar.

Somos testemunhas, colaboradores e vítimas da revolução cultural cujo âmbito apenas adivinhamos. Um dos sintomas dessa revolução é a emergência das imagens técnicas em nosso tem-

po. Fotografia, filmes, imagens de TV, de vídeo e dos terminais de computador assumem o papel de portadores de informação outrora desempenhado por textos lineares. Não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos o mundo graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas. Como a estrutura de mediação influi sobre a mensagem, há mutação na nossa vivência, no nosso conhecimento e nos nossos valores (Idem, ibidem: p.15).

Para Flusser, a emergência e consolidação das imagens técnicas, ao longo do século passado, colocam uma situação inédita: “As novas imagens não ocupam o mesmo nível ontológico das imagens tradicionais, porque são fenômenos sem paralelo no passado. (ibidem: p. 15)”. A seguir, ele explica melhor o contexto novo que surge com esse tipo de imagem:

(...) ao recorrermos a tais imagens, não estamos retornando da unidimensionalidade para a bidimensionalidade, mas nos precipitando da unidimensionalidade para o abismo da zerodimensionalidade. Não se trata de volta do processo para a cena, mas sim de queda do processo rumo ao vácuo dos ‘quanta’ (Ibidem: p. 15).

É aqui que podemos voltar ao caso das torcidas nos estádios da Copa do Mundo. Enquanto uma manifestação de interferência direta do ritual do jogo é uma forma de comunicação primária, de Bourdieu, e tem a ver com a ideia de mídia primeira, de Pross. Contudo, no caso do Mundial de 2014, o que mais se viu foi a preocupação da midiaticização desse ato de torcer: brasileiros foram muito criticados pela forma como demonstravam o amor pelo seu selecionado nas arenas. Vejamos um caso. Em um texto intitulado “A torcida brasileira é ridícula. A seleção precisa se acostumar”, publicado no blog *Esporte Fino*, o jornalista José Antonio Lima, opina:

Como ocorre em todos mundiais, milhões de brasileiros viram torcedores, mesmo que não tenham visto uma bola rolar nos quatro anos anteriores. Para muitos, a Copa do Mundo não é o torneio esportivo mais importante do planeta, mas motivo de

feita e confraternização. Por isso é tão comum observar, nas aglomerações onde os jogos são vistos, pessoas tocando corneta durante as partidas ou indo embora no meio delas. Não há problema algum nisso, pois cada um “torce” do jeito que bem entende. O problema, para a seleção brasileira, é que nos estádios esse tipo de comportamento parece ser a regra. Uma quantidade enorme de frequentadores das arenas da Copa não está lá para torcer, mas para ver e ser visto, para se divertir, e eclipsa a minoria que comprou ingresso para apoiar a seleção. É comum ver pessoas “produzidas” no estádio; outras fazendo *selfies* com a bola rolando, algumas levantando para comprar comida aos 43 do primeiro tempo e muitas voltando do intervalo após o reinício do jogo.³

Mais que torcer em um processo de estar no jogo, parece-nos fundamental mediatizar não somente o jogo, mas a torcida e a animação dela. No caso da Copa do Mundo de 2014, mais que somente o embate entre as seleções, tudo o que acontecia no entorno também era passível de fazer parte do espetáculo a ser convertido em imagens de mídia secundária e terciária. Não bastaria torcer, mas torcer sobre preceitos imagéticos do que se entende por “estar torcendo”. E, ainda, não bastaria estar no estádio, mas sim estar nas imagens do estádio em mídias eletrônicas ou digitais.

Após esse percurso que nos permitiu refletir sobre a evolução conceitual das imagens, das imagens tradicionais às técnicas, e suas implicações quanto ao contexto das mídias primária, secundária e terciária, temos subsídios para voltar ao nosso objetivo principal, que é tentar aproximar o conceito de imagem do contexto e do conceito da economia. Afinal, para seguir no exemplo das torcidas, por que algumas imagens se impõem a outras como modelos mais aceitáveis de forma de demonstrar amor pela seleção? Ou, também, por que parece mais importante que estar no estádio o ato de fazer fotos sobre si no estádio e divulgar nas redes sociais?

3 O texto pode ser lido na íntegra em: LIMA, J. A. “A torcida brasileira é ridícula. A seleção precisa se acostumar”. In: Blog *Esporte Fino*. 29/06/2014. Link: <http://esportefino.cartacapital.com.br/torcida-brasileira-brasil-copa-do-mundo/>, acessado em 10 jan. 2014.

Como vimos, com a evolução das tecnologias de captação e circulação das imagens, estas ganham o mundo. As inúmeras técnicas de impregnar superfícies com representações permitem que elas comecem a fazer “parte decisiva da vida, a serem habitantes do mundo, a dividir com os homens os espaços do mundo” (Baitello Jr, 2005, p. 75).

A economia do esporte mediada por imagens

Baitello Jr. (1999; 2005) vai nos lembrar que as imagens poderiam ser entendidas como respostas da mente humana às angústias que afligem o ser que pensa: elas nascem na capacidade da imaginação para dar uma resposta à finitude dos corpos e da vida constituída neles. A partir das impressões nas superfícies, o homem, pela geração de mídias secundárias, tenta vencer o tempo e a morte. Ao criar ambientes imagéticos, ele contribui para a expansão da cultura.

Contudo, as imagens que são criadas e exteriorizadas, geram vinculação entre os homens. Elas comunicam e, por consequência, acabam mediando relações humanas. Aos poucos, as imagens que estão no mundo começam a influenciar a geração de novas imagens e a imaginação humana. Isso, por exemplo, é notável no universo esportivo: a cada Copa do Mundo, as imagens do esporte recriam a ideia de “Brasil, país do futebol”, construindo um imaginário do que seria essa nação vocacionada para o esporte mais popular do planeta.

Dois exemplos interessantes são os filmes publicitários da Adidas, patrocinadora oficial da Copa do Mundo de 2014, e da Nike, patrocinadora da seleção brasileira de futebol, lançados antes da competição. No caso da primeira empresa, a publicidade apresentava a bola oficial do evento, a Brazuca.⁴ No caso da segunda, trata-se do lançamento de uma campanha com algumas estrelas que participariam do mundial.⁵

Nos dois casos, uma série de outras ideias-imagens são associadas: uma suposta alegria inata do brasileiro, os espaços varzeanos de se

4 O vídeo *I am Brazuca. Match ball of the 2014 Fifa World Cup* pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=PImQsVsXCrI>. Acesso em 10 dez. 2014.

5 O vídeo *Nike: Ouse ser brasileiro. Ninguém joga como a gente* pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=-HlBqson5dg>. Acesso em 10 dez. 2014.

jogar bola em mistura com os gramados indistintos e globalizados, a ideia de um talento nato representado na figura de um garoto franzino jogando bola, entre outros. As empresas são diferentes, mas os recursos comunicacionais (imagens), nem tanto.

Se voltarmos às ideias de Bystrina (1995), na segunda realidade, a cultura, modifica a primeira: os jogos que surgem ou a realidade esperada são pautados por imagens e por ideias que estão inscritas nessas imagens anteriores que funcionam como lastro comunicativo e vínculo de constituição do ambiente dos megaeventos esportivos e de tudo e todos que estão dentro dele.

As imagens que, num primeiro momento buscavam vencer o “agora” e ganhar o tempo, vão a partir das imagens técnicas, como diz Flusser (2008), ganhar outro sentido e um modelo operativo. Essas imagens, que já fazem parte de um mundo povoado de imagens, não representam mais nada, são “em si”. As imagens deixam de explicar o mundo e passam a criar um mundo delas mesmas.

A contribuição das ideias de Pross, com o conceito de mídia terciária, é fundamental para uma boa leitura desse processo: ainda que elas comuniquem, elas comunicam outra coisa, outro mundo, outras relações, pois apesar dos dispositivos que geram a decodificação nas duas pontas, a natureza destas imagens não é a de representação ou, muito menos, de ausência. Essas imagens são um novo conceito de mundo.

Assim, produzimos, num passado, imagens para vincular, para comunicar, para existir no tempo. Contudo, hoje, não produzimos mais imagens. No acúmulo das muitas camadas imagéticas existentes nos ambientes midiáticos da mídia terciária, as imagens não respondem mais ao governo dos homens. As imagens são, atualmente, soluções eficientes que fazem com que os homens sirvam-nas.

Eis o centro da questão que nos interessa neste estudo. Nos aparelhos flusserianos (Flusser, 2011), as imagens organizam-se segundo outra ordem e calcadas em novos conceitos de valores. A imagem e suas derivações práticas significam a nova economia ou economia da informação. E, por causa disso, há que se falar de uma economia da imagem que tem no esporte um ativo estratégico e, nos megaeventos esportivos, um mercado novo e repleto de futuros possíveis ou “futuráveis”.

Assim, podemos dizer que megaeventos esportivos são ambientes midiáticos das imagens, magicamente construídos para incluir-

-excluindo, gerar pertencimento remoto e valorar o esporte pelo que já não é o esporte. Nesse contexto, eles são ambientes da escassez do esporte em prol da abundância da midiaticização do esporte. O segredo dos megaeventos é vender a ideia da disponibilidade para consumo do que há em excesso, a partir da necessidade contínua do que falta. A estratégia dos megaeventos é o deslocamento, pelas imagens, do foco do valor (Campos, 2014a; Campos 2014b).

As imagens econômicas do esporte garantem a eternidade dele por meio da construção dos megaeventos. Enquanto separação consumada, à la Debord (1997), os megaeventos são pujantes e positivos. Indicam que viverão para sempre nas imagens e, por consequência, no imaginário do homem. Ao organizar economicamente o esporte, eles criam um futuro sem passado. “Um outro” de um conceito de esporte que nunca existiu em mídia primária, mas que estamos nos empenhando para, a partir da mídia terciária, fazer existir entre os homens. E como negar que já existe, se já está futurado no programa, como diria Flusser?

A celebração, financiada pela acumulação capitalista que gera imagens dos megaeventos, gera novos e espetaculares produtos esportivos: na embalagem o novo esporte emerge e promete ser um dos sentidos para a vida em sociedade, na sociedade da informação. Esse esporte espetacular brilha e seduz, pela sedação, na superfície.

Nos subterrâneos, o esporte enquanto um sistema de valores oriundo dos jogos para mediar as relações humanas entre a economia (e o espaço privado) e a política (e o espaço público) já não existe mais. A economia e a política fundem-se no espetáculo: o esporte está morto. Um novo esporte (do espetáculo e da economia), posto. Com isso, surge uma nova escassez e ele será o motivo para se estudar a economia das imagens do esporte. Se quisermos dizer de outra maneira, a economia da imagem do esporte é, por consequência, uma releitura da dimensão econômica do esporte, mas que, antes de mostrar o espetáculo como consequência dos negócios, inverte essa lógica. Assim, é o espetáculo, enquanto manifestação do capitalismo contemporâneo, que gera a dimensão econômica do esporte, principalmente nos megaeventos.

Assim, os exemplos que veremos a seguir tentarão entender a organização de imagens – no sentido de textos da cultura – a partir das

codificações já listadas e sob a gestão mais eficiente para o fim último dos megaeventos enquanto sistemas: a própria preservação deles.

Um primeiro caso, surge ainda na fase de preparação da Copa do Mundo de 2014, quando um dos principais agentes de organização do megaevento, o Governo Federal, lançou uma campanha para divulgar um selo e também um slogan para marcar a preparação mundial e fazer a comunicação dessa atividade esportiva com os vários públicos-alvo.

“A Pátria de Chuteiras”⁶ foi o slogan adotado para a edição brasileira desse Mundial de Futebol. Em formato de animação, são vistos bonecos esquemáticos representando jogadores de futebol, sem rostos. O vídeo, que tem como trilha sonora um clássico da ambientação musical do futebol brasileiro, a música “*Na cadência do Samba (Que bonito é)*”, de Luiz Bandeira, mostra jogadores fazendo dribles, desenvolvendo a paixão pelo esporte e, em certos momentos até, tornam-se a bola.

Além dos elementos já descritos, há uma inspiração imagética confessa no trabalho clássico feito pelo Canal 100, jornal cinematográfico que contribuiu muito para a eternização da imagem do Brasil como “País do futebol”. E para completar o produto audiovisual surge o slogan: “A Pátria de Chuteiras”, inspirado no imaginário das obras do jornalista e escritor Nelson Rodrigues.

A ideia de uma “pátria irmanada pelo futebol, vestindo chuteira” só existe na ambiência das imagens e na telepresença, pois o vínculo entre “amar o esporte” e “estar no local de realização” já não é tão direto assim. Depende de prestígio, recursos e um pouco de sorte, necessariamente nessa ordem. Somente nas narrativas midiáticas dos megaeventos, estar dentro e estar fora das arenas configuram o mesmo potencial de relação com o objeto proposto – a Copa do Mundo.

Outro exemplo disso foi a campanha institucional da Rede Globo de Televisão, emissora oficial de transmissão dos jogos do mundial em território brasileiro: *Somos um só*.⁷ A comunicação da emissora usa de imagens-centrais do imaginário do “país do futebol” – como a ideia do

6 Conheça o vídeo de lançamento dessa campanha e a apresentação dessa marca no link do *Portal da Copa*: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/expressao-a-patria-de-chuteiras-sera-usada-como-slogan-para-a-copa>, acessado em 10/12/2014.

7 Um dos vídeos dessa campanha pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=voTX6c1Too8>, acessado em 10 dez. 2014.

talento nato para jogar futebol, o ato de jogar em qualquer local e sob qualquer circunstância, entre outros – para construir a ideia de que o megaevento Copa do Mundo de 2014 vincularia a todos.

E como isso seria possível, se não pelas telas e pelas imagens? O próprio vídeoclipe mostra isso ao apresentar grupos de pessoas assistindo a jogos, no que entendemos aqui, a partir do conceito de Bourdieu (1997), de segunda comunicação do esporte, ou seja, quando ele é convertido em narrativas e veiculado pelos meios eletrônicos ou digitais. Para a maioria, esse megaevento esportivo só existiu na sua midiatização e nas narrativas construídas a partir dos meios de comunicação de massa tradicionais e/ou das comunicações digitais contemporâneas.

Ainda nesse processo de ilustração de algumas das formas como a economia da imagem opera estruturando comunicações dentro dos megaeventos esportivos, destacamos, por fim, o filme publicitário *Quintal*, realizado e veiculado dentro da campanha temática *Imagina a Festa*, da companhia de bebidas Ambev, detentora da marca Brahma, veiculada durante a Copa das Confederações de 2013.⁸

Nele, os jogadores de futebol Thiago Silva, da seleção brasileira e jogador do Paris Saint German, e o jogador uruguaio Diego Forlán, que atuava no clube brasileiro Internacional de Porto Alegre, disputavam uma bola num cenário improvável. Não se constringendo com os limites dos quintais das casas, os dois jogadores partem em uma desenfreada disputa pelo objeto esférico, passando por casas em festa, driblando varais cheios de roupa, casinhas de cachorros, garagens e tantos outros obstáculos típicos desses espaços domésticos.

Ao fim do filme, os dois jogadores chegam a um quintal onde um velhinho em frente a uma garagem simula o goleiro em defesa do gol. Nesse momento, a cena se abre e o filme mostra que o entorno onde se deu toda essa peripécia tornou-se uma enorme arquibancada para acompanhar esse espetáculo. Na conclusão, com a aparição da logomarca da cerveja Brahma, surge verbalmente o slogan: “A Copa é no nosso quintal. Brahma: Imagina a Festa”.

Vale frisar que a expressão “Imagina a festa” é uma corruptela da original “Imagina na Copa”, que se tornou praticamente um bordão

8 O filme publicitário pode ser visto em <http://www.youtube.com/watch?v=KTuWk7drenc>, acessado em 23 nov. 2013.

popular, repetido em diferentes contextos. Nos anos de preparação para o Mundial de Futebol do Brasil, de 2014, essa segunda frase era sempre associada aos problemas do País e ao questionamento sobre a capacidade de realizar um evento de porte global, como é um megaevento. Com o “Imagina na Copa”, a equipe de marketing da empresa de cerveja, como funcionários do aparelho dos megaeventos, trabalhou para incorporar a rejeição sistêmica ao evento – a partir desse pequeno acontecimento a ser gerenciado. A crítica, enquanto texto, vira imagem e é devorada pelo sistema de imagens dos megaeventos. Surge com isso a paródia “Imagina a Festa”, como uma espetacularização da crítica, criando-se assim uma separação, uma consagração dela ao capitalismo, no formato de saudação à Copa.

O problema, como já bem apontado por Debord é que, entre a crítica e a paródia, já não há mais nada. Como somente pelo espetáculo é possível criticar ou festejar, as escolhas para se colocar nesse ambiente são *prêt-à-porter*, já foram calculadas e valoradas para os vários públicos e dispostas no mercado das imagens para escolhas estimuladas por dinâmicas de oferta e demanda.

Perspectivas para o estudo da economia das imagens do esporte

Nos exemplos vistos até aqui, tentamos fazer algumas reflexões sobre essa economia imagética em operação nos megaeventos: na negociação entre escassez e necessidade, na geração de valor, no estabelecimento de mercados e na comercialização (produção, distribuição e consumo de produtos), nas trocas entre objetos informados e desinformados e, por fim, na retroalimentação sistêmica que busca construir futuros para aparelho espetacular então hegemônico. Parece-nos claro, contudo, que o assunto da economia das imagens do esporte, da economia e gestão dos megaeventos e, ainda, os estudos sobre as estratégias de comunicação da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, estão longe de estar esgotados.

Se a lógica dos megaeventos esportivos, como visto aqui, tem a ver com a busca de imagens estratégicas para fazer uma gestão eficiente

das relações entre imagens e seus públicos de maneira a garantir a vinculação entre os que incluídos e os excluídos dos espaços de competição, é a economia das imagens do esporte o que surge desse processo autocentrado e autorregulado.

Como um aparelho, para associar ao conceito de Flusser (2011), os megaeventos esportivos precisam manter seu projeto expansionista como forma de sobrevivência. As imagens são o principal ativo e capital desse processo. Estudar a essas questões é entender uma força econômica punjante e central na sociedade contemporânea.

Além do mais, estudar os megaeventos esportivos, sob o ponto de vista comunicacional, é fundamental, pois é justamente pela capacidade comunicativa das imagens que o modelo expansionista dessas atividades consegue realizar seu intento. Através dos estudos da economia da imagem em atuação no esporte podemos entender a organização, a gestão e a comunicação dos recursos convertidos em bens imagéticos e isso vai se ocorrer a partir de bens, recursos e agentes apontados nessa lista.

Ao fim desse percurso proposto aqui, percebemos que os megaeventos são estruturados economicamente para cumprir seu papel de ambientes midiáticos de consumo de imagens, a partir do esporte. Mais que a produção e reprodução de acontecimentos, esses aparelhos disseminam imagem pontentes, eficientes, economizadas, por fim, pois trabalham com padrões de textos já testados e ordens já assimiladas pelos consumidores. São esterótipos espetacularmente construídos para fingir que não o são.

Não foi diferente na Copa do Mundo do Brasil, de 2014. Mas, por outro lado, por que seria? Enquanto programas globalizantes da economia e do consumo, o Brasil foi um gerador eficiente de imagens para que a solução indistinta e não-local dos megaeventos aconteça. Fuleco, samba, craques em ação, alegria do povo brasileiro etc., são belas embalagens para vender o indistinto, mas sob o eterno charme do novo.

Referências Bibliográficas

BAITELLO JR., N. *A Era da Iconofagia – Ensaio de Comunicação e Cultura*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

_____. *O Animal que parou os Relógios - Ensaio sobre comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume, 1999.

_____. CONTRERA, M. S.; MENEZES, J. E. de O. (orgs.) *Os Meios da Comunicação*. São Paulo: Annablume-Cisc, 2005.

BAUMAN, Z. *Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

BOURDIEU, P. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

_____. *Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BOURG, J-F. e GOUGUET, J-J. *Economia do Esporte*. Bauru: Edusc, 2005.

BOWDIN, G.; ALLEN, J.; O'TOOLE, W; McDONNELL, I. *Events Management*. 3a. Edição. London: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2011.

BYSTRINA, I. *Tópicos de Semiótica da Cultura*. São Paulo: Cisc, 1995.

CAILLOIS, R. *Los Juegos y los Hombres - La Máscara y El Vértigo*. México: Fondo de Cultura Económica, 1986.

CAMPOS, A. G. *A Economia das Imagens do Esporte - Produção, Reprodução e Valoração dos Bens Imagéticos nos Ambientes dos Megaeventos Esportivos*. São Paulo: PUC-SP, 2014a. (Tese de Doutorado.) In: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=16805. Acesso em 10 dez. 2014.

_____. "A Copa do Mundo como Megaevento Esportivo: Afinal do Estamos Falando? Uma Abordagem Comunicacional sobre a Maior Festa do Futebol." In: ROCCO JR., A. J. (org.) *Comunicação e Esporte: Copa do Mundo de 2014*. São Paulo: Intercom, 2014b. <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/950bc416911c3c2e2d2963141273b315.pdf>. Acesso em 10 dez. 2014.

_____. "Megaeventos Esportivos e Protestos: Apontamentos sobre a geração e circulação de imagens nos ambientes midiáticos do esporte durante a Copa das Confederações de junho de 2013." In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom Manaus 2013. Manaus: Intercom, 2013a.

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1281-1.pdf>. Acesso em 10 dez. 2014.

_____. "Megaeventos Esportivos e o 'Gigante que Acordou' - Geração e Circulação de Imagens de Protesto nos Ambientes Midiáticos do Esporte Durante a Copa das Confederações de Junho de 2013". In: 3º. Congresso Internacional de Comunicação e Consumo - Comunicon 2013. São Paulo: ESPM, 2013b.

http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2013/comunicon_2013/gts/gttres/GT03_GURGEL.pdf. Acesso em 10 dez. 2014.

DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo – Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.

FLUSSER, V. *Filosofia da Caixa Preta – Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Annablume, 2011.

_____. *O Universo das Imagens Técnicas – Elogio da Superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

_____. *Pós-História*. São Paulo: Duas Cidades, 2003.

HUIZINGA, J. *Homo Ludens – O Jogo como Elemento da Cultura*. 4ª Edição. São Paulo: Editora Perspectiva, 1996.

LIPOVTESKY, G. *A Felicidade Paradoxal – Ensaio Sobre a Sociedade de Hiperconsumo*. São Paulo: São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LOTMAN, I. M. *La Semiosfera – Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Cátedra, 1996.

MAGNANE, G. *Sociologia do Esporte*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1969.

POLANYI, K. *A Subsistência do Homem e Ensaio Correlatos*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

PROSS, H. *Estructura Simbólica do Poder*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980

_____. *La violencia de los símbolos sociales*. Barcelona: Anthropos, 1989.

PROSS, H; & BETH, H. *Introducción a la Ciencia de la Comunicación*. Barcelona: Anthropos, 1990.

ROCHE, M. *Mega-events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. London: Routledge, 2000.

ROMANO, V. *Desarrollo y Progreso – Por una ecología de la comunicación*. Barcelona: Teide, 1993.

MERCANTILIZAÇÃO E MILITARIZAÇÃO DOS EVENTOS DE FUTEBOL:

REFLEXÕES SOBRE O CÓDIGO DE CONDUTA NO ESTÁDIO PARA A COPA DO MUNDO FIFA BRASIL 2014

HELOISA HELENA BALDY DOS REIS¹; MARIANA ZUANETI MARTINS²;
FELIPE TAVARES PAES LOPES³

Introdução

227

A organização da Copa do Mundo de 2014 e seus impactos políticos, sociais, culturais e econômicos suscitaram diversas críticas, polêmicas e discussões. Entre outros temas, discutiram-se os (excessivos) gastos com a construção e reforma dos estádios, a reestruturação do espaço urbano das cidades sedes e as remoções decorrentes dessa reestruturação, a questão da segurança pública e, em especial, a repressão da Polícia Militar

-
- 1 Livre-Docente pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e Docente do Programa de Pós-graduação em Educação Física da mesma instituição. Pesquisadora líder do GEF – CNPq/Unicamp.
 - 2 Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Educação Física da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Membro pesquisadora do GEF – CNPq/Unicamp; Professora do Ifsuldeminas (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais).
 - 3 Pesquisador colaborador da FEF/Unicamp. Membro pesquisador do GEF – CNPq/Unicamp.

contra os(as)⁴ manifestantes contrários ao evento e as mudanças na legislação nacional, feitas para atender ao caderno de encargos da Federação Internacional de Futebol (FIFA). Diante da relevância dessas questões, decidimos abordar algumas delas no texto intitulado *Situación brasileña en evidencia* (REIS, LOPES, MARTINS, 2014), publicado no livro *Luchas urbanas alrededor del fútbol*. Entre outras coisas, argumentamos que a Copa do Mundo de 2014 estimulou e manteve o processo de mercantilização e militarização dos eventos de futebol.

Dando continuidade a esta reflexão, neste capítulo aprofundamos-nos na discussão sobre o Código de Conduta no Estádio para a Copa do Mundo FIFA Brasil 2014 (a partir daqui, simplesmente “Código de Conduta”), que apresentou as medidas e políticas de segurança aplicáveis para a conduta do espectador dentro dos estádios do referido evento. Mais exatamente, partindo da ideia desenvolvida por Norbert Elias de que os manuais de conduta são sintomas de processos sociais de mudanças mais profundas (Parte I), buscamos mostrar como que o código em questão nos ofereceu indícios dos processos anteriormente mencionados, ao mesmo tempo em que ajudou a reproduzi-los. Ao abordarmos esses processos, também buscamos indicar como eles se alimentam e se reforçam mutuamente (Parte II).

1) Significados e usos sociais dos códigos de conduta

De acordo com Elias (1994, p. 256), os códigos de conduta podem ser utilizados “[...] como ponto de partida para traçar uma certa linha nas mudanças ocorridas em pessoas e nas modificações do padrão social”, ou seja, eles nos fornecem indícios de um (lento) processo de mudança, indicando-nos que não existe uma atitude natural dos seres humanos.⁵ Exemplos de estudos sobre esses códigos podem ser encon-

4 A partir daqui, a fim de aliviar o corpo do texto, abandonaremos a fórmula “o(a)” e adotaremos o genérico masculino.

5 Para Elias (1994), ao mesmo tempo em que são induzidos, os comportamentos constituem parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos. Com isto, eles participam de uma lógica intencional, mas, também, de um processo que, ao ser constituído por diversos sujeitos e disputas, não é plenamente controlável.

trados na sua obra *O processo civilizador*, de 1994. Nela, Elias descreve, a partir dos tratados de Erasmo de Roterdã, as mudanças pelas quais a sociedade europeia passava do século XII ao XVII.

O livro de Erasmo trata de um assunto muito simples: o comportamento de pessoas em sociedade – e acima de tudo, embora não exclusivamente, ‘do decoro corporal externo’. É dedicado a um menino nobre, filho de príncipe, e escrito para a educação de crianças. [...] Examinando-o mais detidamente, percebemos por trás dele um mundo, um estilo de vida que, em muitos aspectos, para sermos exatos, assemelha-se ao nosso, embora seja ainda bem remoto em outros. O tratado fala de atitudes que perdemos, que alguns de nós chamaríamos talvez de ‘bárbaras’ ou ‘incivilizadas’. Fala de muitas coisas que desde então se tornaram impublcáveis e de muitas outras que hoje são aceitas como naturais. (ELIAS, 1994, p. 69).

O objetivo da obra anteriormente mencionada era demonstrar como que a regulação proposta por Erasmo de Roterdã dos padrões sociais de comportamento de sua época era um sintoma de um processo social em mudança. Em tal obra, Elias (1994) demonstra como se deu a transição da sociedade da corte para a sociedade moderna, examinando a forma como as figurações sociais são conformadas por constrangimentos e oportunidades de poder. Para ele, essas oportunidades não advinham apenas do *status* econômico, mas, sobretudo, de lógicas de comportamento e participação em rituais da corte, que proporcionavam um distanciamento social dos outros. Assim, a sociedade de corte, por meio dessas regulações, mantinha suas possibilidades de poder e se distanciava da burguesia em ascensão. Contudo, na medida em que os comportamentos da corte se difundiam para essa burguesia, eles precisavam ser atualizados, a fim de conservarem seu valor distintivo.⁶

6 Neste processo de atualização dos comportamentos da corte, as figurações sociais tornavam-se, cada vez mais, interdependentes e autocontroladas (do ponto de vista das pulsões e emoções).

Baseando-nos nas ideias de Elias (1994), compreendemos o Código de Conduta como um sintoma de um processo de mudança nos eventos de futebol, indicando a existência de um novo padrão de comportamento que os frequentadores de estádio devem seguir. Não à toa, a última seção do referido código intitula-se “Bom senso nos estádios”. Esta busca, explicitamente, regular os comportamentos dos torcedores nos jogos da Copa, explicando-lhes o que é ter “bom senso”. Uma vez que é preciso ser explicado, podemos dizer que este não é algo instintivo ou intrínseco ao ser humano, mas formas de comportamento que são fortemente regulamentadas. Formas de comportamento que, tão mais explícitas precisarem ser, menos internalizadas elas tendem estar. Assim, podemos dizer que as regras prescritas pelos Códigos de Conduta definem um padrão de comportamento que, provavelmente, ainda não se converteu em usual.

Diante disto, causa certa surpresa o fato de uma dessas regras determinar que é proibido “[...] fazer necessidades fisiológicas em qualquer lugar que não os banheiros, ou sujar o Estádio jogando objetos como lixo, embalagens, recipientes vazios”. Afinal, esperava-se que essas proibições já estivessem devidamente internalizadas. Não se diz, por exemplo, que se deve ir aos jogos vestindo roupas, ou mesmo sapatos. No entanto, se o odor de urina ainda é forte nos arredores de alguns estádios brasileiros, é preciso recordar que não existem banheiros externos – o que poderia minimizar a situação. A questão das necessidades fisiológicas é abordada por Elias. De acordo com ele, em 1774, já existia uma regra que dizia que “[...] no tocante às necessidades naturais, é correto (mesmo no caso das crianças) satisfazê-las apenas onde a pessoa não puder ser vista” (ELIAS, 1994, p. 139). O autor nos explica que a explicitação de regras como essa vai diminuindo ao longo do tempo. Afinal, ao longo do processo civilizatório, cria-se um novo padrão de vergonha, que, ao mesmo tempo em que impede de se fazer as necessidades fisiológicas em público, torna o falar sobre elas constrangedor.

Segundo Elias (2001), ao estabelecer regras, os manuais de comportamento convertem-se em instrumentos de poder. Afinal, eles estabelecem hierarquias e criam um distanciamento entre aqueles que possuem essas regras incorporadas e aqueles que não as possuem. Ao

abordar a sociedade de corte, Elias (2001, p. 117, grifo do autor) afirma o seguinte:

(...) era na etiqueta que esse *distanciamento como objetivo em si* tinha sua expressão mais perfeita. Constituíam-se assim um desempenho de sociedade de corte no qual as chances de prestígio estavam alinhadas segundo uma hierarquia. E os atores demonstravam que detinham tais chances, tornando visível, com isso, a relação distanciada que simultaneamente unia e distinguia tais indivíduos entre si, e conservando assim, na própria maneira de atuar, a hierarquia presente para todos, o valor corrente da corte que conferia uns aos outros.

Em outras palavras: a etiqueta proporcionava um distanciamento visível, que estabelecia distinções, conferindo prestígio aos grupos que ocupavam posições de poder. Assim, participar de determinados rituais, portar-se de uma maneira específica à mesa e falar com um linguajar “refinado” eram hábitos que distinguiam e ampliavam a distância entre os grupos sociais. Tratava-se de algo que permitia aos grupos dominantes se afirmar como tais. Seguindo até certo ponto essa linha de pensamento, Pierre Bourdieu (2007) entende que as classes dominantes conseguem se manter no poder justamente na medida em que conseguem impor sua visão de mundo como legítima, dissimulando seu caráter arbitrário e interessado. Dissimulação que naturaliza uma hierarquia entre gostos e comportamentos. Entre o que é de bom e de mau gosto. Entre o bárbaro e o civilizado. O aceitável e o inaceitável.

Ao normatizar a assistência do espetáculo esportivo, o Código de Conduta explicitou, a partir das regras estabelecidas, o padrão de comportamento esperado pela FIFA. Conforme retomaremos no próximo tópico, tais regras ajudaram a estabelecer e sustentar um modelo burguês de torcer: mais distanciado e menos participativo. De uma forma geral, o público da Copa portou-se de uma maneira relativamente passiva, fazendo dos jogos do evento um evento para se olhar. Em parte, podemos supor que isto se deveu à forma como os ingressos foram distribuídos (muitos foram para os patrocinadores da FIFA, por exemplo) e ao seu alto valor, o que afastou os torcedores mais tradicionais. Além de fazer do futebol um evento para se olhar, esse público parece

ter feito dele um evento para ser olhado. Não à toa, assistimos a torcedores mais preocupados em registrar sua presença nos estádios do que em apoiar sua seleção.

Este comportamento nos indica uma espécie de demanda narcísica de visibilidade para si mesmo, que nos remete ao conceito de “fetiche de prestígio”, assim definido por Elias (2001, p. 103):

o ato se tornava, assim como no caso do pátio do castelo ou dos adornos da casa de um nobre, um *fetiche de prestígio*. Servia como indicador da posição do indivíduo [...] O valor de uso, a utilidade indireta que se ligava a todas essas atitudes, acabava desaparecendo ou tornando-se bastante insignificante. O que dava a tais atos seu significado grandioso, sério e grave era tão somente a importância que eles atribuíam aos participantes no seio da sociedade de corte, a posição de poder relativa a cada um, o nível e a dignidade que manifestava.

232

Ao enfatizar a dimensão fetichista do prestígio, Elias (2001) nos indica como esses rituais se descolam de seu significado material e das relações por ele construídas. Tal como ocorre com o fetichismo das mercadorias – quando estas parecem ser dotadas de vida própria (MARX, 2013) –, o fetichismo do prestígio opera a partir do desaparecimento das relações e de seus usos em si. Em última instância, participava-se dos rituais da corte para se obter poder, independente do seu valor de uso. No contexto do esporte, ir a uma partida de tênis pode ser equiparado à participação num ritual de “fetiche de prestígio”. Contudo, para que este se concretize, não basta estar presente na partida, é preciso saber consumi-la legitimamente, ou seja, o valor distintivo de ir a uma partida de tênis é anulado caso não se apresente o domínio das regras desse consumo. Manifestar impróprios contra o juiz é uma gafe, pois revela essa falta de domínio. O fetiche de prestígio opera, nesse sentido, a partir da participação codificada pelas regras da etiqueta. Deste modo, importa pouco a “utilidade material” em si do ritual, mas sim participar dele através dos comportamentos e atitudes considerados legítimos.

Aqui, a própria noção de “utilidade” – definidora da racionalidade moderna – deve ser problematizada. Se compreendermos essa ra-

cionalidade como a adequação dos meios aos fins, como a criação de um estilo de vida baseado na plena utilidade das ações,⁷ percebemos que ela não foi nem é a única forma como as pessoas criam significados para suas vidas. Nesse sentido, podemos crer que existem outras formas de racionalidade presentes. A partir dessa ideia, Elias (2001, p. 110) desestabiliza a própria noção de racionalidade, argumentando que aquilo que é “racional” depende sempre da estrutura da sociedade ou dos agrupamentos.

Diante disto, implementar um código de conduta não significa, necessariamente, que o comportamento esperado seja mais “racional” ou “melhor” do que o considerado “desviante”. Trata-se, na verdade, de impor uma racionalidade sobre outra. Estabelecer que o torcedor que acompanha os jogos de pé é irracional significa desconsiderar uma cultura de torcer, que possui uma racionalidade, uma vez que ela expressa os valores e a forma como determinados grupos de torcedores percebem o futebol e entendem a si próprios. Em determinados grupos, acompanhar uma partida de pé, cantando sem parar, é uma forma de mostrar apoio incondicional. É uma forma de manifestar fidelidade ao clube apoiado. De revelar capacidade de suportar o cansaço e a frustração de uma derrota. Enfim, é uma forma de se autorrepresentar como um “torcedor de verdade”. De manifestar, como diriam os torcedores *hispnohables*, que têm *aguante*. Esta forma de apoio, todavia, parece, cada vez mais, ser combatida com a crescente mercantilização e militarização dos eventos de futebol.

2) O Código de Conduta da FIFA e a mercantilização e militarização dos eventos de futebol

O futebol é um dos principais produtos da indústria do entretenimento e o objeto de diversos apelos publicitários. Cada vez mais, clubes, federações, ligas etc. investem em ações de marketing para criar motivações de consumo, ampliando, assim, suas receitas. De revistas

7 O que Weber (2004) definiu como a vocação profissional e ascese intramundana calcada na renúncia aos prazeres e descontrações

especializadas a lençóis de cama, o futebol serve para vender (quase) tudo. Embora esteja atrelado à lógica capitalista desde sua origem, foi a partir da segunda metade do século XX que o marketing e a publicidade potencializaram seus usos comerciais (MARQUES, 2011). Nos dias de hoje, um jogo de futebol profissional é tratado, acima de tudo, como uma mercadoria. Afinal, “[...] é um espetáculo, e, como o próprio termo sugere, sua razão de existir tem a ver com o fato de vir a ser apreciado por um público que paga, direta ou indiretamente, para tanto” (DAMO, 2011, p. 73). Não à toa, o Código de Conduta dirige-se aos portadores de ingressos e credenciais. É sobre a conduta desses agentes que as medidas e políticas de segurança nele descritas foram (ou deveriam ter sido) aplicadas.

Paralelamente ao processo de mercantilização do futebol, assistimos à consolidação de outro processo: o de militarização dos eventos esportivos. Olhando para o contexto norte-americano, Schimmel (2013) argumenta que a tática militar tem sido progressivamente vista como necessária para controlar o público. Por exemplo, estratégias que limitam o acesso aos estádios têm se tornado cada vez mais frequentes nos jogos da *National Football League* (NFL) – a liga norte-americana de futebol americano. Esta militarização dos eventos esportivos não é um fato isolado, mas segue a tendência de militarização dos espaços urbanos. Embora percebidas pela maior parte das pessoas como sendo “normais”, diversas práticas ligadas a essa tendência causariam perplexidade anos atrás – como a presença de diversas câmaras de vigilância nas ruas e avenidas dos centros urbanos (GARLAND, 2008).

No contexto do futebol europeu, houve uma intensificação das iniciativas de militarização na década de 1980. Embora, desde meados da década de 1960, o hooliganismo já fosse concebido como um grave problema social britânico, repercutindo nos meios de comunicação de massa, foi, nos anos oitenta do Século XX, que esse fenômeno espalhou-se com mais força pela Europa, ensejando a percepção de que o futebol era um espaço de guerra permanente. De acordo com Tsoukala (2014, p. 21), até então,

o hooliganismo era considerado um fenômeno de ordem comum, que não exigia a adoção de leis e regulamentações especiais [...] A mudança foi marcada pela tragédia de Heysel

em 1985 e pela adoção da Convenção Europeia decorrente dos excessos dos espectadores em manifestações esportivas e, especialmente, jogos de futebol.

Neste contexto, os estádios do Reino Unido passaram a ser, ainda mais, policiados e normatizados (DUNNING, 2013). Seguindo as recomendações do Relatório Popplewell, de 1986, intensificou-se o policiamento à paisana, estabeleceram-se operações de espionagens dentro dos grupos *hooligans* e adotaram-se os circuitos internos de televisão (GIULIANOTTI, 2002). Estas medidas, entretanto, não foram suficientes para frear o avanço da violência e evitar novas tragédias no futebol britânico – tais como a de *Hillsborough*, em 1989.⁸

Tal tragédia repercutiu no mundo inteiro e ensejou a elaboração do famoso Relatório Taylor, publicado em janeiro de 1990, que buscou “humanizar” o hábito de ir aos jogos e melhorar as condições dos estádios britânicos. Entre outras coisas, ele recomendou a retirada dos alambrados e a colocação de assentos em todos os estádios do campeonato escocês da primeira divisão e inglês da primeira e segunda divisão (GIULIANOTTI, 2002). No Reino Unido, o encadeiramento dos estádios é objeto de polêmica hoje em dia. Tanto é que, já há algum tempo, tem-se promovido campanhas pela volta dos setores em pé (*terraces*) (LOBO, 2014). Apesar do sucesso comercial da *Premier League* (primeira divisão inglesa), o atual futebol inglês é visto como sendo pasteurizado e elitizado. A fim de mudar esse cenário, nos últimos anos, a *Football Supporters’ Federation* têm realizado protestos nas ruas de Londres contra o aumento (abusivo) do preço dos ingressos. Um dos argumentos defendidos pela referida federação é a de que a ampliação dos valores recebidos pelos clubes em troca dos direitos televisivos deveriam se converter em benefícios para os torcedores, diminuindo os valores dos ingressos (ESCUDEIRO, 2014).

O Relatório Taylor também concluiu que a polícia não possuía condições de lidar adequadamente com multidões dentro dos estádios. Foi assim que surgiu a figura dos *stewards*, que são civis capacitados para receber e orientar o público e avisar as forças de segurança em

8 Quando noventa e seis torcedores morreram comprimidos no alambrado.

caso de desordem (TREJO; MURZI, 2013). Os *stewards* são, portanto, uma tentativa de desmilitarizar os estádios. Segundo o que foi veiculado no período da Copa no Brasil, cerca de 25 mil desses profissionais trabalharam nos 12 estádios da Copa. Após a tragédia de *Hillsborough*, também se passou a priorizar, no Reino Unido, a venda de carnês para toda a temporada. Esta é tida, ao mesmo tempo, com uma medida de segurança (pois evita a formação de longas filas nos quiches) e benéfica economicamente para os clubes, na medida em que eles conseguem antecipar receitas. No entanto, ela também tem gerado críticas, uma vez que é percebida como sendo elitista. Afinal, o torcedor menos favorecido, muitas vezes, não têm condições de adquirir os referidos carnês, que têm preços elevados⁹.

Além dessas medidas, se passou a aplicar, no Reino Unido, o direito de admissão nos estádios ¹⁰, a se registrar informações sobre o público que vai aos jogos e a se colocar em prática programas de ação comunitária, que visavam aproximar os clubes da vida social e comunitária das cidades (TREJO; MURZI, 2013). O governo britânico também seguiu apostando em ações policiais contra o hooliganismo, por meio

[...] de linhas telefônicas diretas para o público fazer ‘denúncias de *hooligans*’, criação de arquivos e bancos de dados centralizados pelo Serviço Nacional Criminal de Inteligência e a detenção (sem acusação formal) de torcedores com base a lei de Justiça Criminal e Segurança Pública de 1994 (GIULIANOTTI, 2002, p. 75).

Como consequência desse conjunto de medidas, conseguiu-se reduzir os conflitos violentos de torcedores dentro dos estádios e nos seus arredores. O hooliganismo, todavia, não foi eliminado completamente no Reino Unido. Pelo contrário, hoje em dia, ele está presente em áreas afastadas, geográfica e simbolicamente, dos estádios e em jogos de divisões inferiores. Outra consequência desse conjunto de

9 O carnê do *Tottenham*, por exemplo, custa R\$7.241,00 (LEISTER FILHO, 2014).

10 De acordo com Reis (2006), este é uma condição contratual para a compra de ingressos e também é aplicado em outros países da Europa, como a Espanha.

medidas foi que ela levou a uma reconfiguração radical da fisionomia dos estádios britânicos (especialmente, dos ingleses) (TREJO; MURZI, 2013) – afastando deles as classes trabalhadoras.¹¹

Na contramão da *Premier League*, a *Bundesliga* (primeira divisão de futebol na Alemanha), ainda hoje, possui estádios com (amplos) setores sem cadeiras e ingressos a preços acessíveis¹² – o que contribuiu para criar uma atmosfera vibrante e atrativa e os estádios lotados¹³. Inclusive, a chamada “muralha amarela” – formada nos jogos do *Borussia Dortmund*, pelos cerca de 26 mil torcedores que ocupam o setor sul do *Westfalenstadion* (atual *Signal Iduna Park*) – é considerada, hoje em dia, um dos maiores símbolos do futebol alemão. Todavia, a manutenção dos setores em questão foi permeada de tensões e disputas. Devido às repercussões da tragédia de *Hillsborough* e os frequentes confrontos entre *hooligans* – que assolavam o futebol alemão na década de 1980 e no início da década de 1990 –, os políticos e dirigentes esportivos do país chegaram a defender sua extinção. No entanto, isto provocou protestos acalorados por parte dos torcedores locais – tais como o realizado pela *Federation Active of Football Fans* (BAFF), em frente à sede da *Football German Association* (DFB) (GABRIEL, 2013).

Para realizar a moderação entre as partes, foi fundamental o papel desempenhado pelo *Fan Project Coordination Centre* (KOS). Este foi criado em 1993 para, entre outras coisas, fornecer apoio aos projetos desenvolvidos pelos diversos *Fan Projects* espalhados pela Alemanha. Além de realizar trabalhos educativos com os torcedores alemães

11 O futebol inglês tem, hoje em dia, o ingresso mais caro da Europa. De acordo com pesquisa realizada pela Pluri Consultoria, publicada no site da Universidade do Futebol (www.universidadedofutebol.com.br), o preço médio da *Premier League*, em 2012, era de R\$ 84,21.

12 De acordo com pesquisa realizada pela Pluri Consultoria, publicada no site da Universidade do Futebol (www.universidadedofutebol.com.br), o preço médio da *Bundesliga*, em 2012, era de R\$ 43,79.

13 De acordo com pesquisa realizada pela Pluri Consultoria, publicada no site da Universidade do Futebol (www.universidadedofutebol.com.br), a média de público da *Bundesliga*, em 2012, foi de 45.116 torcedores por jogo. Tal média foi a maior do mundo daquele ano, seguida pela da *Premier League*, que foi de 34.600. Embora com ingressos muito mais altos, esta também apresenta uma boa média de público e uma boa taxa de ocupação dos estádios, o que acaba dificultando a negociação para a redução dos preços dos ingressos.

(principalmente, com os jovens), os *Fan Projects* têm, desde o início da década de 1980, buscado mostrar os interesses desses torcedores para as autoridades públicas e esportivas e trazê-los, de forma construtiva, para o debate. Tais esforços parecem ter alcançado bons resultados. Prova disto é que, após a moderação feita pela KOS entre a BAFF e a DFB, tornou-se progressivamente habitual a integração de grupos de torcedores nos processos de planejamento dos estádios – inclusive, naqueles reformados para a Copa do Mundo de 2006 (GABRIEL, 2013). Hoje em dia, os estádios alemães conseguem, ao mesmo tempo, ser seguros e confortáveis e abrigar a festa nas arquibancadas.

O modelo adotado pela *Bundesliga*, todavia, não parece ser o seguido pela FIFA. Prova disto é que todos os estádios construídos ou reformados para a Copa tinham de ter 100% de seus setores encadeirados. Além disso, conforme podemos ler no Código de Conduta, a FIFA proibiu os torcedores de ficarem de pé nos assentos ou obstruir a visão de outros espectadores. Esta proibição, todavia, nem sempre foi respeitada durante os jogos. Em alguns momentos, era visível a existência de grupos de torcedores de pé. Na maior parte do tempo, todavia, a atmosfera dos estádios era fria e pasteurizada. Em função disto, os meios de comunicação fizeram campanha para que a torcida brasileira se tornasse mais participativa, estimulando a criação de novas músicas e “gritos de guerra”. Este acontecimento foi particularmente interessante, pois serviu para ilustrar as tensões e contradições presentes no processo de militarização do futebol. Ao mesmo tempo em que é estimulada a individualização do ato de torcer (através do encadeiramento, por exemplo), lamenta-se a ausência do fervilhar da massa, capaz de transformar os eventos de futebol numa experiência estética estimulante. Não à toa, o comportamento da torcida argentina chamou tanto a atenção. Como fazem os integrantes das *barras*¹⁴ locais, seus torcedores cantaram e apoiaram sua seleção durante boa parte das partidas – inclusive, às vezes, saltando sobre as cadeiras.¹⁵

14 Grupos organizados de torcedores que atuam nos países latino-americanos de língua espanhola e em alguns Estados do Brasil, como o Rio Grande do Sul.

15 O que acabou gerando alguns danos. De acordo com o que foi publicado pela imprensa no período, quase 300 cadeiras da Arena Corinthians, por exemplo, foram danificadas no jogo entre Suíça e Argentina.

De todas as músicas por eles cantadas, a *Brasil, decime que se siente* foi a mais emblemática, transformando-se numa espécie de hino argentino não oficial. Baseada na música *Bad Moon Rising*, da banda de rock *Creedence Clearwater Revival*, sua letra adaptada alude à “invasão” de argentinos durante a Copa, ou seja, à conquista simbólica por parte deles do território brasileiro (*Brasil, decime que se siente/ tener en casa a tu papá*). Conquistar simbolicamente o território alheio é um meio de obter reconhecimento e *status* no futebol. Afinal, conforme observa Franco Júnior (2007), este é guerra simbólica. O problema é que, no universo de alguns de torcedores, essa guerra tende a se converter em guerra concreta – como quando grupos *hooligans* britânicos tentavam, na década de 1960 e 1970, “tomar” a arquibancada atrás do gol ocupada por grupos rivais (GIULIANOTTI, 2002).

Visando justamente à prevenção de embates *hooligans*, diversos países europeus – como a Alemanha, a França, a Bélgica, a Itália e o Reino Unido – têm adotado um modelo polêmico de controle do hooliganismo, baseado no princípio da gestão atuarial do risco. Como sabemos, todo risco é, por definição, virtual e ligado a um comportamento de grupo. Diante disto, sua gestão só pode ser impessoal e antecipatória. Consequentemente, em tais lugares, um torcedor pode ser considerado *hooligan* não por aquilo que ele realmente fez, mas por aquilo que ele poderá fazer. Com isto, tem-se invertido a lógica até então dominante do direito penal, já que se tem descartado o princípio de presunção de inocência em favor de uma verdadeira pressuposição de culpa (TSOUKALA, 2014).

No contexto brasileiro, também assistimos a uma progressiva militarização dos eventos de futebol, objetivada na adoção de uma série de medidas de segurança. Entre elas, destacam-se a segregação das torcidas adversárias através de barreiras físicas e de policiais, o fechamento territorial dos arredores dos estádios, a restrição da circulação de torcedores nas vias de acesso aos estádios e no transporte público¹⁶, a revista policial no momento da entrada, a presença ostensiva da Polícia Militar dentro e fora dos estádios e o monitoramento do público por imagem – previsto pela legislação vigente. O endurecimento desta

16 A torcida visitante, por exemplo, geralmente, chega por vias específicas e escoltadas pela polícia.

tem, inclusive, sido apontado, com frequência, como uma das soluções para a violência no futebol brasileiro. Neste sentido, parece haver, no país, uma sobre-expectativa em relação à capacidade da lei de resolver graves problemas sociais (LOPES, 2012).

Em relação à nossa legislação, o que temos de mais importante em matéria de normas de proteção e defesa do torcedor é o Estatuto de Defesa do Torcedor (Lei nº 10.671/03). Este foi sancionado, em 2003, pelo então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, tendo sido, posteriormente, modificado pela Lei nº 12.299/2010. De acordo com Reis (2006, p. 98), tal estatuto foi

[...] fundamental para os trabalhos de prevenção da violência relacionada aos espetáculos esportivos, porém é bastante limitado. Sua entrada em vigor foi um marco na história esportiva do país. Isto porque, apesar de o futebol já ter chegado ao Brasil em forma de espetáculo, de ser há duas décadas uma das mercadorias mais rentáveis do capitalismo, no país até 2003 não havia leis que regulamentassem a promoção do esporte como espetáculo (REIS, 2006, p. 98).

Uma vez que o esporte como espetáculo está há mais de uma década da regulamentado no país, chama a atenção o fato de a FIFA ter elaborado um código de conduta específico para seus eventos no Brasil. A própria Lei Geral da Copa ¹⁷ já abordava as condições de acesso e permanência nos locais oficiais de competição da entidade. Diante disto, a elaboração do referido código parece produzir uma sobreposição de regras e normas. Apesar dessa aparente sobreposição, não podemos perder de vista que o enfoque do Estatuto de Defesa do Torcedor é muito mais amplo do que o código em questão. Afinal, enquanto o primeiro atribui obrigações e responsabilidades aos diferentes atores do universo do futebol, o segundo recai somente sobre os “visitantes

17 Esta foi uma iniciativa do poder executivo federal para adequar a legislação nacional ao caderno de encargos da FIFA, criando “[...] um estado de exceção para o período dos jogos tanto da Copa do Mundo, quanto da Copa das Confederações e da Jornada Mundial da Juventude, que ocorreram em 2013” (REIS; LOPES; MARTINS, 2014, p. 249, tradução nossa)

do estádio”. Aqui, é interessante notarmos o uso do substantivo “visitante” para denominar o espectador com ingresso. Afinal, um “visitante” é alguém de fora. Alguém que apenas está de passagem, que não pertence ao evento. Assim, ao equiparar o torcedor a um visitante, a FIFA parece explicitar a quem, de fato, pertence o evento: a ela própria.

Outro ponto interessante de ser analisado é o fato de a aplicação do Código de Conduta ter sido seletiva. Por exemplo, ele proibia, expressamente, a manifestação de mensagens ofensivas de natureza racista ou xenófoba ou que estimulasse outras formas de discriminação. Todavia, na partida entre México x Brasil, puderam-se escutar gritos homofóbicos vindos das torcidas de ambos os países, e nenhuma punição foi aplicada. A homofobia, assim, parece não ter sido considerada um problema, de fato, para a FIFA. No entanto, cabe a pergunta: e se manifestações de resistência às forças dominantes tivessem sido manifestadas dentro dos estádios? Lembremos que, fora deles, elas foram brutalmente reprimidas pela Polícia Militar. Será que o trecho do Código de Conduta que proíbe promover mensagens políticas ou ideológica ou relativa a qualquer causa de caridade teria sido aplicado? Além de ameaçar a liberdade de expressão, este trecho parece cair como uma “luva” nas “mãos” da FIFA, já que ela própria tem recebido diversas críticas, sendo publicamente alvo de graves acusações de corrupção, como as relativas às escolhas das sedes das Copas de 2018 e 2022.

Diante disto, a pergunta que se segue é: quem de fato a FIFA busca proteger? O próprio Código de Conduta parece nos indicar a resposta: seus parceiros comerciais. Notemos, por exemplo, que ele proíbe portar alimentos e líquidos de qualquer tipo, menos aqueles – é claro! – adquiridos dentro dos estádios. Também proíbe levar para seu interior materiais promocionais ou comerciais e oferecer para a venda (ou vender) bens ou ingressos. Além disso, proíbe o uso de câmaras de vídeos ou outros equipamentos de gravação de som ou vídeo que não sejam para uso privado, assim como explorar comercialmente fotografias ou imagens tiradas dentro do estádio. Em tempos de mercantilização acentuada do futebol, não é de se estranhar esse afã da FIFA em proteger seus parceiros. A própria Lei Geral da Copa foi elaborada visando à proteção e exploração comercial relacionada aos eventos por ela promovidos no Brasil.

Neste contexto, um ataque terrorista teria sido não “apenas” um desastre humanitário, mas, também, mercadológico. Por conta disso, ao medo de atos de hooliganismo na Copa, adicionou-se o medo de ações terroristas. Segundo Schimmel (2013), na era pós-11 de setembro, a alegação permanente de fontes governamentais (sobretudo, norte-americanas) de que “tudo mudou” serve para nos recordar constantemente de nossa vulnerabilidade contínua e que um megaevento esportivo é um alvo-potencial (SCHIMMEL, 2013).

Entre outras coisas, o “discurso do medo” tem servido para legitimar um modelo panóptico de estádio (FOUCAULT, 1975/2013), no qual os torcedores são, cada vez mais, individualizados, inspecionados e permanentemente vigiados. Esse discurso não só tem sido muito funcional para a disciplinarização da prática do torcer, mas, também, para a consolidação de uma arquitetura da exclusão (CAMPOS, 2014), revestida com o manto da modernização. As reformas do Maracanã são ilustrativas: na final do Campeonato Brasileiro de 1992, cerca de meia hora antes de o jogo começar, em virtude da precariedade das dependências do estádio, da superlotação e de uma briga numa torcida organizada do Flamengo, a grade de parte das arquibancadas do anel superior ruiu, o que fez com que dezenas de torcedores despencassem de metros de altura, caindo sobre os situados no andar de baixo, deixando diversos feridos e três mortos. Assim como ocorrera depois de *Hillsborough*, esse evento levou a uma profunda reflexão por parte das autoridades públicas e das entidades representativas do esporte, que deram início a uma série de reformas no estádio. Entre elas, fechou-se seu mais emblemático setor – a geral –, sob o argumento de que lá, desde a década de 1980, ocorria o fenômeno do “arrastão”¹⁸. No entanto, devido à sua enorme popularidade, a geral foi posteriormente reaberta por alguns anos (HOLLANDA, 2014).

Tempos depois, em 2000, o Maracanã, juntamente com o Morumbi, viria a sediar o primeiro Campeonato Mundial Interclubes da FIFA. Para receber o evento, o primeiro teve de passar por uma grande reforma, que incluiu cobrir a arquibancada e a geral com assentos, bem

18 “Este consistia em uma onda de homens que, em meio à multidão, passava correndo e roubava os demais, com a abertura de um ‘clarão’ no setor, sem que a polícia conseguisse intervir” (HOLLANDA, 2014, p. 339-340).

como dividir a primeira em cinco subsetores, com hierarquia de preços. Com isto, as autoridades acreditavam impedir os deslocamentos dos torcedores briguentos. “Com efeito, a decisão não deixou de ter uma consequência perversa: progressivamente controlada dentro do estádio, a briga migrou para fora dele” (HOLLANDA, 2014, p. 340), tornando o problema da violência mais caótico e descontrolado do que antes.

Anos mais tarde, em função da Copa das Confederações de 2013 e da Copa do Mundo de 2014, o Maracanã passou novamente por uma imensa transformação. Entre outras coisas, eliminou-se o vão entre os dois patamares do estádio, o que reduziu, ainda mais, sua capacidade. Esta redução tornou os assentos um recurso mais escasso, elevando o preço dos ingressos. Aumento que também foi registrado em outros estádios brasileiros. Prova disto é que, segundo pesquisa realizada pela Pluri Consultoria, publicada no site da Universidade do Futebol (www.universidadedofutebol.com.br), o preço médio dos ingressos mais baratos praticados pelos clubes que disputaram a Série A do Campeonato Brasileiro de 2012 subiu 300% em relação aos 10 anos anteriores¹⁹ – inclusive, em termos proporcionais à capacidade de consumo da população, tal preço era o mais caro das 16 ligas mais importantes de futebol daquele ano.

Ainda que o argumento oficial para esse aumento seja o de que ele é necessário para colocar as finanças dos clubes em ordem, ele possui ainda o objetivo tácito de excluir os extratos mais baixos da população (HOLLANDA, 2014). Afinal, para ser atrativo para um mercado consumidor (endinheirado), o produto “estádio de futebol” não apenas tem de possuir diversas áreas exclusivas – e excludentes, consequentemente –, mas, também, de afastar os “indesejados”, aqueles que são estigmatizados e acusados como os principais responsáveis pelos atos de vandalismo e de desordem nos estádios, ou seja, as torcidas organizadas – onde se encontram milhares de jovens oriundos das classes populares.

Não à toa, de acordo com Campos (2014, p. 358), “a segurança que se pronuncia é a segurança para o consumo, e a constituição de lugares seguros para o consumo”, ou seja, o que parece querer se proteger é, conforme já foi sugerido, o próprio negócio. Assim, segue o autor, em

19 Período em que a inflação (medida pelo IPCA-IBGE) foi de 73%, a cesta básica subiu 84% e o salário mínimo aumentou 183%.

nome do conforto e da segurança, tem-se realizado uma verdadeira higienização social do futebol. Em última instância, trocaram-se “[...] os pontos cegos dos estádios – aqueles lugares dos quais a visão de determinadas partes do campo é prejudicada ou impossibilitada – por pontos cegos sociais – segmentos da sociedade que não mais devem ser vistos entre os torcedores” (p. 358-359).

Neste contexto de elitização do futebol, assistimos a uma tentativa deliberada de se transformar a atividade de torcer em uma experiência similar à produzida em espaços sociais tipicamente burgueses – como as casas de ópera (GIULIANOTTI, 2002). Hoje em dia, o torcedor ideal é aquele que acompanha o futebol de forma passiva e distanciada, “[...] mais preocupado com o aplauso e com a fruição estética das jogadas de efeito do que com a emulação da vitória, quesito gerador, como se supõe, de rixas e dissensões” (HOLLANDA, 2014, p. 344). Mais concretamente, o torcedor ideal é o torcedor dócil: aquele que tem seu comportamento esquadrinhado e explicado através do marketing, a fim de que seja transformado em um corpo útil. “Um corpo que, quanto mais obediente, mais útil é. E quanto mais útil, mais obediente é” (REIS; LOPES; MARTINS, 2014, p. 256, tradução nossa).

Esta tentativa de aburguesamento dos eventos futebolísticos refletiu-se no (e foi reforçada pelo) Código de Conduta. Afinal, além de ter proibido que os torcedores ficassem de pé nos assentos, tal código proibiu que eles levassem aos estádios guarda-chuvas longos ou guarda-sóis, fogos de artifício, sinalizadores, rolos de papel, megafones, instrumentos musicais, bombas de fumaça, mastros de bandeiras que excedessem 1 metro de comprimento e 1 centímetro de diâmetro e cartazes ou bandeiras maiores do que 2m x 1,5m. Isto é, ele limitou significativamente a festa nas arquibancadas, desconsiderando uma cultura popular de torcer.

Além de ter desconsiderado essa cultura, podemos questionar a eficácia do Código de Conduta. Conforme foi publicado na época, um torcedor inglês, por exemplo, teve parte da orelha esquerda arrancada ao receber uma mordida de outro torcedor, no jogo do seu país contra o Uruguai. Aqui, é importante recordar que qualquer objeto pode ser transformado em arma numa partida de futebol – inclusive, o nosso próprio corpo. Em *Crónicas del aguante*, o sociólogo Pablo Alabarces (2012, p. 132, tradução nossa) é enfático sobre a inutilidade de mui-

tas proibições: “se deve acabar também com as proibições ridículas de bumbos e bandeiras por medo do que elas ocultam. O desaparecimento de bumbos e bandeiras não tem efeito, tampouco a possibilidade de levar maconha na bandeira serviria para acabar com ela nos campos”.

Essas proibições, assim como o aburguesamento dos eventos de futebol de uma forma geral, têm, no entanto, mobilizado manifestações de resistência. Esta pode ser vista, por exemplo, no movimento contra o chamado “futebol moderno” (*Against Modern Football*), levado a cabo, não sem ambiguidades, pelos grupos ultras da Europa (HOLLANDA, 2014). Movimento que, lentamente, começa a ganhar força nas torcidas organizadas brasileiras e nos movimentos populares de torcedores – que, inspirados nas *barras* argentinas, pretendem inaugurar um “novo conceito de torcida” no Brasil (TEIXEIRA, 2013). Inclusive, a pressão exercida por alguns grupos parece ter surtido efeito – tanto é que alguns estádios recentemente reformados ou construídos no país mantiveram um setor sem assento (como são os casos dos estádios do Corinthians, Grêmio e Atlético Paranaense).

Apesar dessa (pequena) concessão, o estádio idealizado por autoridades públicas e dirigentes esportivos ainda é um estádio fortemente administrado, que se assemelha à figura arquitetônica do panóptico (BENTHAM, 1791/2008). Um estádio que une três ideais: o “estádio-casa de ópera”, o “estádio-prisão” e o “estádio-*shopping center*”.

As semelhanças com uma casa de ópera residem no fato de que o futebol é visto como um espetáculo para ser olhado, em que os torcedores devem permanecer sentados, sem interagirem entre si. Por sua vez, as semelhanças com uma prisão residem no fato de que o torcedor é visto com suspeita, como um criminoso potencial, que deve ser isolado, individualizado e permanentemente vigiado. E, finalmente, as semelhanças com um *shopping center* residem no fato de que o espetáculo futebolístico deve ser um espaço de oferta de produtos e serviços, onde o torcedor é permanentemente estimulado a consumir (REIS; LOPES; MARTINS, 2014, p. 258, tradução nossa).

De certa forma, esses três ideais de estádios sintetizam os dois processos que buscamos analisar: o de mercantilização e o de militariza-

ção dos eventos de futebol. Processos que se alimentam e se reforçam mutuamente, levando, frequentemente, à exclusão dos torcedores menos favorecidos e à adoção de um modelo burguês de torcer, que busca impedir a formação de massas compactas e fervilhantes.

3) Considerações finais

Para finalizar, gostaríamos de destacar que, embora reconheçamos que o futebol precise ser economicamente viável e que os estádios não possam, de forma alguma, deixar de lado a segurança dos torcedores, consideramos ser necessário (e urgente) conciliar essas duas demandas com aquelas por um futebol mais inclusivo, festivo e popular. No entanto, como exatamente encontrar um equilíbrio entre todas essas demandas, isto ainda é uma pergunta em aberto. Trata-se, portanto, de um enorme desafio que temos pela frente. Desafio que deve, necessariamente, ser enfrentado de forma coletiva e democrática – o que pressupõe incluir todos os atores do universo do futebol (principalmente, o torcedor) nas tomadas de decisão sobre seus rumos. Disto, definitivamente, não deveríamos abrir mão!

Referências Bibliográficas

ALABARCES, P. *Crónicas del aguante: fútbol, violencia y política*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2012.

BENTHAM, J. *O panóptico*. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2007.

BRASIL. *Lei nº 12.299*, de 27 de julho de 2010. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12299.htm>. Acesso em: 12 abr. 2011.

CAMPOS, F. Arquitetura da exclusão: apontamentos para a inquietação com o conforto. In: CAMPOS, F.; ALFONSI, D. (Org.). *Futebol objeto*. São Paulo: Leya, 2014.

DAMO, A. S. Produção e consumo de megaeventos esportivos – apontamentos em perspec-

tiva antropológica. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 8, n. 21, 2011.

DUNNING, E. *Sociologia do esporte e os processos civilizatórios*. São Paulo: Annablume, 2014.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

_____. *Sociedade de Corte*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

ESCUDEIRO. A discussão sobre o preço dos ingressos na Inglaterra vai esquentar. *Trivela*. 15 out. 2014. Disponível em: <http://trivela.uol.com.br/discussao-sobre-o-preco-dos-ingressos-na-inglaterra-vai-esquentar/>. Acesso em: 04 nov. 2014.

FOUCAULT, M. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 41ª ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

FRANCO JÚNIOR, H. *A dança dos deuses: futebol, sociedade, cultura*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GABRIEL, M. 20 years of KOS 20 years of advice, dialogue and networking. In: GABRIEL, M. et al, editores. *Fan work 2.0: future challenges for the pedagogical work with football fans*. Frankfurt; Main: Imprenta, Obertshausen, 2013.

GARLAND, D. *A cultura do controle: crime e ordem social na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: Revan, 2008.

GIULIANOTTI, R. *Sociologia do futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

HOLLANDA, B. B. O fim do Estádio-nação? Notas sobre a construção e remodelagem do Maracanã para a Copa de 2014. In: CAMPOS, F.; ALFONSI, D. (Org.). *Futebol objeto*. São Paulo: Leya, 2014.

LEISTER FILHO, A. “Preço do ingresso na Inglaterra sobe mais do que o triplo da inflação”. 15 Out. 2014. Disponível em: http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/preco-do-ingresso-na-inglaterra-sobe-mais-que-o-triplo-da-inflacao_27284.html. Acesso em: 15 out. 2014.

LOBO, F. “Governo inglês aceita discutir permissão setores para torcer de pé, e isso significa muito”. 07 Fev. 2014. Disponível em: <http://trivela.uol.com.br/governo-ingles-aceita-discutir-permissao-setores-para-torcer-de-pe-e-isso-significa-muito/>. Acesso em: 22 nov. 2014.

LOPES, F. T. P. *Discursos sobre violência envolvendo torcedores de futebol: ideologia e crítica na construção de um problema social*. 2012. Tese (Doutorado) – Curso de Psicologia, Instituto de Psicologia, USP, São Paulo, 2012.

MARQUES, J. C. A “criança difícil” do século – algumas configurações do esporte no velho e no novo milênio. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v.8, n. 21, 2011.

REIS, H. H. B. dos. *Futebol e Violência*. Campinas: Armazem do Ipê, 2006.

REIS, H. H. B.; LOPES, F. T. P.; MARTINS, M. Z. “Situação Brasileira em Evidência”. In: CARRIÒN, F. RODRÌGUEZ, M. J. (Coord.) *Luchas urbanas alrededor del fútbol*. Equador, 5 Avenida Editores, 2014.

SCHIMMEL, K. *Os grandes eventos esportivos: desafios e perspectivas*. Belo Horizonte: Casa da Educação Física/CEAv-Unicamp, 2003.

TEIXEIRA, R. C. Futebol, emoção e sociabilidade: narrativas de fundadores e lideranças dos movimentos populares de torcedores no Rio de Janeiro. *Esporte e Sociedade*. Ano 8, n. 21, 2013.

TREJO, F. S. M.; MURZI, D. Alternativas europeas comparadas de gestión de la seguridad y la violencia en los estadios de fútbol: tres enfoques y aplicaciones diferentes. ¿Qué se puede aprender? In: ZUCAL, J. G. *Violencia en el fútbol: investigaciones sociales y fracasos políticos*. Buenos Aires: EGodot Argentina, 2013, p. 267-296

TSOUKALA, A. Administrar a violência nos estádios da Europa: quais racionalidades? In: HOLLANDA, BB, REIS, HHB, organizadores. *Hooliganismo e Copa de 2014*. Rio de Janeiro: 7 Letras; 2014, p. 21-36.

A LEI GERAL DA COPA E SEUS DESDOBRAMENTOS JURÍDICOS

CARLO JOSÉ NAPOLITANO¹; BÁRBARA BRESSAN BELAN²

Introdução

249

O presente artigo decorre de pesquisa em andamento³ e tem por objetivo analisar as questões jurídicas relacionadas à lei 12.663 (que ficou conhecida como a Lei Geral da Copa), promulgada em 5 de junho de 2012 e que disciplinou medidas relativas à Copa das Confederações de 2013, à Copa do Mundo de 2014 e à Jornada Mundial da Juventude, realizada no Rio de Janeiro em 2013.

-
- 1 Doutor em Sociologia pela Faculdade de Ciências e Letras da UNESP/Araraquara, Mestre em Direito pelo Centro de Pós-Graduação da Instituição Toledo de Ensino (ITE) e graduado em Direito e Economia pela ITE. Docente do Departamento de Ciências Humanas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da UNESP/Bauru.
 - 2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Bauru. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela mesma instituição.
 - 3 Trata-se da pesquisa “Liberdade de expressão nos eventos esportivos: representações da mídia impressa” desenvolvida por Bárbara Bressan Belan no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Bauru, com orientação do Prof. Carlo José Napolitano.

Desde a apresentação na Câmara dos Deputados do Projeto de Lei n. 2330/11, que resultou na Lei Geral da Copa, a proposta do executivo federal foi objeto de polêmicas e controvérsias jurídicas. Eram tantas as divergências que inclusive foram propostas duas Ações Diretas de Inconstitucionalidade em relação a pontos específicos da lei junto ao Supremo Tribunal Federal.

Tendo em vista essas divergências e controvérsias, o presente trabalho visa analisar os desdobramentos jurídicos da lei, tanto nas fases de elaboração quanto na fase de execução. Trata-se o presente artigo de pesquisa eminentemente documental, tendo sido analisadas a própria Lei Geral da Copa, a tramitação do projeto de lei no Congresso Nacional e as duas Ações Diretas de Inconstitucionalidade que questionaram dispositivos da referida lei.

Para tanto, o trabalho está assim estruturado: apresentação da lei e seus principais aspectos jurídicos; tramitação do projeto de lei no Congresso Nacional e sanção presidencial; análise das Ações Diretas de Inconstitucionalidade; e, por fim, apresentação de alguns apontamentos em sede de conclusão.

Principais aspectos jurídicos da Lei Geral da Copa

A lei 12.663/12 (BRASIL, 2012b) está estruturada em 10 capítulos, com os seguintes títulos: capítulo I, disposições preliminares; capítulo II, da proteção e exploração de direitos comerciais, capítulo subdividido em quatro seções que tratam da proteção especial aos direitos de propriedade industrial, das áreas de restrição comercial e vias de acesso, da captação de imagens ou sons, radiodifusão, do acesso aos locais oficiais de competição e, por fim, das sanções civis; capítulo III regulamenta a concessão de vistos de entrada e permissões de trabalho; capítulo IV, da responsabilidade civil; capítulo V, da venda de ingressos; capítulo VI, das condições de acesso e permanência nos locais de competição; capítulo VII, das companhias sociais nas competições; capítulo VIII, das disposições penais; capítulo IX, das disposições permanentes; e capítulo X, das disposições finais.

No capítulo I, a lei trata especificamente de algumas definições conceituais relacionadas aos eventos que regulamenta. Algumas dessas definições merecem destaque, como as definições de partida e de ingresso, conceituadas respectivamente como “jogo de futebol realizado como parte das Competições” e “documento ou produtos emitidos pela FIFA (Fédération Internationale de Football Association) que possibilitam o ingresso em um Evento, inclusive pacotes de hospitalidade e similares”. O que chama a atenção neste capítulo é que usualmente as leis não servem para definir conceitos. A definição dos conceitos é tarefa dos teóricos do direito e não dos legisladores, no entanto, essa prática tem sido comum na elaboração de leis em nosso país. No capítulo II, por sua vez, diversas disposições da lei geraram controvérsias jurídicas ou pelo menos foram objeto de polêmicas e comentários nos meios de comunicação. Destacaremos um ponto controvertido em cada uma das seções desse capítulo.

Na seção I a grande controvérsia foi a possibilidade atribuída pela lei de tratamento especial para o registro das marcas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e a isenção de pagamento desses serviços. É sabido que qualquer pessoa física ou jurídica que deseja fazer um registro de marca no INPI encontra enormes dificuldades com os trâmites burocráticos para a efetivação desses registros – alguns casos demorando anos para a concessão. O tratamento especial fere o princípio da igualdade previsto no artigo 5º da Constituição Federal (CF). Ademais, isentar a FIFA dos pagamentos das taxas referentes aos procedimentos de registros também afronta o princípio da igualdade tributária, conforme artigo 150, II, da CF.

A seção II estabelece áreas de restrições comerciais próximas aos locais dos eventos e a previsão de exclusividade da FIFA da divulgação, publicidade, realização de propagandas e vendas relacionadas aos eventos futebolísticos, delimitando um perímetro de 2 (dois) quilômetros dos locais de eventos. Estas regras implicariam na proibição de organização de eventos além daqueles organizados pela própria FIFA e da venda e publicidade de produtos não licenciados pela entidade no perímetro indicado. Um dos eventos mais famosos relacionados à Copa do Mundo é o Alzirão, realizado em todas as edições das copas na cidade do Rio de Janeiro. Em 2014 a FIFA proibiu esse tradicional

evento carioca de utilizar os termos “Copa 2014” e “Brasil 2014”, nomes registrados pela FIFA.

Em relação à seção III, há a regulamentação da titularidade exclusiva da FIFA para a captação de imagens e sons dos eventos, sendo a FIFA obrigada a disponibilizar flagrantes de imagens, limitando-se a 3% (três por cento) do tempo das partidas. Regra similar já era prevista na legislação brasileira.

A seção VI estabelece a obrigação de indenização à FIFA em caso de desrespeito às regras indicadas nas seções anteriores, em especial, aquelas relacionadas às práticas de publicidade, propaganda e venda de produtos no perímetro estabelecido pela lei.

O capítulo III, que trata da concessão de vistos e permissões de trabalho, estabelece prioridade na tramitação e isenção de taxas para estes fins, fato que também configura uma afronta ao princípio da igualdade e da igualdade tributária, referidos acima.

Uma das principais controvérsias jurídicas da Lei Geral da Copa está no capítulo IV, que, dentre outras disposições, atribui responsabilidade à União pelos danos causados à FIFA, quer por ação ou omissão. Esse dispositivo foi questionado junto ao Supremo Tribunal Federal (STF), pela Procuradoria-Geral da República, na Ação Direta de Inconstitucionalidade – ADI 4.976, que será apresentada logo abaixo.

O capítulo V define a regulamentação da venda de ingressos. A grande questão jurídica deste capítulo reside na possibilidade de a própria FIFA definir os critérios para cancelamento, devolução e reembolso dos ingressos. Esse dispositivo outorgou à FIFA poderes regulamentares em matéria de consumo, contrariando o texto constitucional. Ademais, determinar que a entidade é a responsável pela definição dos critérios de reembolso de ingressos afronta também disposições do Código de Defesa do Consumidor.

Outra questão controversa e que chegou até o STF está prevista no capítulo VI, que dispõe sobre as condições de acesso e permanência nos locais de competição, em especial, as condições, que em tese, limitavam o exercício da liberdade de expressão. Essas controvérsias jurídicas serão analisadas quando da análise da ADI n. 5136, proposta pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB).

O capítulo VII dispõe sobre as campanhas sociais nas competições, estabelecendo que o poder público poderia tomar providências visan-

do à celebração de convênios com a FIFA para, durante os eventos, divulgar algumas campanhas sociais. Uma das campanhas divulgadas no evento de 2014 foi o projeto “Andar de Novo”, do cientista brasileiro Miguel Nicolelis, divulgado na abertura do torneio de futebol.

Em relação ao capítulo VIII, que trata das disposições penais, chama atenção a inovação jurídica de criminalizar o marketing de emboscada.

O capítulo IX talvez tenha sido o que mais gerou polêmica, tanto que foi também objeto da ADI 4976 junto ao STF. Este capítulo disciplinou a concessão de prêmios e auxílios para os jogadores campeões mundiais em 1958, 1962 e 1970, conforme será visto abaixo.

O capítulo das disposições finais (capítulo X) também teve repercussões jurídicas, em especial, as previsões dos artigos 52 e 53, que tratavam respectivamente da possibilidade de conciliação das controvérsias envolvendo a União e a FIFA e da isenção de custas judiciais dos processos judiciais eventualmente ajuizados pela FIFA.

A possibilidade de conciliação inverte toda a lógica do direito público que trata o interesse público como indisponível. Este artigo da lei inova o mundo jurídico brasileiro, tornando o interesse coletivo relacionado aos eventos FIFA em uma espécie de direito privado que pode ser transacionado.

Em relação ao artigo 53, as regras ali contidas serão analisadas logo abaixo, juntamente com a ADI 4976.

Feito esse breve relato, passa-se para a análise da tramitação do projeto de lei junto ao Congresso Nacional até a sanção presidencial.

Tramitação do projeto de lei no Congresso Nacional e a sanção presidencial.

O Projeto de Lei n. 2.330, de 2011 (BRASIL, 2011), que visava regulamentar as medidas relativas à Copa das Confederações FIFA de 2013 e à Copa do Mundo FIFA de 2014, foi apresentado à Câmara dos Deputados no dia 19 de setembro de 2011, por meio da mensagem nº 389, da Presidente da República Dilma Rousseff. O projeto estava acompanhado de uma exposição de motivos assinada pelo Advogado-Geral

da União e pelos ministros do Esporte; Relações Exteriores; Trabalho e Emprego; Justiça; Fazenda; Desenvolvimento; Indústria e Comércio; Comunicações; Cultura; e Planejamento.

Devido à importância do tema e da urgência para a sua aprovação, considerando a iminência da realização dos eventos, foi criada no dia 3 de outubro de 2011, na Câmara dos Deputados, uma Comissão Especial para o exame de admissibilidade e mérito da proposta. Como relator da referida comissão, no dia 11 de outubro, foi indicado o deputado Vicente Cândido, do Partido dos Trabalhadores (PT), partido governista. A ele ficou atribuída a responsabilidade de relatar o andamento das ações e decisões da Comissão Especial.

A partir da análise do parecer do relator (BRASIL, 2012), aprovado pela comissão no dia 28 de fevereiro de 2012, é possível perceber que a Comissão deu mais importância a alguns temas do que a outros. De início nota-se que a discussão sobre o marketing exclusivo de marcas oficiais da FIFA tomou grande parte do tempo dos deputados.

Outro capítulo bastante discutido pelos parlamentares foi a regra que trata da responsabilidade civil da União em relação a danos relacionados à realização das competições. Ainda segundo o relator, a Comissão Especial trabalhou de maneira participativa e flexível. Dessa forma, com o intuito de recolher contribuições para o aperfeiçoamento da proposta, foram realizadas audiências públicas na Câmara dos Deputados e seminários regionais em quatro cidades-sede, de diferentes regiões. Além disso, os membros da própria comissão especial enviaram sugestões ao relator, o qual fez questão de afirmar que elas foram cuidadosamente analisadas e aproveitadas na medida do possível. A seguir listam-se as audiências públicas realizadas:

- 1) Audiência pública de 25 de outubro de 2011, com o então ministro de Estado do Esporte, Sr. Orlando Silva.
- 2) Audiência pública de 27 de outubro de 2011, com o presidente da União Nacional dos Estudantes (UNE), Sr. Daniel Iliescu. Foram também convidados representantes do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, e do Conselho Nacional dos Idosos, que justificaram suas ausências.

- 3) Audiência pública de 1º de novembro de 2011, com o Sr. Guilherme Rosa Varella, advogado, representante do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC); o Sr. Vinícius Marques de Carvalho, Secretário de Direito Econômico do Ministério da Justiça, representando a diretora do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor/MJ; a Sra. Maria Inês Dolci, Coordenadora da Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PROTESTE); do Sr. Hélio Meirelles, representante do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).
- 4) Audiência pública de 8 de novembro de 2011, com o Sr. Ricardo Teixeira, Presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), e o Sr. Jérôme Valcke, Secretário-Geral da FIFA.
- 5) Audiência pública de 29 de novembro de 2011, com o Sr. José Ricardo Botelho, Secretário Extraordinário para Segurança de Grandes Eventos, do Ministério da Justiça, representando o respectivo ministro de Estado; e o Sr. Hélio Meirelles, assessor e representante da presidência do INPI.
- 6) Seminários regionais nos seguintes Estados e datas: em 10 de novembro de 2011, na Câmara Municipal de Salvador, Bahia; em 18 de novembro de 2011, na Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul; em 28 de novembro de 2011, na Assembléia Legislativa do Estado do Amazonas; em 01/12/2011, na Assembléia Legislativa do Estado de São Paulo.

A partir da análise das proposições, das sugestões enviadas pelos parlamentares e das formulações apresentadas nas audiências públicas e seminários realizados, o relator propôs um substitutivo, de forma a alterar e acrescentar algumas questões já descritas no projeto enviado pelo executivo. Do projeto inicial, o deputado Vicente Cândido destacou apenas duas questões importantes que deveriam ser analisadas quanto ao seu impacto nas finanças públicas. A primeira foi a isenção de pagamentos ao INPI e a concessão dos vistos de entrada no país. No entanto, essas benesses foram mantidas, conforme já visto.

Ainda na questão dos vistos, a Comissão alterou a redação inicial do projeto, substituindo-se a expressão “serão concedidos” por “deverão ser concedidos”. Essa substituição teve a intenção de evitar futuras demandas sobre a obrigação do Brasil de conceder vistos de entrada,

sem qualquer critério de seleção, durante o período da Copa das Confederações e da Copa do Mundo.

Outra questão bastante discutida foi a que trata da criação de zonas de exclusividade de locais para comércio e exposição de marcas e produtos indicados pela FIFA no perímetro estabelecido, pois essa regra poderia ofender o princípio da livre iniciativa, previsto na constituição federal no artigo 170. Dessa forma, foi proposto fixar uma ressalva no dispositivo de modo a garantir o direito daqueles que estiverem previamente estabelecidos no interior da zona de exclusividade de livremente funcionarem durante os eventos relacionados à Copa do Mundo, o que de fato foi feito. Para o relator, os demais dispositivos do projeto não continham vícios materiais, sendo, portanto, todos constitucionais. Ele ainda frisa que “o evento ‘Copa do Mundo’ possui especificidades que o distinguem de outros eventos desportivos realizados no país, o que por si só possibilita o afastamento de normas constantes da legislação pátria, como o Estatuto do Torcedor, por serem incompatíveis com o evento”. (BRASIL, 2012, p. 9)

Da análise da tramitação do projeto verifica-se ainda que ao projeto inicial foram apensados o **PL nº 1.273/2011, de autoria do deputado Cleber Verde (PRB)** e o **PL nº 7722/2011, de autoria do deputado Felipe Bournier (PSD)**, **que dispunham sobre** período de férias escolares no ano de 2014 e sobre a definição de feriados nos dias em que haveria jogos da Seleção Brasileira.

Finalizados os trabalhos da referida comissão com a aprovação do relatório do deputado Vicente Candido, no dia 7 de março de 2012 o Projeto de Lei foi encaminhado ao plenário, juntamente com um requerimento de urgência assinado pelas lideranças dos seguintes partidos PT, PMDB, PSB, PTB, PCdoB, PSD, PR, PTdoB, PRP, PHS, PTC, PSL, PRTB, PP, PDT, PV, PPS, além da liderança da minoria na Câmara dos Deputados. O requerimento de urgência foi aprovado, e nos dias 21 e 28 de março foi realizada uma discussão em turno único no plenário. Houve três requerimentos para a retirada da pauta de votação do projeto em questão, por inconstitucionalidade. Após discussão, votou-se pela continuação do projeto. No mesmo dia 28 foi realizada a votação em turno único para aprovação do substitutivo. Após a votação em separado de algumas emendas de plenário, subemendas e do Capítulo IV – Da Responsabilidade Civil – foi aprovada a redação final

do substitutivo assinada pelo deputado Vicente Candido. No dia 30 de março de 2012, o texto foi encaminhado para o Senado Federal.

No dia 2 de abril de 2012, o projeto de lei foi protocolado no Senado Federal (BRASIL, 2012c) – identificado como Projeto de Lei da Câmara – PLC n. 10, de 2012. No mesmo dia foi aprovado o requerimento da senadora Ana Amélia, do Partido Progressista (PP), partido da base governista, propondo a realização de audiência pública. Não só o requerimento foi aprovado, como no dia seguinte a própria senadora Ana Amélia foi escolhida como relatora da Comissão de Educação, Cultura e Esporte, a qual ficou responsável por debater o projeto de lei no Senado Federal.

A Comissão realizou duas audiências públicas para discutir o projeto. A primeira foi realizada no dia 10 de abril de 2012 com a presença do ministro de Estado do Esporte, Sr. Aldo Rebelo, atendendo aos requerimentos de autoria da senadora Ana Amélia, e do senador Cássio Cunha Lima (PSDB). A segunda audiência pública foi realizada no dia 2 de maio de 2012 com presença dos seguintes convidados: José Antonio Baeta de Melo Cançado, Procurador de Justiça de Minas Gerais e Presidente da Comissão Nacional de Prevenção e Combate à Violência nos Estádios; e do General de Divisão Rubem Peixoto Alexandre, Secretário Adjunto da Secretaria de Acompanhamento e Estudos Institucionais do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República.

Durante os trabalhos da Comissão Educação, Cultura e Esporte, sete emendas foram apresentadas – duas de autoria do senador Paulo Bauer (PSDB), duas de autoria do senador Cristovam Buarque (PDT), e três de autoria do senador Cyro Miranda (PSDB).

Sobre as emendas apresentadas por Paulo Bauer, uma delas foi apenas de caráter prático: tratava-se de emenda de redação. A outra emenda tratava de um assunto que foi amplamente discutido durante todo o processo de tramitação do projeto de lei em questão: o consumo de bebidas alcoólicas dentro dos estádios. Para o senador Paulo Bauer, seria importante manter a vedação da distribuição e do consumo de bebidas nas competições. Para isso sugeriu que se acrescentasse uma nova regra no PLC, deixando clara a proibição do porte, venda ou distribuição de bebidas alcoólicas e de substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar

ou possibilitar a prática de atos de violência nos estádios e dentro do limite das áreas de exclusividade da FIFA.

A importância da discussão acerca do tema da distribuição de bebidas alcoólicas aparece novamente na emenda sugerida pelo senador Cristovam Buarque. Ele também sugeriu a alteração da regra para que não houvesse qualquer dúvida ou relaxamento sobre a proibição das vendas e consumo das bebidas nos estádios. A outra emenda proposta pelo senador visava definir um percentual mínimo de ingressos a serem distribuídos gratuitamente a estudantes de escolas públicas das cidades em que ocorressem as partidas, de forma a garantir que todos tivessem acesso aos jogos.

Por último, as propostas de emenda do senador Cyro Miranda abordaram dois temas. As duas primeiras emendas eram sobre a venda de ingressos. Uma garantia o acesso de pessoas com deficiência aos estádios, enquanto a outra tratava de um possível reembolso da compra dos ingressos. Ele salienta que a redação antiga feria o Código de Defesa do Consumidor, já que estava vedado qualquer cancelamento, devolução ou reembolso de ingressos. Já a última proposta de emenda do senador referia-se à concessão de prêmio e de auxílio especial mensal aos jogadores das seleções campeãs do mundo de 1958, 1962 e 1970. Ele sugeriu suprimir essas regras do PLC, já que a aprovação do benefício iria causar um impacto direto no orçamento e nas finanças da União.

Da mesma forma que na Câmara dos Deputados, no Senado foi feito um requerimento, de autoria do senador Eduardo Braga (PMDB), da base governista, de urgência para a tramitação do projeto, o qual foi aprovado. Na apresentação do projeto de lei no plenário do Senado, a relatora Ana Amélia se mostrou pouco otimista em relação às alterações propostas. Ela frisou que o dilema mais fundamental foi a escolha entre proibir a bebida alcoólica nos estádios brasileiros, ou respeitar um contrato internacional que tem forte implicação não só no campo esportivo, mas também no campo econômico e jurídico. Segundo ela, ao garantir a realização da Copa no Brasil, o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva assumiu compromissos com a FIFA em carta datada de 15 de junho de 2007. Esse contrato previa desde a isenção total de impostos para a FIFA até a venda de bebidas alcoólicas dentro dos estádios. Para a senadora, o que se viu novamente foi a limitação da liberdade do legislativo pelo executivo. Portanto, apesar dos inúmer-

ros pedidos para que a matéria fosse alterada e das várias discussões acerca do tema, foi necessário manter a redação dada pela Câmara dos Deputados na questão das bebidas.

A maioria das alterações feitas no Senado Federal foram emendas de redação, com exceção do acréscimo de que todas as medidas relativas para a Copa das Confederações de 2013 e Copa do Mundo de 2014 também seriam aplicadas para a Jornada Mundial da Juventude de 2013, realizada na cidade do Rio de Janeiro, sendo o projeto aprovado no dia 9 de maio de 2012 e encaminhado para apreciação presidencial. É importante ressaltar que apenas o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), representado pelo senador Randolfe Rodrigues, registrou voto contrário ao texto final da Lei Geral da Copa no plenário do Senado Federal.

No dia 5 de junho de 2012 o projeto de lei foi sancionado pela Presidência da República, transformando o projeto na lei 12.663/12. Observe-se que a presidência, através da mensagem nº 243, de mesma data, vetou alguns dispositivos do projeto de lei, dentre eles a que reservava dez por cento dos ingressos dos jogos do Brasil para a categoria mais barata de ingresso. De acordo com as razões do veto, seria viável definir previamente quais partidas estariam sujeitas a essa condição, pois não se poderia prever o chaveamento das partidas futuras após a realização da fase de grupos.

Verifica-se com o que foi exposto que a tramitação do projeto de lei deu-se “a toque de caixa”, tendo sido aprovado em menos de 10 meses, o que não é usual no processo de elaboração de leis no Brasil. Verifica-se ainda uma força tarefa da bancada governista na tramitação do projeto, seja pela criação da comissão especial, seja pelos pedidos de urgência.

Análise das Ações Diretas de Inconstitucionalidade propostas no Supremo Tribunal Federal

Conforme já mencionado, duas Ações Diretas de Inconstitucionalidade foram propostas no Supremo Tribunal Federal. Uma delas ajuizada pelo Procurador-Geral da República (ADI n. 4976), que questionava a constitucionalidade da atribuição da responsabilidade civil

da União perante a FIFA, da concessão de prêmios e auxílios aos jogadores campeões mundiais em 1958, 1962 e 1970 e da isenção de custas judiciais à FIFA. A outra (ADI 5136) fora proposta pelo Partido da Social Democracia Brasileira, que questionava a constitucionalidade de dispositivos da lei que hipoteticamente limitavam a liberdade de expressão do pensamento durante os eventos.

Metodologia para a análise das Ações Diretas de Inconstitucionalidade

A análise das Ações Diretas de Inconstitucionalidade teve por base o acórdão ⁴, o relatório e o voto do ministro relator do processo nas respectivas ações. Acórdão é um ato processual que exprime a decisão do plenário do Corte. A regra regimental é que o relator do processo faça o acórdão; contudo, se por acaso o relator for vencido na decisão, fica designado para elaborar o acórdão o primeiro ministro que proferiu voto divergente ao do relator e que prevaleceu na decisão final, mas este não foi o caso das duas ADIs analisadas.

Utilizou-se este recorte, pois, ao decidir as ações, apresentando relatório e voto, os ministros relatores foram acompanhados pela maioria dos colegas da Corte, e por isso é possível considerar que o STF decidiu em conformidade com os argumentos dos ministros relatores. Ademais, considera-se que o relator do processo exerce uma função privilegiada em relação aos demais membros julgadores, concentrando em suas mãos grandes poderes decisórios.

O ministro relator recebe o processo para a elaboração de seu relatório, que deverá necessariamente ser entregue aos demais ministros com antecedência ao julgamento, para que possam ter contato e ter conhecimento do processo que irão julgar. Após a apresentação do relatório, o ministro relator anuncia o seu voto e a sua manifestação decisória. No relatório, o ministro apresenta um resumo do processo, indicando as partes, qual a ação proposta, qual o pedido formulado,

4 Acórdão é uma derivação do verbo acordar, no significado de concordar. Como as decisões dos tribunais são colegiadas, os julgadores acordam, concordam, entram em acordo com uma determinada decisão, vindo daí a origem da palavra.

qual a alegação das partes, qual o fundamento apresentado etc. Os demais ministros, deste modo, terão uma visão do pedido formulado nas ADIs através dos olhos do ministro relator e poderão tomar as próprias decisões tendo por base justamente esse relatório.

Considerou-se ainda na análise dos julgamentos: quem foi o proponente da ação, qual o pedido feito na ação – a argumentação de confronto entre a lei questionada e o texto constitucional –, a época em que foi questionada a constitucionalidade da lei, quando a ação foi julgada e a efetiva decisão proferida pelo Supremo.

Ação Direta de Inconstitucionalidade 4976

Em relação à ADI 4976, ajuizada em 18 de junho de 2013, sustentou o Procurador Geral da República que a Lei Geral da Copa inova o mundo jurídico, contrariando a constituição federal, “ao adotar a teoria do risco integral”, impondo “à União a assunção da responsabilidade por danos que não foram causados por seus agentes” (BRASIL, 2014, p. 7), bem como ofende o princípio da igualdade ao estabelecer a concessão de prêmios e auxílio para os jogadores campeões mundiais e ao conceder isenção de custas garantidas à FIFA nos processos judiciais.

O Supremo Tribunal Federal, por maioria e nos termos do voto do ministro relator Ricardo Lewandowski, em 7 de maio de 2014, julgou improcedente a ação, vencido, parcialmente, o ministro Joaquim Barbosa, reconhecendo o STF, portanto, a constitucionalidade da lei nos seguintes termos:

Ementa: Ação direta de inconstitucionalidade. Arts. 23, 37 a 47 e 53 da lei 12.663/2012 (Lei Geral da Copa). Eventos da Copa das Confederações FIFA 2013 e da Copa do Mundo FIFA 2014. Assunção pela União, com sub-rogação de direitos, dos efeitos da responsabilidade civil perante a FIFA por danos em incidentes ou acidentes de segurança. Ofensa ao art. 37, § 6º, da CF, pela suposta adoção da teoria do risco integral. Inocorrência. Concessão de prêmio em dinheiro e de auxílio especial mensal aos jogadores campeões das Copas do Mundo FIFA de 1958, 1962 e 1970. Arts. 5º, *caput*, 19, III, e 195, § 5º, todos da CF.

Violação ao princípio da igualdade e ausência de indicação da fonte de custeio total. Alegações rejeitadas. Isenção concedida à FIFA e a seus representantes de custas e despesas processuais devidas aos órgãos do Poder Judiciário da União. Art. 150, II, da CF. Afronta à isonomia tributária. Inexistência. Ação julgada improcedente. (BRASIL, 2014, p. 1)

Em relação à responsabilidade civil, o relator do processo ponderou que na atual sistemática do direito constitucional brasileiro houve a adoção da teoria do risco administrativo, bastando para a responsabilização do poder público “a constatação do nexo de causalidade entre o dano e a ação estatal” (BRASIL, 2014, p. 13). Portanto, trata-se de responsabilidade objetiva, não havendo a necessidade de demonstração de culpa. No entanto, ressalta o relator que há no texto constitucional também a previsão do risco integral (arts. 21, XXIII, d; 225, 3º), sendo desnecessária “a demonstração do nexo causal entre o dano e a ação estatal”. (BRASIL, 2014, p. 15). Destacou o relator que “em situações especiais (...) pode o Estado ampliar a respectiva responsabilidade por danos decorrentes de sua ação ou omissão (...) inclusive por lei ordinária.” (BRASIL, 2014, p. 16). Em relação a essa excepcionalidade, o relator ressaltou os movimentos de protestos ocorridos em junho de 2013, e que causaram danos à propriedade pública e privada, como exemplos de “situações anormais, de difícil contenção” e que “podem ocorrer de forma totalmente imprevisível”. (BRASIL, 2014, p. 17). Conclui o raciocínio, declarando a constitucionalidade de regra, mencionando que o artigo 23 da LGC nada mais é do que uma garantia adicional, de natureza securitária “em favor de vítimas de danos incertos que podem emergir em razão dos eventos patrocinados pela FIFA.” (BRASIL, 2014, p. 21).

No que diz respeito ao prêmio e auxílio aos campeões mundiais de 1958, 1962 e 1970, a polêmica jurídica abordava uma eventual afronta ao princípio da igualdade, pois, de acordo com a Procuradoria Geral da República, não expressaria “nenhum valor, interesse público ou projeto de relevância social deduzível do texto constitucional.” (BRASIL, 2014, p. 25), não se justificando, portanto, a concessão dos benefícios. No entanto, o ministro Lewandowski, para fundamentar a sua decisão, observou em relação ao prêmio que

É escusado lembrar que, por mais que alguém, entre nós, seja indiferente ou mesmo refratário a tudo o que diga respeito ao futebol, a relação da sociedade brasileira com os mais variados aspectos desse esporte é estreita e singularíssima, estando ele definitivamente incorporado à cultura popular, seja na música, seja na literatura, seja no cinema, seja, enfim, nas artes em geral, fazendo-se presente, em especial, na maioria das grandes festas nacionais. (BRASIL, 2014, p. 26)

Acrescentou diante destes e de outros argumentos que a iniciativa do Congresso Nacional de premiar os jogadores encontra respaldo no texto constitucional tendo em vista a “incalculável visibilidade internacional positiva proporcionada por esse grupo específico e restrito de atletas.” (BRASIL, 2014, p. 26).

No que tange ao auxílio mensal previsto na lei para os campeões mundiais, o relator observou que inúmeras leis já foram elaboradas no mesmo sentido para atender alguma categoria profissional ou demandas sociais com repercussão nacional. Dentre outras, menciona a concessão de pensão para: os ex-combatentes da II Guerra Mundial e para às vítimas do acidente radioativo com o Césio 137, em Goiânia (GO). Relembra também algumas pensões outorgadas individualmente, como as concedidas para a viúva de Benedito Moreira Lopes, pioneiro do automobilismo no Brasil, e a viúva do poeta Carlos Drummond de Andrade (BRASIL, 2014).

Em relação à alegada inconstitucionalidade da isenção tributária concedida pela lei à FIFA no que se refere às custas judiciais, de acordo, com o relator, essa possibilidade de concessão de isenção teria sido amplamente analisada pela Corte, citando ele inúmeros julgados declarando a constitucionalidade de leis concessivas. O relator conclui a fundamentação do voto argumentando que

cuida-se de benefício fiscal concedido por um Estado soberano que, mediante uma política pública formulada pelo governo, buscou garantir a realização, em seu território, de eventos da maior expressão, quer nacional, quer internacional, o que torna legítimos os estímulos destinados a atrair o principal e indispensável parceiro envolvido, qual seja, a FIFA, de modo

a alcançar os benefícios econômicos e sociais pretendidos.
(BRASIL, 2014, p. 42)

Conforme já mencionado, em plenário a maioria dos ministros do Supremo seguiu o voto do relator, considerando e declarando constitucionais os dispositivos legais questionados pelo Procurador Geral da República.

Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 5136

A ADI 5136 foi ajuizada pelo PSDB, em 09 de junho de 2014, e sustentava que a Lei Geral da Copa, no artigo 23, “teria criado limitação à liberdade de expressão ‘para além daquelas reconhecidas pela Constituição e por tratados internacionais’”, bem como não poderia a referida lei “impor restrições à liberdade de expressão, além das já constitucionalmente previstas.” (BRASIL, 2014b, p. 5). O STF, em 01 de julho de 2014, por maioria de votos, vencidos os ministros Marco Aurélio e Joaquim Barbosa e nos termos do voto do relator ministro Gilmar Mendes, julgou improcedente a ação, declarando a lei constitucional, nos seguintes termos:

Ementa: Ação direta de inconstitucionalidade. §1º do art. 28 da Lei n. 12.663/2012 (“Lei Geral da Copa”). Violação da liberdade de expressão. Inexistência. Aplicação do princípio da proporcionalidade. Juízo de ponderação do legislador para limitar manifestações que tenderiam a gerar maiores conflitos e atentar contra a segurança dos participantes de evento de grande porte. Medida cautelar indeferida. Ação julgada improcedente. (BRASIL, 2014b, p. 1)

Na fundamentação do voto, o ministro Gilmar Mendes argumentou que “é notória (...) a importância que a liberdade de expressão representa para o regime democrático”, acrescenta contudo que “não é verdade ... que o constituinte concebeu a liberdade de expressão como direito absoluto, insuscetível de restrição”, havendo situações de colisão “com outros direitos e valores também constitucionalmente pro-

tegidos”, sendo que “tais tensões dialéticas precisam ser ponderadas a partir da aplicação do princípio da proporcionalidade.” (BRASIL, 2014b, p. 5).

Aduz ainda o ministro relator que este princípio pode ser aplicado “quando verificada restrição a determinado direito fundamental ou um conflito entre distintos princípios constitucionais de modo a exigir que se estabeleça o peso relativo de cada um dos direitos”, bem como para que o princípio seja aplicado é necessário observar se “o ato impugnado afigura-se adequado (...) para produzir o resultado desejado”, se não é possível substituir “por outro meio menos gravoso e igualmente eficaz” e, por fim, se há uma relação de proporcionalidade, estabelecendo-se “uma relação ponderada entre o grau de restrição de um princípio e o grau de realização do princípio contraposto.” (BRASIL, 2014b, p. 5-6).

O ministro Gilmar Mendes reconheceu que os requisitos apontados acima e que possibilitam a restrição de direitos estão presentes no artigo impugnado da Lei Geral da Copa, ocorrendo uma “limitação específica aos torcedores que comparecerão aos estádios”, eventos que congregam “pessoas de diversas nacionalidades e que (...) precisa contar com regras específicas que ajudem a prevenir confrontos em potencial.” (BRASIL, 2014b, p. 6). Nos debates do plenário, o ministro Gilmar Mendes ponderou ainda que a ação nitidamente criou “um fato político”, tendo em vista que os partidos políticos, como é o caso do proponente da ADI, tiveram a possibilidade de discutirem “a questão no âmbito do Congresso Nacional” (BRASIL, 2014b, p. 8). Nestes termos, o plenário acompanhou o voto do relator declarando a constitucionalidade da Lei Geral da Copa neste ponto específico.

Conclusão

A despeito das polêmicas jurídicas levantadas em relação à Lei Geral da Copa, considera-se que ela foi chancelada pelos três Poderes da República – pela Presidência, que encaminhou o projeto e o sancionou; pelo Congresso Nacional, que o aprovou; e pelo Supremo Tribunal Fe-

deral, que declarou a lei constitucional –, sendo, portanto, uma lei que contou com o apoio e a chancela de todos os Poderes da República.

Muito se falou que a referida lei era um projeto de governo, no entanto, pode-se considerar que se trata de uma ação do Estado brasileiro, tendo em vista o que foi mencionado acima.

No entanto, também se verifica que o governo e sua base aliada agiram como um rolo compressor no Congresso Nacional para a aprovação do projeto de lei. A oposição tentou barrar ou incluir alguns dispositivos no projeto, bem como tentou questionar a constitucionalidade da lei junto ao STF, mas, como visto, essas tentativas foram infrutíferas. Por fim, considera-se que a Lei Geral da Copa cumpriu seus objetivos, com a realização satisfatória dos três eventos a que se referia, não se tendo notícias de grandes consequências jurídicas relevantes relacionadas à sua organização.

Referências Bibliográficas

BRASIL. *Projeto de lei n. 2.330, de 19 de setembro de 2011*. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=520245>>. Acesso em: várias datas, 2011.

_____. *Relatório do Deputado Vicente Candido, de 02 de fevereiro de 2012*. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=349917AC9C23DC46477F22231DC41F9C.proposicoesWeb2?codteor=961889&filename=Tramitacao-PL+2330/2011>. Acesso em: várias datas, 2012.

_____. *Lei 12.663, de 05 de junho de 2012*. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br>>. Acesso em: várias datas, 2012b.

_____. *Projeto de Lei da Câmara n. 10, de 2012, de 02 de abril de 2012*. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=104814>. Acesso em: várias datas, 2012c.

_____. Supremo Tribunal Federal. *Ação direta de inconstitucionalidade n. 4976, de 07 de maio de 2014*. Disponível em: <<http://www.stf.gov.br>>. Acesso em: várias datas, 2014.

_____. Supremo Tribunal Federal. *Ação direta de inconstitucionalidade n. 5136, de 01 de julho de 2014*. Disponível em: <<http://www.stf.gov.br>>. Acesso em: várias datas, 2014b.

A COPA DE 2014, ENTRE O FASCÍNIO DAS RUAS E O FASCISMO DOS CRAQUES

ÉDISON GASTALDO¹

A Copa de 2014, aquela que não ia acontecer, aconteceu. Veio, passou, e foi eleita, pelos leitores da BBC, como a melhor Copa do Mundo de todos os tempos, com ampla vantagem (<http://www.bbc.com/sport/0/football/28268842>).

De nossa parte, como brasileiros, ficou um sentimento de perplexidade: o que foi mesmo que aconteceu? Podemos tentar explicar este sentimento separando o megaevento em dois: a Copa que o Brasil jogou (e perdeu miseravelmente) e a Copa que o Brasil sediou (e que o mundo inteiro admirou).

Creio que a estupefação coletiva com relação ao que aconteceu se deva a dois conjuntos de expectativas equivocados. Em primeiro lugar, a expectativa com relação ao desempenho da seleção brasileira. Ao longo do século XX, o Estado brasileiro incentivou fortemente a ligação de um time de futebol com a identidade nacional: a seleção brasileira (quando joga uma Copa do Mundo) ocupa um lugar na memória afetiva nacional, análogo ao da bandeira, do hino e de outros símbolos oficiais da nação. É interessante considerar o quanto é revelador de nossa cultura que nossa felicidade como nação esteja posta em jogo

267

1 Graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Mestre em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Doutor em Multimeios pelo Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas. Pós-doutor em Sociologia pela University of Manchester e em Antropologia Social pelo Museu Nacional da UFRJ. Docente do Centro de Estudos de Pessoal – Forte Duque de Caxias e do Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da UFRRJ; pesquisador CNPq.

a cada quatro anos, nos pés de algum craque salvador da pátria. Essa derrota tem algo a ensinar.

O segundo erro de avaliação consistiu em superestimar o potencial de revolta da população, supostamente inalterado desde junho de 2013. Desde aquelas manifestações, na imprensa e nas ruas, todos os rumores indicavam que a Copa seria um fracasso, mas não. Nesta Copa, vencemos. E essa vitória também tem algo a ensinar.

a) O ocaso de uma mistificação

Desde pelo menos o campeonato Sul-Americano de 1919 que o Estado brasileiro vem apoiando e reforçando oficialmente sua relação com a seleção brasileira, tratando-o como um símbolo informal da nacionalidade (v. p. ex. Guedes, 1999; Helal, 2002). Essa relação transparece regularmente, em eventos como recepções (amplamente fotografadas e noticiadas) dos jogadores vitoriosos por Presidentes da República, além de prêmios mais ou menos oficiais, como os polêmicos Fuscas doados por Paulo Maluf aos jogadores de campeões de 1970 ou o “passe livre” pela alfândega do avião carregado de compras dos vencedores de 1994.

Um efeito de sentido produzido historicamente por esta articulação de significado, a metonímia de que “a seleção brasileira é o Brasil” pode ser visto no “fato social total brasileiro” (Gastaldo, 2013), criado pela ritualização coletiva que cerca o consumo das partidas de futebol da seleção brasileira em Copas do Mundo. Uma tradição inventada, mas de inegável eficácia para promover instantaneamente um sentimento coletivo de intensidade emocional incomparável em prol da nação. Mesmo mais do que nas eleições (voltaremos a este tema mais adiante), em uma Copa do Mundo, somos ‘nós’ (os brasileiros) contra ‘eles’ (os outros, os estrangeiros, quaisquer que sejam), e este sentimento coletivo de alteridade radical tem consequências políticas, econômicas e sociais, exploradas com maior ou menor sucesso por presidentes, generais e ditadores ao longo de todo o século XX.

Desde alguns anos, entretanto, pesquisadores da relação entre esporte e identidade nacional no Brasil vêm apontando que este vínculo vem se enfraquecendo (Helal e Soares, 2003), e que a Pátria vem usan-

do chuteiras cada vez menores. Na Copa de 1994, após 24 anos, tivemos uma vitória com sorriso amarelo (foi a única final da história a terminar em 0 x 0, e, na decisão por pênaltis, o título veio com um chute para fora). Na Copa de 1998, uma *débacle* histórica: os 3 x 0 sofridos contra a França foram a maior derrota da seleção em Copas do Mundo até então. Na Copa de 2002, a descrença na capacidade da seleção ficou evidenciada pelo slogan do principal anunciante, o Guaraná Antarctica, “Bote fé na seleção!” (sobre a Copa de 2002, ver Gastaldo, 2006).

O ânimo com a surpreendente vitória de 2002 foi levado embora pelas derrotas de 2006 e 2010. Assim, do ponto de vista dessa visão messiânica, que defende o ‘destino manifesto’ da seleção brasileira, a Copa de 2014 era uma chance de ouro para reescrever a história: na Copa do Brasil 2014, uma vitória no Maracanã assinalaria a glória do melhor futebol do mundo.

A vitória na Copa das Confederações, em 2013, em meio às ruidosas manifestações de rua, marcou um momento de reaproximação entre a seleção e o povo, mediado pelo hino nacional cantado nos estádios. Para além dos 30 segundos com fundo musical usado pela FIFA nos jogos internacionais, a torcida cantou uma estrofe completa, sendo essa expressão de nacionalismo ‘à capela’ uma das marcas estéticas daquela competição. A convincente vitória sobre a então campeã do mundo Espanha permitiu que a seleção fizesse as pazes com ‘sua’ torcida. A crença de que a seleção brasileira era o melhor time do mundo, compartilhada por jogadores, comissão técnica, jornalistas e torcedores, seria fatal no ano seguinte.

Durante a Copa de 2014, a publicidade, o discurso jornalístico e as próprias declarações dos jogadores buscaram fortalecer o vínculo de sentido entre os jogadores da seleção e a nação que eles representam. Na campanha “Joga pra mim”, de um dos patrocinadores da seleção, o frigorífico Sadia, uma série de crianças, como em um jogral, declama um texto em que pedem, na primeira pessoa, que os jogadores ganhem a Copa por elas, as criancinhas que nunca viram o Brasil ser campeão. Como esta campanha exemplifica, o apelo de cunho emocional pelo campo discursivo midiático invadiu até mesmo o campo de jogo, tendo havido constantes cenas de choro entre os jogadores na execução do hino nacional.

A lesão de Neymar, que fraturou uma vértebra durante a partida contra a Colômbia, catalisou uma avalanche de preces, mensagens,

manchetes, tweets, ameaças, promessas, enfim: a narrativa mítica saiu fortalecida – era uma desgraça épica, afinal.

Com a ausência de Neymar, o recurso ao pensamento mágico atingiu seu auge. A Rede Globo, antes do jogo, quando as imagens mostravam o vestiário da Alemanha, ou as camisetas que o time alemão usaria na partida que estava para começar, colocava em *off* um áudio fantasmagórico, dizendo em tom lúgubre: “Mick Jaaaaaaaageer”. Era uma espécie de “praga”, para que o “pé-frio” atribuído ao cantor desde a Copa de 2010 afetasse os jogadores adversários. Da mesma maneira, o time brasileiro levou a campo a camiseta de Neymar, que, hasteada como uma bandeira entre os companheiros, foi motivo para ainda mais lágrimas na hora do hino.

Em campo, o que se viu foi muito diferente do esperado: o time alemão, frio e concentrado no jogo aniquilou o time brasileiro, emocionalmente exaltado e focalizado no próprio mito. Os 7 x 1 não foram apenas a maior derrota na história das Copas, como em 1998. Foram a maior derrota da história do futebol brasileiro em todos os tempos. A equipe de Felipão entrou para a história, mas não como esperava. Uma derrota desta magnitude tem poder para destruir muitas crenças. Em 2014, o time da CBF descalçou as chuteiras da pátria.

b) A eleição influencia a Copa

Desde 1994, sempre que ocorre uma Copa do Mundo, ocorrem eleições presidenciais no Brasil. E sempre que estes eventos coincidem, não faltam teorias conspiratórias para fazer relacionar o resultado da competição esportiva ao resultado do pleito eleitoral. Para nós, pesquisadores da relação entre esporte e identidade nacional, sempre que esta coincidência acontece, aparecem jornalistas perguntando se a Copa do Mundo influencia o resultado das eleições. Normalmente, respondo que não, que não influencia, pois os eventos não estão diretamente relacionados, e que, em termos de “euforia” ou “depressão” nacional, os três meses que separam um evento do outro são mais do que suficientes para isolar qualquer efeito moral que o resultado de uma Copa, qualquer que seja ele, possa ter sobre o pensamento do eleitorado brasileiro.

Em 2014, entretanto, uma inversão curiosa aconteceu: foi a eleição que influenciou o resultado da Copa. A agenda eleitoral contaminou a agenda da Copa 2014. Como o evento foi realizado no Brasil, o ataque oposicionista centrou-se na profecia do caos. Para isso, foi conveniente o lema das manifestações de 2013 ameaçando “não vai ter Copa”. Entre as previsões catastrofistas, estavam uma epidemia de dengue, queda de estádios e um ataque terrorista.

As vaias e ofensas dirigidas por grupos de torcedores contra a presidenta Dilma na abertura e do encerramento da competição, da mesma forma, foram atos orientados politicamente, criando fatos jornalísticos e antecipando a agenda eleitoral em quase um mês. Diversos *memes* circularam nas redes sociais relacionando a realização da Copa a críticas contra a figura da presidenta.

Entretanto, contra todas essas expectativas, a Copa do Mundo 2014 foi um sucesso. Turistas do mundo inteiro visitaram as doze sedes, e tiveram ótima impressão. Os aeroportos funcionaram, os estádios ficaram prontos, os jogos ocorreram. Teve Copa. Nesse contexto, quando não cabia mais criticar a organização do evento, a seleção brasileira perdeu de 7 x 1. Assim, o alvo desse discurso crítico passou a ser a vinculação da derrota da seleção ao desempenho do governo e à candidatura de Dilma Rousseff. Dezenas de *memes* que circularam na ocasião relacionavam a derrota com a reeleição de Dilma.

Assim, ao contrário do que os jornalistas normalmente acreditam, em 2014, foram as eleições que pautaram o resultado da Copa. A definição sobre o que a Copa foi ou deixou de ser, a leitura jornalística dos eventos, dos jogos e sua memória, foram peças retóricas empregadas para criticar o governo e tentar minar a candidatura de Dilma à reeleição. Este é o viés de sentido que não pode ser esquecido quando lembrarmos do que aconteceu durante a Copa e do que se escreveu sobre ela nos jornais e revistas.

Enfim

O que a histórica derrota contra a Alemanha evidenciou é que a ‘mística da camisa amarela’ revelou ser apenas mistificação, um efei-

to de discursos construídos de geração em geração, por presidentes e ditadores, por locutores e jornalistas, por nossos pais, mães, amigos e colegas. Dessa retórica, resulta a nostalgia da ‘era de ouro’, o nosso sebastianismo renitente, que insiste em esperar que um ‘salvador da pátria’ venha nos salvar, fazer por nós. A crença nos poderes do ‘craque’ tem um fundamento elitista: ela implica a crença de que, como há os ‘naturalmente superiores’, há também os ‘naturalmente inferiores’. Aplicada à política, a lógica do ‘culto ao craque’ é fundamentalmente fascista. Não é de hoje a arrogância e o desprezo com que nós, brasileiros, tratamos todas as outras seleções, até quando perdemos. Desta vez foi diferente. O encanto se quebrou.

Em 2014, quando dependemos de craques para jogar por nós, fomos humilhados. Quando nos envolvemos pessoalmente como nação, como ‘donos da casa’ cordiais e hospitaleiros, fomos vitoriosos. Se, para crescermos como nação (incluindo a todos/as os/as brasileiros/as, não só aos craques) precisássemos abdicar para sempre de vencer Copas do Mundo como time, faríamos um ótimo negócio. E sofreríamos muito menos.

Referências Bibliográficas

GASTALDO, Édison. “A Pátria na imprensa de chuteiras: futebol, mídia e identidades brasileiras”. in: GASTALDO, Ê. e GUEDES, S. L. (orgs.) *Nações em Campo: Copa do Mundo e identidade nacional*. Niterói: Intertexto, 2006.

GASTALDO, Édison. O fato social total brasileiro: uma perspectiva etnográfica sobre a recepção pública da copa do mundo no Brasil.” in: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v.19, n.40, 2013.

GUEDES, Simoni L. *O Brasil no campo de futebol*. Niterói: EDUFF, 1999.

HELAL, Ronaldo, SOARES, Antonio J. e LOVISOLO, Hugo (orgs.) *A invenção do país do futebol*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antônio J. O declínio da pátria de chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. In: *Anais do XII Congresso da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Recife/PE: UFPE, 2003.

“O BRASIL NÃO É PARA PRINCIPIANTES”:

O PAÍS ENTRA NO CENÁRIO DOS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS, MAS MOSTRA ATRASO DA COBERTURA

MÁRCIO GUERRA¹

Um novo Brasil

273

Quando o pesquisador e historiador Marcos Guterman, em seu livro *O futebol explica o Brasil* (São Paulo: Contexto, 2009) propôs-se a contar a evolução do futebol no país através da contextualização histórica, social, econômica e cultural, tivemos a grande oportunidade de perceber que entender essa relação é muito mais complexo do que simplesmente narrar fatos, datas, nomes. A própria forma de ser do brasileiro está diretamente relacionada ao esporte, de maneira especial, ao futebol.

Autores como Gilberto Freyre, Roberto DaMatta, Sérgio Buarque de Holanda, Ronaldo Helal, Mário Filho, nos apontam como o brasileiro se identifica e é identificado com e pelo esporte. O que, paradoxalmente, nunca impediu, apesar desta paixão e de ser chamado, por

1 Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ, especialista em marketing pela Fundação Educacional Machado Sobrinho. Docente da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e Coordenador do Núcleo de Pesquisa em Comunicação, Esporte e Cultura da UFJF.

exemplo, de “país do futebol” durante quase um século, de se conviver com o que Nelson Rodrigues sempre chamou de “complexo de vira-latas”.

A história da Copa do Mundo de 1950 é conhecida com a Seleção tendo um excelente desempenho durante a competição, sendo derrotada, de forma surpreendente, pelo Uruguai, por 2 a 1. Carrilho (2010, p.50) comenta que “negro, Barbosa, foi alvo de muitos comentários de conteúdo racista. Coincidência ou não, foi somente em 2006, após 56 anos da derrota do Maracanã, que a Seleção voltou a ter um goleiro negro como titular em uma Copa do Mundo”.

Diante disso, o autor trabalha com dois aspectos: um de que “esse fenômeno se deve ao fato de o negro, elemento marcante do futebol varzeano, demonstrar maior habilidade com os pés, restando ao branco, assim ocupar a desvalorizada posição de arqueiro [...]” (CARRILHO, 2010, p.51). O outro vai diretamente ao problema racial, tratando o caso como um racismo explícito.

O sentimento de inferioridade existente no povo brasileiro – potencializado pela questão da diversidade racial mal resolvida –, que o escritor Nelson Rodrigues denominou de ‘complexo de vira-latas’ somente foi superado, no futebol, com a conquista da Copa de 58, na Suécia. Com um time inesquecível que tinha brancos, negros e mulatos de muito talento com Zito, Didi, Pelé, Garrincha e Nilton Santos, a seleção brasileira encantou o mundo. (CARRILHO, 2010, p. 51).

Marques (2003) afirma que o “Complexo de Vira-Latas” teria se cristalizado com a perda da Copa de 1950, que significou uma catástrofe nacional. “Cada um de nós pagou todos os seus pecados nas últimas 45 encarnações. É o que explica o servilismo colonial do brasileiro que adora ignorar as próprias virtudes e exaltar as próprias deficiências, numa inversão do chamado ufanismo” (RODRIGUES, 1993, p. 30 apud MARQUES, 2003, p.160).

Mas como o próprio Nelson definia a expressão “Complexo de Vira-Latas”? “Por ‘complexo de vira-latas’ entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face ao resto do mundo. Isso em todos os setores, sobretudo no futebol” (RODRIGUES, 1993, p. 52). Em outra crônica, encontramos mais uma manifestação de Nelson Rodrigues sobre o “Complexo de Vira-Latas”:

Eu me lembro daquele personagem do Dickens que vivia clamando pelas esquinas: - 'Eu sou humilde! Eu sou humilde! Eu sou o mais humilde do mundo'. [...] Pois bem: - o brasileiro tem um pouco de personagem de Dickens. Eu disse 'um pouco' e já amplo - tem muito. Se examinarmos a nossa história individual e coletiva, esbarramos, a cada passo, com exemplos inequívocos e indelévels de humildade. Por exemplo: - a recentíssima jornada do escrete brasileiro em canchas europeias. Foi algo patético. [...] De qualquer maneira, não se podia desejar uma humildade mais compacta e mais refalsada. [...] E, assim, imersos até o pescoço numa vil modéstia, lá partiram nossos craques para aprender na Europa. Mas já não constituíram uma equipe briosa, entusiasta, segura de si mesma e dos próprios méritos. [...] Ou expulsamos de nós a alma da derrota ou nem vale a pena competir mais. Com uma humildade assim abjeta, ninguém consegue atravessar a rua, sob pena de ser atropelado por uma carrocinha de Chica-bom. (RODRIGUES, 1994, p. 17-18).

Nelson Rodrigues sempre demonstrou um patriotismo exacerbado e, em várias crônicas, deixava isso muito claro: "Ante as riquezas do mundo, cada um de nós é um retirante de Portinari, que lambe a sua rapadura ou coça a sua sarna. A humildade tem sentido para os cézars industriais dos Estados Unidos. Já o pau-de-arara precisa inversamente de mania de grandeza". (RODRIGUES, 1993, p.111).

Com a conquista do primeiro título mundial pela Seleção Brasileira em 1958, o sentimento de brasilidade se intensifica. O Brasil era governado por Juscelino Kubitschek, havia um otimismo pelo crescimento econômico e pela construção de Brasília. Existia um crescente interesse pela cultura, a produção industrial cresceu 80% entre 1956 e 1961, graças à instalação de empresas multinacionais automobilísticas, farmacêuticas, eletrônicas e petroquímicas. Mesmo vindo de novo o fracasso na Copa de 54, na Suíça, a Seleção Brasileira, antes da Copa de 58, mereceu de Nelson Rodrigues uma crônica em que ele prenunciava a transformação em "Pátria de Chuteiras".

Eis a verdade, amigos: - desde 50 que o nosso futebol tem pudor de acreditar em si mesmo. A derrota frente aos uruguaiois, na última batalha, ainda faz sofrer, na cara e na alma, qualquer brasileiro. Foi uma humilhação nacional que nada, absolutamente nada, pode curar. Dizem que tudo passa, mas eu vos digo: menos a dor de cotovelo que nos ficou dos 2 a 1. E custa crer que um score tão pequeno possa causar uma dor tão grande. O tempo passou em vão sobre a derrota [...]. A pura, a santa verdade é a seguinte: - qualquer jogador brasileiro, quando se desamarra de suas inibições e se põe em estado de graça, é algo de único em matéria de fantasia, de improvisação, de invenção. Em suma: - temos dons em excesso. E só uma coisa nos atrapalha e, por vezes, invalida nossas qualidades. Quero aludir ao que eu poderia chamar de ‘complexo de vira-latas’[...]. O brasileiro precisa se convencer de que não é um vira-lata e que tem futebol para dar e vender, lá na Suécia. Uma vez que ele se convença disso, ponham-no para correr em campo e ele precisara de dez para segurar. (RODRIGUES, 1993, p.51-52).

Dave Zirin (2014, p.26) nos conta que a própria elite brasileira sempre teve interesse em que os dois eventos (Copa e Olimpíadas) dessem certo. E cita o autor Larry Rohter, com o livro *Brazil on the Rise*, que afirmou que “o país encara os dois próximos eventos como uma espécie de gigantesca festa de debutantes a anunciar a entrada do Brasil em cena como jogador, não apenas nas competições esportivas, mas também no cenário global”.

De fato, o Brasil que já despontava como a quinta maior economia do mundo e nos últimos 12 anos merecia as atenções do mundo, sendo destaque na mídia internacional como um dos países que mais crescia, ao conquistar o direito de sediar a Copa do Mundo e as Olimpíadas, trouxe ainda mais o foco para si. Quando do anúncio da escolha brasileira para os Jogos de 2016, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, retomou a lembrança do “complexo de vira-latas” como um grito de libertação deste sentimento tão ruim de nós mesmos, cultivado por tanto tempo. “Hoje é o dia em que o Brasil ganhou sua cidadania internacional. Hoje é o dia em que superamos os últimos vestígios de preconceito contra nós... Hoje conquistamos o respeito. O mundo final-

mente reconheceu que agora é a hora do Brasil”, disse o ex-presidente da República. Mal sabia ele e os milhares que comemoraram em diversos locais, especialmente nas capitais estaduais, que o complexo seria resgatado, especialmente através do discurso da mídia brasileira. Não foram poucos os veículos (especialmente os que se opõem editorialmente ao Governo Federal) que apostaram no fracasso da realização dos dois megaeventos.

E logo surgiram os movimentos com o slogan “não vai ter copa”. O discurso pessimista já utilizado na Copa das Confederações foi desconstruído pela conquista da Seleção Brasileira e pelas manifestações da maioria da população, que queria separar o evento das reivindicações das ruas. Diante da vitória em campo e do resgate da confiança do torcedor no time comandado por Felipão, restou aos adeptos do “complexo de vira-latas” partirem para a disseminação da desconfiança sobre nossa incapacidade de organizar o evento.

Não foram poucos os jornalistas esportivos que fizeram em programas de esportes (especialmente as mesas redondas) apostas de que nossa imagem seria a pior possível para o mundo. Caos nos aeroportos, falta de segurança, problemas nos estádios, transporte, serviços de internet e telefonia – tudo era motivo para a afirmação categórica de muitos de que não daria certo. Haveria copa, mas um vexame nacional em termos de estrutura. Fora os mal informados jornalistas internacionais que insistiam em fazer matérias associando ainda o país a um local onde passeavam pelas ruas jacarés, cobras, etc.

Uma das questões mais trabalhadas pelos autores e pesquisadores sobre eventos é o planejamento. Além disso, todos defendem o evento como uma questão estratégica. A estrutura começa por duas respostas fundamentais: para que e para quem? É assim que se define a estratégia de programação, de divulgação, de avaliação, de marketing. E foi isso que o Brasil fez ao lançar sua candidatura. No site do Ministério dos Esportes fica bem claro o que o governo brasileiro traçou como estratégia com a realização destes dois megaeventos.

Em nenhum lugar encontraremos como objetivo a conquista do título Mundial ou de maior número de medalhas nas Olimpíadas. O que encontraremos lá são propostas de “aceleração do desenvolvimento; tornar o Brasil um destino turístico e, por consequência, alvo de novos investimentos; projetar a imagem do país para o exterior, in-

clusive proporcionando a correção de distorções históricas sobre nós; tornarmos uma potência esportiva após a realização dos dois megaeventos”. Portanto, como se pode ver, havia uma série de objetivos a serem atingidos que ultrapassavam a visão limitada dos pessimistas ou dos que não conhecem a dimensão e os impactos que um megaevento pode causar a uma população.

E teve copa

O clima de Copa do Mundo foi envolvendo todo o país. Os críticos da construção do Itaquerao (Estádio do Corinthians) começaram a fazer reportagens sobre as mudanças vividas e o legado que a competição deixou para o bairro. Os aeroportos funcionaram. A confraternização entre torcedores do mundo todo e o jeitinho brasileiro de receber começaram a desconstruir a aposta de fracasso na organização. E por quê? Porque o planejamento estratégico estava sendo seguido à risca.²

Os dados divulgados pelo governo brasileiro e pela FIFA após a realização da Copa do Mundo mostram que o país foi visitado por 1,015 milhão de turistas, dos quais 95% disseram que querem voltar ao Brasil. Os aeroportos registraram um movimento de 16,7 milhões de passageiros, e 92% foi o índice de pontualidade dos voos. Por fim, 83% dos turistas deram sua aprovação para a organização do evento.

Os benefícios com a realização dos eventos sempre foram apontados pelos estudiosos do tema como algo que extrapola o local onde ele se realiza. No caso da Copa do Mundo, o Ministério do Turismo registrou que 378 municípios foram visitados pelos turistas internacionais, que, ainda segundo os dados, vieram de 203 países do mundo. Os 15 mil km de fibra ótica instalados proporcionaram a maior movimentação já registrada na história das redes sociais no mundo. O setor econômico registrou 30 bilhões de recursos gastos no país com o evento.

Gurgel (2006, p.163) nos adverte que “cabe afirmar que o consumo do torcedor aborda todo o universo relacionado aos serviços e produ-

2 Ver site <http://www.esporte.gov.br/arquivos/futebolDireitosTorcedor/copa2014/balanco-Copa2014.pdf>

tos oferecidos, mas sob a perspectiva de quem os adquire”. No caso de uma competição com essa dimensão e números, não se pode desconhecer os impactos na rede hoteleira, na produção de alimentos, nos restaurantes, pontos turísticos, geração de emprego, na produção cultural. Portanto, a primeira parte do projeto deu certo. Giacaglia (2010, p.13) comenta que, quando o evento é um sucesso é fácil encontrar seu responsável. “Muitos creditam os méritos para si. Entretanto, quando o evento resultou em um fracasso, ou quase, torna-se difícil apontar os responsáveis. Nesta hora, costuma-se procurar as causas na organização ou na formatação do evento”.

Com esses números, com o reconhecimento internacional do sucesso da organização, o governo brasileiro se preparava para a grande comemoração, quando surgiu a inesperada goleada de 7 a 1 para a Alemanha – a grande chance para o complexo de inferioridade ser retomado com força por aqueles que tinham fracassado na aposta de derrota da estrutura do país para sediar os eventos esportivos. Rapidamente a Seleção Brasileira foi do céu ao inferno. Passamos, segundo boa parte da mídia esportiva, a ter um “futebol ultrapassado”, “necessitamos de um treinador de fora para fazer nosso futebol evoluir” e houve até um jornal que “anistiou” os jogadores brasileiros da Copa de 50, dizendo que, após o vexame do time de 2014, aqueles estavam perdoados pela derrota no primeiro mundial sediado aqui, em 1950. Novamente o futebol dos europeus era infinitamente superior aos olhos da crítica. Somente no encerramento da disputa é que novamente foram destacados aspectos da organização.

Mas a derrota para os alemães escancarou um outro problema: a deficiência da nossa mídia. O jornalismo esportivo brasileiro foi questionado pelo público, por si mesmo e pela academia. Em um evento promovido pela UERJ, em setembro de 2014, vários profissionais que atuaram na cobertura participaram de um debate sobre a copa e a mídia. O jornalista da ESPN Brasil, Lúcio de Castro, respeitado por ter uma conduta profissional focada na investigação, na busca incessante por uma informação completa, sentenciou: “se perdemos em campo de 7 a 1 para os alemães, também na cobertura jornalística fomos goleados”.

Lúcio justificou lembrando que centenas de profissionais de imprensa brasileiros que estavam na Granja Comary viam, sabiam e não falaram nada sobre a falta de treinamento da Seleção Brasileira. Fato

que somente após a derrota foi cobrado. Ele ainda recordou da falta total de privacidade dos jogadores e da comissão técnica, que tinham que conviver com mais de 20 profissionais a serviço da assessoria de imprensa da CBF, produzindo matérias e imagens para a CBF TV. E, novamente, ninguém ou quase ninguém comentou isso. Ainda foi lembrado que os jogadores da Seleção Brasileira eram obrigados a visitar os stands de empresas patrocinadoras da CBF para fotos com empresários, seus filhos e amigos. Ou seja, tudo de errado que foi divulgado após a goleada de 7 a 1 ficou escondido e poderia nem ter sido notícia se a equipe tivesse chegado ao título tão sonhado.

Muitos dos veículos de comunicação no país, em função das manifestações ocorridas na disputa da Copa das Confederações, apostaram que elas se repetiriam durante o Mundial, o que praticamente não aconteceu. Tiveram que reinventar o foco da cobertura. Como alguns tinham apostado no caos e ele não veio, também foram surpreendidos. E, cabe lembrar, foi uma Copa do Mundo com o que há de mais rico e cativante no futebol: a imprevisibilidade. Quantos jogos foram decididos nos acréscimos? Quantas surpresas, como a Costa Rica? A contusão de Neymar. A tecnologia ajudando a definir se a bola entrou ou não no gol. A invasão acima do esperado de argentinos e chilenos. Tudo virou pauta. Ou deveria ter virado.

Fora isso, especificamente no dia do jogo entre Brasil e Alemanha, diante do resultado inesperado, nossa mídia ficou exposta a todo um discurso contraditório. Fizemos ³ um artigo em que decupamos todas as matérias e falas de repórteres, narradores e comentaristas da TV Globo e Sport TV antes, durante e depois do jogo. O resultado foi o nosso questionamento sobre o risco de se colocar em xeque a credibilidade da empresa e dos profissionais se não se repensarem algumas posturas.

Para exemplificar, entre tantos pontos que levantamos, um repórter, antes do jogo, destacou a eficácia da estratégia da CBF de permitir um maior acesso à Seleção por parte da imprensa e do público. Falou da redução de treinamento da equipe como algo positivo, evitando

3 Escrevi ao lado da professora Christiane Paschoalino um artigo para a Intercom 2014, intitulado “A goleada inesperada e o ressurgimento do ‘Complexo de Vira-Latas’”. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1547-1.pdf>.

contusões. Ao final, essa ausência de treinamentos se voltou contra Felipão. A escolha do nosso treinador pelo substituto de Neymar, o jogador Bernard, mereceu elogios antes do jogo. Depois da goleada, críticas pela escolha que deixou nosso meio-campo desguarnecido. A entrada de Dante no lugar de Thiago Silva foi apontada, antes da partida, como algo bom, afinal, por jogar no futebol alemão, ele teria facilidade de marcar os nossos adversários.

A mobilização de todos em torno de “jogar por Neymar”, que era elogiada, foi depois apontada como um desequilíbrio emocional. Enfim, discursos contraditórios e, como sempre nos alertou João Saldanha, “o torcedor não é filho de chocadeira e entende do riscado”; a passagem do clima de euforia para o de desgraça total na fala dos jornalistas trouxe questionamentos duros do público.

O próximo desafio

Nada mais previsível, diante de tudo que relatamos até aqui, que, novamente, agora com a proximidade da realização dos Jogos Olímpicos de 2016 que o velho complexo esteja de volta. De novo as matérias começam a ser feitas sobre os atrasos das obras, sobre a capacidade do Rio de Janeiro sediar o evento; da rede hoteleira comportar todos os turistas; dos aeroportos, da segurança e sobre o legado da competição.

Oportuno que se traga aqui a definição de legado. A grosso modo, poder-se-ia dizer que é o que fica. Mas aí estaríamos novamente caminhando para uma compreensão rasa (muito utilizada na Copa do Mundo), como se legado esportivo fossem as obras, os estádios, piscinas, quadras, ginásios construídos. É fundamental que se entenda legado como também algo imaterial, como a imagem. A construção da imagem de um lugar, de um país, como mostramos com as avaliações feitas pelos turistas que vieram para o Mundial, não tem como se mensurar. Autores como Chappelet e Junot (2006) apresentam a seguinte definição: “legado representa o efeito material e não material produzidos direta ou indiretamente pelo evento esportivo, planejados ou não, que transformam de forma duradoura a região que o hospeda de uma maneira objetiva ou subjetiva, positiva ou negativa”.

FIFA e Comitê Olímpico Internacional também já traçaram seus conceitos sobre legado esportivo. A entidade máxima do futebol define legado como “conjunto de benefícios que impactam um país direta ou indiretamente, econômica ou socialmente, resultante de ações vinculadas ao futebol e seus eventos, como a Copa do Mundo”. O COI fala em “impactos positivos, com efeito de longa duração, e que influenciam na vida e na cultura de um país e de sua população”.

No caso do próximo desafio brasileiro, sediar uma olimpíada (pela primeira vez a competição será disputada na América do Sul) coloca algumas experiências vivenciadas na Copa do Mundo como sinais de necessidade de superação. Por exemplo, a solenidade de abertura. No Mundial, uma parte do evento que foi duramente criticada pela falta de uma identidade com as raízes culturais brasileiras. Não há como não se esperar (queiramos ou não) uma abertura de Olimpíadas apoteótica. A comparação com outras já realizadas sempre ocorre e, diante do nosso ainda permanente “complexo de vira-latas”, a cobrança deve tomar proporções acima do razoável.

Há uma inevitável questão que vem sendo colocada e que também apareceu no debate realizado na UERJ, ano passado: o que será mais difícil de organizar, a Copa do Mundo num país com dimensões continentais, com tantas cidades-sede, ou uma olimpíada, numa só cidade, mas com diversas modalidades, nem todas admiradas ou conhecidas pelo grande público?

Na opinião dos profissionais que estiveram comentando sobre o tema, como Sidney Garambone, Marcelo Barreto e Lúcio de Castro, em termos de organização, aparentemente, parece ser mais tranquila. Todas as atenções focadas em um só cenário (mesmo que com muitas modalidades em disputa) tendem a facilitar o planejamento. No entanto, para a atividade jornalística estamos, certamente, nos aproximando de um desafio muito mais complexo com os Jogos Olímpicos.

Indiscutivelmente os nossos profissionais envolvidos na cobertura terão que ter um preparo muito diferenciado. Como vivemos quase que uma “monocultura futebolística”, os jornalistas terão que estudar regras, termos, história, formas de transmitir informações para um público que também terá que se educar e aprender a olhar para essas outras modalidades.

Novamente estaremos diante de um megaevento que permite, jornalisticamente, o envolvimento de todas as editorias. Nenhuma delas escapará da possibilidade de cobrir algum aspecto das Olimpíadas. As emissoras de televisão e rádio já sinalizaram para a tática conhecida de contratar ex-atletas de diversas modalidades para atuarem como comentaristas e atendendo aos conhecedores destes esportes, de uma linguagem que não seja superficial.

Cabe lembrar que estaremos diante de um desafio bem peculiar: a luta pela conquista do único título que a Seleção Brasileira não possui, o de campeã olímpica no futebol. Corremos o risco de novamente lidarmos com o perigoso limite do excesso de confiança e otimismo ou o de busca de culpados para um possível fracasso. Certamente ouviremos discursos de que esse time pode “vingar” a derrota no Mundial. Discursos previsíveis até pelo mais leigo torcedor sobre a cobertura do jornalismo esportivo.

Não nos esqueçamos de que o bom e sempre lembrado lema do Barão de Cobertain – “o importante é competir” – já está superado e, na sociedade da imagem, o importante seja, possivelmente, aparecer. De forma vitoriosa, bizarra, curiosa, escandalosa, buscando espaço de “celebridade”. Os filtros e a dimensão dada a essas buscas de espaço dependerão do foco da cobertura e do perfil editorial. Durante a realização dos Jogos Pan-Americanos no Brasil (evento que foi teste e contribuiu para nossa escolha como sede da Copa e das Olimpíadas), vários jornalistas disseram que foi uma oportunidade rara de se aprender com profissionais de outros países a fazer uma cobertura diferenciada do esporte.

Imaginamos que seja essa uma das principais oportunidades para o jornalismo brasileiro neste evento. Reinventar-se. A palavra que tem sido muito utilizada não só pelos manuais de autoajuda, mas também pelos setores que trabalham questões como gestão, estratégias de marketing, parece a mais apropriada para uma proposição firme do jornalismo esportivo.

Retomando Dave Zirin, em seu livro *O Brasil dança com o diabo*, quando ele ouviu de seu mestre que escrever e entender o nosso país não é coisa para principiante, ele se viu obrigado a abrir seu olhar para a diversidade deste povo, de suas culturas, de seus modos de agir, de ver e acompanhar o esporte, por exemplo. A cobertura dos Jogos

Olímpicos não será também coisa para principiantes. Mas é uma grande chance de nossa imprensa se libertar do “complexo de vira-latas” que ela teima em reviver a cada chance que temos de apagar esse modo tão cruel de nos enxergarmos.

Referências Bibliográficas

BRITO, Janaina e FONTES, Nena. *Estratégias para eventos* – uma ótica do marketing e do turismo. Editora Aleph, 2002.

CARRILHO, F. D. *Futebol uma janela para o Brasil*: as relações entre o futebol e a sociedade brasileira. São Paulo: Nova Espiral, 2010.

CHAPPELET, J. & JUNOT, T. “A Tale of Three Olympic Cities: What can Turin Learn from the Olympic Legacy of other Alpine Cities?”. In: TORRES, D. (ed.). *Proceedings of Workshop on Major Sports Events as Opportunity for Development*, Valencia, 2006.

GIACAGLIA, Maria Cecília. *Gestão estratégica de eventos*. Teoria, prática, casos e atividades. São Paulo. Cengage Learning, 2010.

GURGEL, Anderson. *Futebol S/A. A economia em campo*. Editora Saraiva. São Paulo, 2006.

MARQUES, José Carlos. *O futebol em Nelson Rodrigues*. São Paulo: EDUC/Fapesp, 2003.

RODRIGUES, N. *À sombra das chuteiras imortais: crônicas de futebol*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

_____. *A pátria em chuteiras: novas crônicas de futebol*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

TAVARES, O. “Megaeventos Esportivos”. In: *Movimento*, vol. 17, n. 3, jul./set-2011.

ZIRIN, Dave. *O Brasil dança com o diabo*. Copa do Mundo, Olimpíadas e a luta pela democracia. Lazuli Editora, São Paulo, 2014.

FOMOS GOLEADOS TAMBÉM FORA DE CAMPO – A COPA DO MUNDO FIFA-2014 E A COBERTURA DA TV BRASILEIRA

JOSÉ CARLOS MARQUES ¹

Os pesquisadores e profissionais que porventura tenham iniciado alguma pesquisa sobre o jornalismo no Brasil hão de reconhecer que é na segunda metade da década de 1920 que o esporte inicia seu processo de amadurecimento nas páginas de nossos jornais impressos. ² Até então, acontecimentos esportivos apareciam quase sempre de modo desordenado, em meio a assuntos diversos, sem maior distinção dos temas e dos responsáveis por redigir as respectivas matérias. Tal processo conhecerá notável enriquecimento na década seguinte, como reflexo e consequência do processo de profissionalização da atividade de jogador de futebol que tem lugar no país a partir das medidas levadas a cabo pelo governo de Getúlio Vargas. Com o incremento da importância dos torneios de futebol e a maior regulamentação da prática

285

1 Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru). Líder do GECEF (Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol) e integrante do LUDENS (Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas sobre Futebol e Modalidades Lúdicas).

2 A esse respeito, ver LEVINE (1982); MAZZONI (1950); LOPES (1998); CALDAS (1990).

dessa modalidade, era natural que a imprensa também se mobilizasse a fim de melhor dimensionar, em seus veículos, a importância social do futebol perante o cotidiano do país.³

Até então, o que prevalecia era um flagrante amadorismo na cobertura de competições, um exagerado impressionismo no relato das partidas e uma passionalidade exacerbada no acompanhamento do dia-a-dia dos clubes – tanto é que, na maior parte das vezes, funcionários das próprias agremiações é que elaboravam os textos a serem publicados nos diários. Por um lado, o jornalista que atuava no noticiário esportivo ocupava a posição mais baixa na hierarquia dos jornais: “A exemplo do jornalismo policial, o jornalismo esportivo era uma espécie de filho bastardo” (FONSECA, 1997, p. 126). Por outro, grassava uma parcialidade deliberada, fruto das mecânicas de funcionamento dos órgãos de imprensa, como atesta este relato em publicação editada em 1954 pela Federação Paulista de Futebol:

As funções não eram fixas nem, muito menos, compensadamente remuneradas. A maioria dos ‘cronistas’ trabalhava de graça, só para ter o ensejo de escrever em jornal, já que essa era a sua inclinação, e para poder, principalmente, defender o seu clube, porque, naquele tempo, tal como hoje, o ‘cronista’ tinha seu clube preferido, com a diferença de que, antes, àquela época, ninguém fazia segredo disso. Pelo contrário: eram comuns os escudos à lapela dos ‘cronistas’ e indispensável a sua presença nas comemorações dos triunfos. O redator profissional, mas que fazia da imprensa um simples ‘bico’, tanto podia ser ‘cronista’ de esportes no domingo, como redator policial na segunda-feira, crítico teatral na terça, repórter de rua na quarta, observador político na quinta ou – o que não era raro – tudo isso ao mesmo tempo... Não havia especialização. (NEIVA, 1954, p. 66).

Nos anos seguintes, entretanto, ainda que o futebol tenha adquirido cada vez mais protagonismo no noticiário esportivo do meio impresso e tenha ganhado um parceiro valioso – o rádio – para maior

3 Como bem mostra o estudo de FRANZINI (2003).

divulgação dos acontecimentos esportivos, as práticas “amadoras” perpetuavam-se num meio pouco permeável à circulação de profissionais (repórteres e redatores que lidavam com o esporte dificilmente transitavam entre outras editorias e vice-versa). Mais grave do que isso continuava sendo o caráter parcial e comprometido das coberturas, não apenas em torneios que envolviam equipes nacionais, mas também nos confrontos entre equipes de diferentes Estados brasileiros, conforme testemunho de Tomaz Mazzoni, um dos idealizadores do jornal *Gazeta Esportiva*, em São Paulo:

A imparcialidade ficou completamente à margem nas crônicas e comentários sobre os jogos interestaduais. Nos jogos locais vigorava o clubismo extremado. Os cronistas não eram profissionais, salvo raras exceções. (...) Criaram assim uma crônica partidaríssima e é fora de dúvida que lhes cabe grande parte da responsabilidade pela formação da educação esportiva no Brasil. (MAZZONI, p. 116).

Já na década de 1960, com o desenvolvimento das editorias de esporte nos grandes jornais, buscou-se uma maior qualificação do ofício do jornalista esportivo. Esse movimento tinha paralelo na cobertura das emissoras de televisão, que começavam a pensar como incluir transmissões ao vivo de futebol em suas grades de programação. Nos anos seguintes, especialmente na década de 1980, esporte e imprensa esportiva já representavam um rentável negócio e fonte de lucros para grandes empresas. As editorias de esporte se especializaram cada vez mais e chegaram a criar subdivisões, para poder comentar as diversas modalidades. Além disso, a busca de patrocínios e a compra de espaço por empresas promotoras de eventos passaram a dar a noção exata da nova ordem econômica em torno do jornalismo esportivo. Todo este processo ganha um dinamismo sem precedentes com a chegada ao Brasil da internet comercial e da TV por assinatura na década de 1990. Empresas de comunicação, de modo geral, intensificaram seus esforços no sentido de manter equipes mais preparadas para retratar o esporte. Além disso, por força de patrocínios crescentes e da melhoria nas tecnologias de transmissão de dados, o esporte pôde ganhar mais espaço na cobertura de imprensa.

Este preâmbulo serve-nos para verificar que, a despeito do desenvolvimento tecnológico das empresas de comunicação no Brasil, algumas práticas arcaicas no tratamento do esporte mantêm-se ainda intactas até os dias de hoje, em que pese considerarmos que eventos esportivos, de forma geral, são acontecimentos agendados com enorme antecedência, o que por si só deveria permitir às empresas de comunicação um preparo mais acurado e responsável na cobertura esportiva.

Por exemplo: o mundo inteiro teve a confirmação, já no dia 30 de outubro de 2007, de que o Brasil seria sede da Copa do Mundo de 2014. Isto significa que tanto o país como os veículos de imprensa tiveram seis anos e sete meses para preparem-se adequadamente tendo em vista a realização desta competição em solo pátrio. Do mesmo modo, todo o mundo pôde saber, já em 2 de outubro de 2009, que o Rio de Janeiro seria a sede dos Jogos Olímpicos de 2016 (uma aritmética simples mostra-nos que a imprensa e as autoridades brasileiras também terão seis anos e 10 meses para adequar seu trabalho diante da primeira Olimpíada a ser realizada na América do Sul, cujo início está previsto para o dia 5 de agosto de 2016).

Se tanto Copa do Mundo como Jogos Olímpicos são compreendidos consensualmente como dois exemplos bem acabados de megaeventos ⁴, seria de se esperar, pelo menos no caso dos veículos brasileiros, que alguns cuidados ou algumas inovações fossem postas em marcha para se cobrir torneios que acontecem “em casa” e que promovem um acompanhamento ímpar em todo o país. Será essa a impressão que o leitor teve a respeito da cobertura nacional sobre a última Copa do Mundo de 2014? Será essa a expectativa que o leitor tem a propósito do que aparecerá em 2016 em torno das Olimpíadas do Rio de Janeiro?

Como não nos arriscamos a fazer prognósticos, mas antes diagnósticos, não temos condições de prever o que as empresas de comunicação estão pensando com relação aos próximos Jogos Olímpicos. Mas podemos traçar algumas linhas de reflexão em torno do papel desempenhado por alguns setores da imprensa na Copa do Mundo-FIFA de 2014. É o que veremos nas páginas a seguir.

4 A esse respeito, ver DaCOSTA & MIRAGAYA (2008); HALL (1992); TAVARES (2011).

Copa do Mundo: a cereja do bolo das audiências e das “grifes” esportivas

Como o leitor há de saber, a primeira Copa do Mundo de futebol transmitida ao vivo e via satélite, para além do continente europeu, foi a de 1970, no México. Nos eventos seguintes, um número cada vez maior de telespectadores passou a acompanhar as partidas por meio de aparelhos de televisão, num processo que fez, da Copa do Mundo, um dos acontecimentos de maior audiência global no planeta.

No Mundial do Brasil de 2014 não foi diferente. No próprio site da FIFA (Federação Internacional de Futebol, Associação), material divulgado na seção “Media Release” em 21 de junho de 2014, ou seja, ainda durante a fase de grupos da competição, dava conta do aumento da audiência televisiva do evento em diferentes países do mundo.⁵ No dia 28 de junho, após o fim da primeira fase eliminatória, novo material divulgado pela entidade festejava os números de audiência até então (a previsão era que o número de 3,2 bilhões de espectadores do Mundial da África do Sul em 2010 seria ultrapassado em 2014).⁶ Já a decisão da Copa entre Alemanha e Argentina, disputada no dia 13 de julho de 2014, “foi vista por mais de 1 bilhão de pessoas no mundo, batendo todos os recordes de um evento internacional da história”, segundo dados divulgados pela FIFA e presentes em matéria divulgada pelo jornal *O Estado de S. Paulo*.⁷

Em todo o mundo, transmitir um Mundial de Futebol passou a representar um negócio bilionário, a ponto de a própria FIFA, a partir de 2010, ter criado uma estrutura própria – a TV FIFA – para ela mesma ser a geradora de conteúdo referente às transmissões das partidas. No

5 “TV viewing breaks records in first FIFA World Cup matches”. Disponível no site da FIFA, em língua inglesa, em <<http://www.fifa.com/worldcup/news/y=2014/m=6/news=tv-viewing-breaks-records-in-first-fifa-world-cup-matches-2378078.html>>. Acesso em 20 jan. 2015.

6 “Nouveaux records d’audimat pour la phase de groupes”. Disponível no site da FIFA, em língua francesa, em <<http://fr.fifa.com/worldcup/news/y=2014/m=6/news=nouveaux-records-d-audimat-pour-la-phase-de-groupes-2388434.html>>. Acesso em 20 jan. 2015.

7 “Final da Copa do Mundo foi vista por mais de um bilhão de pessoas”, publicada em 23/09/2014 e disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,final-da-copa-do-mundo-foi-vista-por-mais-de-um-bilhao-de-pessoas,1564835>>. Acesso em 20 jan. 2015.

Brasil, vimos assistindo nos últimos anos à guerra dos grandes conglomerados de mídia em torno da aquisição dos direitos de transmissão tanto da Copa do Mundo como dos Jogos Olímpicos (aqui, a intromissão da TV Record numa seara que tinha exclusividade da TV Globo trouxe certa efervescência ao mercado de anunciantes, mas pouca inovação e ganho de qualidade no produto oferecido ao público).

De todo modo, se determinada empresa só pode exibir pela televisão certos eventos esportivos a partir do momento que detiver – isto é, adquirir – os respectivos direitos de transmissão, temos aqui uma armadilha insolúvel, a partir de questões que mereciam maior discussão pública: promotores e organizadores dos eventos (como a FIFA ou o COI – Comitê Olímpico Internacional) passam a ter nas empresas de comunicação não apenas parceiros, mas antes de tudo sócios. Tanto uma como outra entidade assinam termos que dependerão, em segunda instância, da comercialização das cotas e dos espaços comerciais para investidores/anunciantes. Nesta lógica mercantil, como se pode imaginar que as empresas de comunicação irão tratar o evento – do qual são sócias – a partir de certo distanciamento jornalístico em que impere, com maior adesão, a ideia de independência? Qual o tratamento jornalístico que essas empresas irão dedicar às questões estruturais que envolvem o acontecimento esportivo e às diversas tensões sociais, políticas e econômicas nas quais importantes governantes e dirigentes estão envolvidos? Como lançar dúvidas e incertezas sobre uma competição que depende de sua “boa imagem” para atrair a publicidade de marcas nacionais e multinacionais?

Em grande medida, reflexões como esta valeriam também para qualquer modalidade esportiva transmitida pelas emissoras de TV aberta e de TV por assinatura, no Brasil e em dezenas de outros países em todo o mundo. O torneio mundial de determinada modalidade esportiva, adquirido pelo “Canal X”, terá larga cobertura em toda a sua grade de programação, envolvendo programas jornalísticos, de entretenimento, de entrevistas – quiçá até de teledramaturgia. Esse mesmo torneio mundial pode ser alvo apenas de pequenas notas no telejornal do outro canal ou sequer figurar nos critérios de noticiabilidade da programação do concorrente. Portanto, se são as audiências que contam, algumas tendências iniciadas pela TV aberta no Brasil – especialmente a do uso de ex-atletas como comentaristas ou repórteres

– começaram a ser postas em prática também pelos canais de TV por assinatura, dando conta de que os conceitos da academia estão longe de pautar as decisões do mercado.

Com efeito, já há alguns anos a TV Globo e a TV Bandeirantes, as duas emissoras de TV aberta que transmitem os principais campeonatos do futebol brasileiro (e que detiveram os direitos de transmitir a Copa do Mundo de 2014) não têm, entre seu corpo de comentaristas, jornalistas de formação ou de ofício, salvo melhor juízo. Na TV Globo, costumam proferir comentários durante os jogos sobretudo ex-atletas (como Casagrande, Júnior, Caio Ribeiro, Juninho Pernambucano e Ronaldo Fenômeno, extraordinariamente) ou ex-árbitros (casos de Arnaldo Cezar Coelho, Renato Marsiglia e Leonardo Gaciba); na TV Bandeirantes, o mesmo papel vem sendo desempenhado há tempos pelos ex-jogadores Neto, Edmundo e Denílson. Nos canais SporTV (que pertencem ao grupo Globo), a prática não é nova, mas foi incrementada às vésperas da Copa-2014, com a chegada de novos ex-jogadores (Ricardo Rocha, William Machado e Fernandão, que viria a falecer às vésperas do início do torneio). Nos canais FOX, a cobertura da Copa de 2014 teve como grande protagonista o ex-jogador Paulo Roberto Falcão, que durante anos fez o papel de comentarista na TV Globo. E até os canais ESPN, que desde a virada do século vinham mostrando certa resistência com relação à presença de ex-futebolistas no seu quadro de comentaristas, iniciou a cobertura da Copa do Mundo de 2014 com a presença do ex-árbitro Sálvio Spínola Fagundes Filho e dos ex-jogadores Zé Elias (iniciou a carreira no Corinthians) e do argentino Sorín (que, aliás, passou a ser o “repórter” oficial a acompanhar o dia-a-dia da Seleção Argentina no Mundial. Em que pese o sotaque “portunhol” – vez ou outra era difícil compreender o que ele dizia no vídeo –, seu conhecimento de atletas, dirigentes e comissão técnica argentinas deu-lhe livre trânsito para promover, em primeira mão, entrevistas e depoimentos que profissionais brasileiros teriam tanta dificuldade para realizar quando se deparam com equipes e delegações estrangeiras).

Alunos de jornalismo, a esta altura, deveriam perguntar-se qual espaço terão no meio televisivo se o ofício do comentário – e, como se viu, até o da reportagem – começam a ter a presença maciça de ex-atletas. E se no futebol essa tendência é irreversível, ela não é menos

comum em outros esportes, especialmente em algumas “modalidades olímpicas”, quando empresas de comunicação recorrem igualmente a ex-atletas, ex-árbitros e treinadores para didatizar as transmissões (basta ver quem comenta, no Brasil, as transmissões de basquetebol, voleibol, tênis, judô, boxe, natação, ginástica olímpica, iatismo, atletismo, esportes de inverno etc.). No automobilismo, o fenômeno ganhou corpo recentemente com o piloto Rubens Barrichello, que demonstrou surpreendente familiaridade com as câmeras ao entrevistar colegas de profissão para a TV Globo, na curta experiência que teve durante as transmissões de Fórmula 1 em 2013 e 2014. Não seria anedótico afirmar que seu desempenho como “repórter” – dados o conhecimento técnico e a amizade que cultivou no meio – deixou para trás os repórteres da emissora que, ordinariamente, faziam o mesmo trabalho antes de sua chegada. O mesmo ocorreu com os comentários do experiente Reginaldo Leme, que passou a ser desmentido – ou contrariado no ar – pelo também piloto Luciano Burti, comentarista da TV Globo a partir de 2004.

Não se trata, aqui, de demonizar empresas de comunicação por força de suas opções na contratação dos profissionais que irão praticar o chamado “jornalismo opinativo” em frente às câmeras de TV. Trata-se, isso sim, de perceber que tal estratégia denuncia dois aspectos: 1) a necessidade de as emissoras buscarem cada vez mais audiência e, por isso, recrutarem “atores” que dispõem de reconhecimento do grande público devido às performances de competidores de alto nível que demonstraram durante suas carreiras; 2) a desconfiança em se privilegiar profissionais da área de comunicação, de forma geral, e do jornalismo, em particular, no tratamento com o público de massa – salvo, obviamente, as inúmeras exceções, que transformam alguns jornalistas do esporte em celebridades. Voltaremos a este segundo aspecto no próximo item.

Por ora, cabe referir que esse expediente de se recorrer às “opiniões de grife” não é apanágio das emissoras de TV ou de rádio (neste caso, a ocorrência é bem menor, ainda que significativa). Num processo que se intensificou a partir da década de 1990, um dos recursos utilizados pelos jornais impressos para realizar a cobertura das Copas do Mundo foi o convite para que personalidades conhecidas do grande público – todos com nomes de “grife” e sem contato diário com a cobertura

do esporte – comentassem o evento nas páginas dos periódicos. Em épocas de Mundiais de futebol, escritores, cronistas e colunistas das áreas de política, economia, cultura etc. compuseram as “equipes” de comentaristas de jornais que integravam a chamada “grande imprensa” no Brasil (casos de *Jornal do Brasil* e *O Globo*, no Rio de Janeiro, e de *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, em São Paulo).⁸

De todo modo, escritores, cronistas e colunistas de outras áreas, bem ou mal, transitam pelo mundo da literatura ou da prática jornalística (e, invariavelmente, são capazes de recheiar a cobertura dos jornais com relatos divertidos, incomuns e com rara sensibilidade de escrita sobre as façanhas realizadas nas Copas do Mundo). Além destes, porém, outros profissionais alheios à imprensa costumavam receber convites para comentar os Mundiais de futebol nas páginas dos jornais. Ao lado dos ex-jogadores e dos técnicos ou ex-técnicos, outras personalidades faziam parte deste “amálgama opinativo”, e tínhamos então cantores, atores, encenadores de teatro, diretores de cinema, políticos, apresentadores de TV, intelectuais, publicitários, socialites, entre outras celebridades. Não iria demorar a que programas de TV adotassem o mesmo diapasão e levassem para a tela formatos híbridos, pautados pela fronteira entre o jornalismo e o entretenimento (conhecida como infotainment), como veremos ao final deste artigo.

No caso do futebol, e dada a dimensão que ele tem no tecido social brasileiro, parece que passou a ser normal aceitar qualquer tipo de opinião publicada. Se uma das máximas populares defende que o Brasil tem tantos treinadores da Seleção Brasileira como tem de habitantes, qualquer tipo de opinião, portanto, tem validade. Por meio dessa norma não escrita, mas aceita tacitamente por todos nós, o futebol acolheria opiniões das mais diversas, já que, à primeira vista, não haveria cientificismo que pudesse dar conta da análise esportiva. Poucos assuntos e temas jornalísticos, contudo, serão alvo de tanta diversidade de “opinadores” (o que não quer dizer que eles acrescentem algo significativo ao debate) quanto o esporte ou o futebol. O leitor consegue

8 Este foi o tema de nossa tese de doutorado, intitulada “O futebol ao rés-do-chão: a crônica e a coluna em tempos de Copa do Mundo” e defendida em 2003 na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Uma síntese do estudo pode ser vista em MARQUES (2004).

imaginar cantores de ritmos populares dando suas opiniões sobre o conflito árabe-israelense no Oriente Médio? Consegue por acaso vislumbrar o artista da telenovela comentando o resultado das eleições no Parlamento Europeu ou as deliberações tomadas pelos países ricos no Fórum Econômico Mundial em Davos, na Suíça? Consegue o leitor conjecturar o que ex-futebolistas podem afirmar sobre a variação cambial ou sobre o aquecimento global após a reunião do Rio + 20?

O leitor certamente terá dificuldade para visualizar estes últimos cenários porque, no que diz respeito aos aspectos “importantes da vida” assim definidos pela macroestrutura do jornalismo, as opiniões precisam dispor de um “lugar de fala”, construído pela trajetória de cada um de nós. No caso do esporte, esse “lugar de fala” terá importância apenas para se denunciar clubismos ou paixões irracionais. Fora isso, qualquer um – inclusive você, caro leitor – pode tranquilamente participar de debates sobre futebol e Copa do Mundo. O principal pré-requisito, neste caso, é o grau de “celebrismo” e as habilidades verbais para integrar-se ao espetáculo.

Os encontros privados em situações públicas

O Mundial da África do Sul de 2010, que prometia ficar caracterizado pela predominância das redes sociais na cobertura do evento, ficou notabilizado por outra particularidade entre nós: o confronto sistemático entre a imprensa brasileira e os integrantes da comissão técnica da Seleção (jogadores aqui incluídos). Poucas vezes viu-se um clima tão tenso e beligerante no trabalho de jornalistas na mediação de um fato esportivo – ainda mais se considerarmos que este clima não advinha de turbulências políticas ou sociais externas ao evento (como se deu na Olimpíada de Berlim em 1972, em que atletas israelenses foram vítimas de um atentado na vila olímpica).

Na Copa de 2010, não foram apenas as vuvuzelas (as cornetas sopradas nos estádios sul-africanos) ou a Jabulani (nome da bola oficial do evento) que passaram a dividir as atenções do noticiário esportivo: o próprio trabalho da imprensa foi alvo de debate, a partir do momento em que seu *ethos* passou a ser colocado em discussão em entrevistas

coletivas do então técnico brasileiro Dunga (o episódio de desavença com o jornalista Alex Escobar, da TV Globo, marcou história na competição), ou de integrantes da equipe, como os jogadores Kaká (dirigiu-se publicamente ao jornalista Juca Kfourri, procurando desmentir afirmações citadas na coluna do jornalista) e Felipe Mello (que chegou a discutir por telefone com Paulo Vinícius Coelho (PVC), então na ESPN Brasil, logo após o anúncio da divulgação dos convocados para a competição).

Cabe perceber que as práticas postas em execução pela maioria dos homens da imprensa esportiva beiram em inúmeros casos a alienação política e a não calibragem das cobranças (não se trata, bem entendido, dos casos que envolveram os jornalistas citados no parágrafo anterior). De todo modo, quantas horas de programação ou quantas laudas escritas o telespectador-leitor do futebol é obrigado a acompanhar a cada competição em torno da não convocação do atleta A e da convocação do atleta B. Em vez de se discutir os desmandos dos dirigentes que comandam o esporte no país, em todos os níveis, prefere-se ampliar a discussão sobre sistemas táticos e as opções que o treinador tem no banco. Em vez de se colocar em pauta a questão dos direitos de transmissão televisiva ou o que chamamos aqui de “celebritismo” dos “opinadores” da Copa, prefere-se dar voz aos “entendidos” (como dizia Nelson Rodrigues) para que estes palpitem sobre o melhor substituto para ocupar a vaga do craque Neymar.

Contribui para isso a falta de independência e de espírito crítico de muitos jornalistas, que preferem estabelecer uma política de boa vizinhança com atletas e dirigentes, a fim de que se mantenham as “fontes”, e a fim de que os caminhos nos clubes e entidades não se fechem à sua atuação. Na Copa de 2014, antes e durante sua realização, esta circunstância foi posta em xeque por diversas vezes – e, a nosso ver, com prejuízo para todos os envolvidos nesses episódios. Vejamos quatro deles.

a) **No dia 20 de outubro de 2011**, a FIFA, programou uma solenidade em Zurique, na Suíça, para anunciar o calendário oficial dos jogos da Copa do Mundo-2014 e os estádios que seriam utilizados em cada partida. Uma falsa expectativa cercava o anúncio de onde seria realizada a abertura da competição, uma vez que a decisão já estava

destinada para o Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro. Dizemos que se tratava de uma falsa expectativa porque a cidade de São Paulo e o Estádio do Corinthians já eram dados como o palco certo para a estreia do torneio.

Pois bem, um aparato midiático portentoso foi montado para que, também numa solenidade oficial, o Prefeito da Cidade de São Paulo, Geraldo Kassab, mais o Governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin, deixassem de lado suas agendas e despachos nos respectivos gabinetes para se dirigirem ao canteiro de obras de construção do “Itaquerão”. Ao lado dos dois governantes, estavam os ex-jogadores Cafu e Ronaldo Fenômeno (campeões pela Seleção Brasileira em 1994 e 2002) e o presidente do Corinthians, Andres Sanchez, além de operários, dirigentes de futebol, políticos e representantes da empreiteira responsável pela obra. Todos se reuniram em frente a um telão para acompanhar, via satélite, o comunicado que viria da Suíça.

Alguém consegue imaginar que dois governantes máximos, um da maior cidade do país, o outro do Estado com a maior arrecadação da federação, deslocar-se-iam para o extremo leste de São Paulo a fim de acompanhar um anúncio da FIFA se não soubessem de antemão o resultado desse anúncio? E por que razão a cobertura da imprensa, que poderia lançar questões a esses envolvidos, não procurou especular nada além do óbvio ululante: que nenhum aparato midiático seria montado se não houvesse a certeza de que São Paulo abriria o Mundial de 2014? Em vez disso, a cobertura de sites, TVs e jornais preferiram buscar os aspectos mais folclóricos e festivos do acontecimento, como o uso de capacetes de proteção por parte dos visitantes ilustres, a comunhão na comemoração com os operários, as poses para os fotógrafos etc.⁹ A forma nebulosa pela qual os poderes públicos do município e do Estado agilizaram os trâmites burocráticos para viabilizar a cons-

9 Por exemplo, a *Folha de S. Paulo*, na edição de 21/10/ 2011, preferiu destacar os “clubismos” do encontro por meio da matéria “Andres comemora no meio de ‘rivals’ em festa para operários e torcedores”. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2110201110.htm>>. Já a Agência Brasil deu amplitude aos políticos de São Paulo na matéria “Políticos paulistas fazem festa para comemorar anúncio do Itaquerão como sede da abertura da Copa”, de 20/10/2011. Disponível em <<http://memoria.ebc.com.br/agencia-brasil/noticia/2011-10-20/politicos-paulistas-fazem-festa-para-comemorar-anuncio-do-itaquerao-como-sede-da-abertura-da-copa>>. Ambos os acessos em 15 jan. 2015.

trução do estádio, tudo isto ficou longe da discussão – afinal de contas, poderia estragar o clima da festa...

b) **No dia 28 de abril de 2014**, por iniciativa do Governo Federal, um grupo de editores de esportes que trabalham nos principais jornais e emissoras de TV do país foi convidado a reunir-se com a Presidente Dilma Rousseff e o Ministro do Esporte, Aldo Rebelo, entre outras autoridades. O encontro teve lugar no Palácio da Alvorada, em Brasília (DF). Qual seria a pauta que mobilizaria uma dezena e meia de profissionais para deslocaram-se ao centro do poder em busca de algumas horas de papo com a representante maior da República?

O que poderia ser um bom motivo para a imprensa colocar em debate questões polêmicas que envolviam a organização do Mundial serviu no mais das vezes para humanizar a figura da presidente, a qual, segundo relatos, manteve-se todo o tempo “bem humorada”. Ela ainda teria afirmado que torcia por Atlético Mineiro e Internacional, e que estava animada por colecionar o álbum de figurinhas da Copa (vejam, por exemplo, matéria da *Folha de S. Paulo*, que se restringiu a republicar as falas da governante, e o tom suave empregado pelo jornal *O Globo*.¹⁰ Poucas ações de assessoria de imprensa terão sido tão eficazes nos últimos anos no Palácio do Planalto como esta).

A conversa estendeu-se das 20h até a 1h da manhã, num clima de convescote amistoso, em pleno ano eleitoral – e com Dilma pronta para entrar de cabeça na campanha da reeleição. Critérios para o encaminhamento dos convites aos profissionais de imprensa, isso ninguém discutiu, como também não se discutiu por que o veículo X foi chamado e o veículo Y não. Os órgãos de imprensa também não esclareceram quem financiou o deslocamento de seus profissionais até Brasília (seriam as próprias empresas de comunicação ou o Estado quem financiou as despesas?). E ninguém se lembrou de questionar por que

10 “‘Sei da lealdade de Lula a mim’, diz Dilma”. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/04/1447112-dilma-minimiza-volta-lula-e-diz-que-nada-rompera-sua-alianca-com-ele.shtml>> (acesso em 10 jan. 2015); e “Dilma fala de futebol, Copa e álbum de figurinhas com jornalistas esportivos”. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-fala-de-futebol-copa-album-de-figurinhas-com-jornalistas-esportivos-12340300>> (acesso em 10 jan. 2015).

entidades representativas do meio, como a ABI (Associação Brasileira de Imprensa), a FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), a ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) ou as diversas associações de cronistas esportivos de todo país, não foram contatadas ou não se fizeram representar oficialmente num encontro oficial. Do mesmo modo, propostas surgidas na 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), ¹¹ realizada em dezembro de 2009 em Brasília, não estiveram em pauta – e nenhum delegado saído desta iniciativa esteve presente.

c) **No dia 15 de maio de 2014**, também por iniciativa do Governo Federal, um grupo de “blogueiros”, comentaristas, locutores e apresentadores de TV foram recebidos em nova cerimônia oficial da qual participaram novamente a Presidente da República e o Ministro do Esporte, entre outras autoridades. Desta vez, apenas 10 eleitos tiveram o privilégio de atender ao convite e de se deslocar para nova solenidade no Palácio da Alvorada. O rol dos participantes ampliou o alcance midiático do encontro, haja vista a presença de rostos bem conhecidos do público de TV. Desta vez, a reunião parece ter tocado em pontos mais sensíveis referentes à organização do Mundial de 2014. Mesmo assim, o tom “camarada” das conversas, quase que numa troca de confissões entre velhos amigos, povoou os relatos publicados nos blogs dos convidados, como o leitor poderá ver nas páginas de Juca Kfour, PVC e Renato Maurício Prado. ¹²

11 A Confecom foi convocada pelo Governo Federal e contou com a participação de representantes do poder público, da sociedade civil e do meio empresarial. O objetivo do encontro foi a elaboração de propostas em busca da elaboração de uma “Política Nacional de Comunicação”. Ver “Dados sobre a 1ª Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), realizada em 2009”, em <http://www.mc.gov.br/acessoainformacao/servico-de-informacoes-ao-cidadao-sic/respostas-a-pedidos-de-informacao/25143-dados-sobre-a-1-conferencia-nacional-de-comunicacao-confecom-realizada-em-2009>. Acesso em 15 jan. 2015.

12 “Jantar com a presidenta”. Disponível no *Blog do Juca Kfour*, em <<http://blogdojuca.uol.com.br/2014/05/jantar-com-a-presidenta/>>; “Esta é a hora de o governo ajudar a mudar o futebol brasileiro. Quem diz isso é a presidenta Dilma”, em matéria de Paulo Vinicius Coelho no site da ESPN, em <http://espn.uol.com.br/post/410927_esta-e-a-hora-de-o-governo-ajudar-a-mudar-o-futebol-brasileiro-quem-diz-isso-e-a-presidenta-dilma>; e “Dilma quer reforma no futebol como legado da Copa”, disponível em *O Blog do Renato Maurício Prado*, em <<http://oglobo.globo.com/esportes/rmp/posts/2014/05/16/dilma>>

As conversas, segundo relatos dos que ali estiveram, estenderam-se mais uma vez até a 1h da manhã. Interessante notar que a questão eleitoral também foi pauta do encontro, em meio à presença de alguém que pleiteava sua reeleição. Novamente, há de se louvar o fenomenal factóide promovido pelo Governo Federal, por meio igualmente de uma estratégia fabulosa de assessoria de imprensa. E, à semelhança do que ocorrera semanas antes, ninguém se lembrou de questionar mais uma vez por que entidades representativas do meio, como a ABI (Associação Brasileira de Imprensa), a FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), a ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) ou as diversas associações de cronistas esportivas de todo país, além dos delegados da Confecom, não foram contatados ou não se fizeram representar oficialmente num encontro oficial.

Pois bem: essas entidades deixaram de ser contatadas simplesmente pelo fato de terem perdido o poder de representação dos profissionais e da prática jornalística no país. Não foram contatadas porque questões públicas que envolviam a organização de um megaevento no país (para o qual houve empenho pessoal de políticos de todos os níveis e matizes partidários) foram tratadas de modo muito pouco republicano. Governos federal, estadual e municipal não promoveram consultas públicas para saber se o país queria sediar a Copa do Mundo em 2014. O cidadão não foi ouvido para saber quantas sedes e estádios deveriam ser preparados para acolher o evento, nem quais as obras de infraestrutura eram mais necessárias para as comunidades que seriam atingidas pelas obras da Copa. Daí não ser possível desvincular estas iniciativas, levadas a cabo pelo poder da República, da turbulência social que ameaçava a realização do evento no Brasil e da corrida eleitoral para a presidência que iria tomar corpo dali em diante. Nossa imprensa esportiva, de forma geral, cedeu à simpatia da presidente e do ministro, como já havia cedido ao prefeito e ao governador no midiático anúncio do Itaquerão, 30 meses antes.

d) Mas circunstâncias do momento ainda reservavam um momento especial para que a imprensa esportiva tupiniquim se dobrasse, mais

-quer-reforma-no-futebol-como-legado-da-copa-536088.asp> (todos estes sites acessados em 25 jan. 2015).

uma vez, a demandas que estão longe de representar o interesse público. **No dia 30 de junho de 2014**, o técnico da Seleção Brasileira, Luiz Felipe Scolari, surpreendeu o jornalismo esportivo brasileira com uma reunião privada da qual participaram membros da comissão técnica e seis (sim, apenas seis) jornalistas que trabalhavam na concentração da equipe, na Granja Comary, em Petrópolis (RJ). A escolha dos seis eleitos não tinha como intuito dar representatividade aos veículos aos quais eles estavam vinculados, nem de dar representatividade aos 700 jornalistas credenciados para cobrir a Seleção Brasileira na concentração dos atletas. A escolha deveu-se a simpatias pessoais e à confiança que o treinador depositava naqueles profissionais.

Deveriam esses jornalistas ter recusado o convite para uma reunião individualizada diante de tantas coletividades ali presentes? Diante da excepcionalidade do fato, talvez não. Mas se estavam diante de uma conversa particular em tom de confessional, por que alguns desses jornalistas buscaram divulgar publicamente, como se de um “furo jornalístico” se tratasse, a conversa que privaram com a comissão técnica da CBF? Por que tornaram públicas algumas confidências do treinador, como a de que ele teria se arrependido da convocação de um atleta e a de que o capitão da equipe, Thiago Silva, encontrava-se desestabilizado emocionalmente? E por que tal encontro foi recebido com tanta naturalidade, como se se tratasse de fato ordinário, como atesta matéria do site da Rádio Globo, “representada” na reunião pelo jornalista Osvaldo Pascoal, o qual corrobora a impressão do destensio-namento do encontro? ¹³

A reação dos não eleitos, como não poderia deixar de ser, não tardou a aparecer. Juca Kfoury e Paulo Vinícius Coelho, presentes ao encontro com Scolari, tiveram que lidar com um insustentável clima de cobrança e de mal-estar por parte de colegas de emissora durante os debates que foram ao ar, naquela mesma data, no programa “Linha de Passe” – a mesa redonda noturna do canal ESPN Brasil durante a Copa. Os dois, ainda, desempenharam por diversas oportunidades

13 “Felipão se reúne com jornalistas em bate-papo informal e revela que faria mudança em lista de convocados”. Disponível em <<http://radioglobo.globo.com/copa-do-mundo/copa-do-mundo-2014/materia/2014/07/01/felipao-se-reune-com-jornalistas-em-bate-papo-informal-e-revela-que-faria-mudanca-em-li.htm>>. Acesso em 22 jan. 2015.

o papel de porta-voz do treinador, defendendo as opções deste até o fatídico encontro com a Alemanha. Outros relatos, porventura ressentidos pela arbitrariedade dos convites endereçados por Scolari ou ressentidos pelo fato de não terem sido convidados, deram conta da cisão interna provocada no seio dos jornalistas esportivos pela realização daquele encontro em uma das sedes oficiais da CBF, como é o caso do texto do não menos polêmico Cosme Rímoli ¹⁴ e da matéria irônica publicada no mesmo dia do encontro pelo portal do jornal Lance! ¹⁵.

Mais uma vez, a iniciativa levada a cabo pela comissão técnica da CBF, à semelhança do que fora protagonizado pelo Governo Federal nos jantares com os jornalistas esportivos, tratou de individualizar e particularizar aquilo que poderia ser alvo de uma discussão mais ampla e coletiva. Scolari e qualquer integrante de seu staff, incluídos aí os jogadores da Seleção Brasileira, tinham à disposição, diariamente, diversas oportunidades para, nas coletivas de imprensa previamente agendadas, discutir e debater questões da preparação do time e da cobertura dos meios de comunicação, se assim o quisessem. A saída, igualmente, foi a de privilegiar uns em detrimento de outros, ou seja, a de ser inclusivo com poucos por meio da exclusão de vários. Em outras palavras, a iniciativa preferiu levar para dentro do palácio os amigos do rei, deixando os não tão amigos do lado de fora da Corte. Da maneira como as coisas se processaram, jornalistas transformaram-se involuntariamente em celebridades envolvidas em fatos noticiosos, e não os mediadores do fato esportivo para seus públicos.

14 “O fracasso da reunião entre Felipão e seus jornalistas de confiança – expôs ainda mais seus jogadores, mostrou sua falta de convicção tática, levantou suspeitas sobre a Fifa. Vários tiros no pé...”, disponível em <<http://esportes.r7.com/blogs/cosme-rimoli/o-fracasso-da-reuniao-entre-felipao-e-seus-jornalistas-de-confianca-expos-ainda-mais-seus-jogadores-mostrou-sua-falta-de-conviccao-tatica-levantou-suspeitas-sobre-a-fifa-varios-tiros-no-pe-01072014/>>. Acesso em 22 jan. 2015.

15 “A ‘jornalistas amigos’, Felipão pede apoio contra arbitragem e admite abalo”. Disponível em <http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Preocupado-Felipao-convoca-jornalistas-emocional_0_1166283536.html#ixzz3Q2wM6Rrc>. Acesso em 22 jan. 2015.

Jornalismo com entretenimento ou entretenimento com jornalismo

Para encerrar nossas reflexões sobre a imprensa brasileira e a Copa do Mundo de 2014, cabem algumas referências gerais à maneira como a competição foi tratada pelas emissoras de TV aberta e por assinatura no Brasil. Como referimos no início deste artigo, duas tendências cristalizaram-se neste último Mundial: a presença de ex-atletas como comentaristas e o excesso de “opinadores” nas telas das TVs, os quais poderiam ser enquadrados na categoria dos *fast thinkers*, criada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997): os *fast thinkers* seriam aqueles agentes com forte presença midiática e que pensam de modo rápido, quase sempre por meio de ideias feitas, produzindo apenas *fast food* cultural. Diversas celebridades, convidadas para “abrilhantar” programas esportivos ao longo da Copa do Mundo (casos de artistas, cantores, modelos, comediantes, astros da TV etc.), acabaram por se encaixar neste paradigma de pensamento rápido, já que sua maior função era justamente a de engrossar o coro da “torcida brasileira” em torno do escrete canarinho.

302

Os canais SporTV, por exemplo, tiveram como principal diferencial em 2014 a oferta de dois programas opinativos: o “É Campeão” e o “Extraordinários”. O primeiro contava com a presença de cinco capitães de equipes campeãs do mundo em Copas (Carlos Alberto Torres, do Brasil; Franz Beckenbauer e Lotthar Matthaus, da Alemanha; Daniel Passarella, da Argentina; e Fabio Cannavaro, da Itália), os quais manifestavam suas análises e reflexões num debate coordenado pelo jornalista André Rizek. O segundo, sucesso de audiência nas madrugadas da Copa segundo o próprio canal, promovia um debate em tom de farsa sobre os rumos do Brasil no Mundial. Com a proposta de trazer irreverência para a discussão em torno do futebol, foram escalados a atriz Maitê Proença (paradigma proposital da mulher bela, sensual e leiga em assuntos do ludopédio); o escritor Eduardo “Peninha” Bueno (paradigma do intelectual iluminado em vestes de *clown* ou *menestrel*); e o jornalista Xico Sá (pouco à vontade, diga-se de passagem, no paradigma do profissional sério de imprensa, escolhido para dar credibilidade à coisa toda). Como essa junção não podia representar

garantia de sucesso à partida, logo foram convidados para integrarem-se à trupe os humoristas Cláudio Manoel, Beto Silva, Marcelo Madureira, Hubert Aranha e Hélio de La Peña, idealizadores do programa de humor Casseta & Planeta, que por quase duas décadas ocupou as noites da terça-feira na TV Globo. A experiência caiu tanto no agrado do público que o programa foi mantido no formato semanal, indo ao ar nas noites de domingo após a Copa.

Sobre o “Extraordinários”, é bem que se diga, não se pode acusá-lo de desvirtuar a prática jornalística, inserindo conteúdos do entretenimento naquilo que deveria servir para informar e tratar a notícia. A proposta do programa não tem nada a ver com isso, em que pese estar sendo apresentada num canal de esporte – e não de entretenimento. O maior problema do “Extraordinários” (algo que acomete também o “Central da Copa” da TV Globo, como veremos a seguir) está no fato de se tratar de um programa deliberadamente de entretenimento que procura vez ou outra incorporar, de maneira lúdica mas sempre debochada, aspectos típicos da produção jornalística (como a presença metalinguística da ilha de edição e do diretor do programa, as discussões sobre a pauta do dia, o tempo para debate de cada tema etc.). Ao parodiar – e ironizar – as etapas que compõem o ofício do jornalismo televisivo, o programa acaba por carnavalizar esse mesmo ofício, o que é ótimo para o humor, mas ruim para o próprio jornalismo.

O mesmo efeito discursivo pôde ser visto no “Central da Copa”, programa inaugurado pela TV Globo durante a Copa de 2010 e que voltou com destaque em 2014. Desta vez, a grande atração da emissão era a figura de um boneco que representava o jogador argentino Lionel Messi. Assim como já havia acontecido por ocasião do Mundial da África do Sul, as provocações – quase sempre tolas – entre brasileiros e argentinos davam o tom das discussões do programa, entremeadas com as “opiniões” de humoristas e atores da própria emissora. De resto, a Globo resolveu apostar novamente na “videogamezação” de sua cobertura, com o uso de mesas tecnológicas (que ilustravam questões táticas das equipes) e de cenários e bonecos virtuais (que procuravam demonstrar, para o público, situações reais do campo de jogo).

Na TV Bandeirantes e na Bandsports, a opção também foi pelo enxerto de programas opinativos ao longo de toda a grade dos canais. Milton Neves, conhecido homem da imprensa esportiva, comandava

à noite o “Band na Copa”, programa de estúdio com ex-jogadores e com performances de convidados que seriam típicas de espetáculos de *stand up comedy*. E José Luiz Datena, que atuou por muito tempo como repórter esportivo de campo e que nos últimos anos se notabilizou por comandar programas policiais de fim de tarde na TV aberta, ficou responsável pela narração dos jogos do Brasil na Copa do Mundo. As gags e máximas do apresentador nas transmissões de Brasil 1 x 7 Alemanha, na semifinal, e de Alemanha 1 x 0 Argentina, na final da Copa (quando ele torceu acintosa e deliberadamente contra os vizinhos sul-americanos), são dignas igualmente dos melhores momentos humorísticos da imprensa televisiva brasileira na mediação de um acontecimento futebolístico ¹⁶.

Nas outras TVs por assinatura, o panorama pouco trouxe de novidade ou inovação. A Fox Sports também investiu em programas de debates em estúdio – um dos principais deles foi o “Boa Noite, Copa”, que, como já referido, teve a apresentação de Paulo Roberto Falcão (o ex-jogador atuou igualmente nas transmissões dos principais jogos do Mundial). Em outra ponta, no segundo canal da Fox Sports, notabilizou-se o esforço em se propor uma narração alternativa das partidas da Copa. Para tanto, apostou-se no talento do locutor Paulo Bonfá, que, no entanto, já havia cristalizado o formato de uma “narração irreverente e divertida” na MTV Brasil, ao lado de Marco Bianchi, durante o período (de 1995 a 2013) em que a emissora organizava o Rockgol – torneio de futebol soçaite com bandas musicais. Em suma, apostou-se numa fórmula já usada. Ou seja, tudo como dantes, no quartel d’Abrantes.

Já nos canais ESPN, que outrora se notabilizaram pela qualidade de programas investigativos e pela produção de grandes reportagens em que se denunciavam os desmandos do esporte brasileiro, a opção editorial desta vez também privilegiou o mais simples e o mais barato: muitos programas de debates em estúdio, com o gênero opinativo dando a tônica da cobertura da emissora, que, aliás, foi aquela em que

16 Ver matéria “Datena tem dia de ‘Brasil Urgente’ ao narrar jogo do Brasil: ‘Barbaridade’”, disponível no site UOL em <<http://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2014/07/08/datena-tem-dia-de-brasil-urgente-ao-narrar-jogo-do-brasil-barbaridade-2/>>. Acesso em 19 jan. 2015.

mais se notou a busca do contraditório e do contraponto entre visões opostas e divergentes.

Mesmo assim, a conclusão dos trabalhos de cobertura da Copa 2014 foi marcada pela exibição, festejada por profissionais da casa e pelo “fã do esporte”, de um vídeo em que jornalistas do canal dançavam e cantavam o hit “Happy”, do rapper norte-americano Pharrel Williams.¹⁷ O que foi exibido com ares de ineditismo, entretanto, poderia ter dialogado com a iniciativa idêntica, realizada semanas antes, pelos colegas da ESPN mexicana, que também fizeram montagens do clip da mesma canção (ver, por exemplo, os vídeos divulgados antes da iniciativa da ESPN brasileira ¹⁸).

Em todas estas emissoras, outra prática também se fez presente, com maior ou menor intensidade: o “palpitismo” desenfreado de jornalistas e comentaristas, todos procurando mostrar maior habilidade em se prever o futuro esportivo de jogadores e equipes. De forma geral, o mundo do jornalismo esportivo adora elaborar prognósticos e arriscar palpites sobre tudo o que envolve grandes competições. Há programas de emissoras de rádio e de televisão, inclusive, que mantêm quadros e blocos específicos para o registro dessas “predições”, antes e depois da realização dos jogos (afinal de contas, é preciso “conferir” o resultado). A prática do “bolão” (espécie informal de uma bolsa de apostas, a partir dos resultados previstos pelos participantes) é corriqueira entre profissionais de imprensa e entre o público brasileiro. Se os “entendidos” do futebol fossem de fato bons em prognosticar resultados, todos eles já se teriam tornado milionários em loterias e casas de apostas. Ao mimetizar, de modo igualmente informal, uma prática popular, os meios de comunicação buscam humanizar seus jornalistas e criar a ilusão de que o telespectador pode estar ali representado, espelhando a possibilidade de o telespectador também poder operar a prática do palpitismo em seus círculos sociais (no bolão do escritório, da faculdade, da escola, do bar etc.).

17 Disponível no Youtube em <https://www.youtube.com/watch?v=9ienSiTa5VU>. Acesso em 20 out. 2014.

18 No Youtube há dois vídeos em <<https://www.youtube.com/watch?v=RPdGDIEKeAI>> e em <<https://www.youtube.com/watch?v=8ThYLzmpqMc>>. Acesso em 20 out. 2014.

Considerações quase finais

Ao chegar até aqui, o leitor pode estar com a impressão de que este artigo carregou por demais na crítica ao que a imprensa brasileira – especialmente a de televisão – realizou na Copa do Mundo de 2014. Certamente, preferimos discutir aqui os aspectos disfóricos que, de forma geral, marcaram a programação da TV aberta e por assinatura no Brasil. Tratou-se, obviamente, de uma opção metodológica, já que o leitor não teve ou não terá dificuldades para buscar os aspectos eufóricos da cobertura da Copa do Mundo pelos nossos órgãos de imprensa (bastava, para isso, ler ou acessar os balanços que cada empresa de comunicação realizou ao final da competição).

Parece-nos óbvio, também, que muitas das opções editoriais levadas a cabo pelas empresas de comunicação (como a recorrência a ex-jogadores e a celebridades de todo o tipo para comentarem a Copa) têm a ver com uma tentativa de aproximar suas coberturas do público de massa, dado que os índices de audiência não podem ser menosprezados e que esse mesmo público aprecie as tentativas de “humanização” da prática jornalística. No entanto, alguns limites tênues e outros não tão tênues entre seriedade x diversão ou entre credibilidade x histriionismo foram colocados em marcha em 2014.

De forma geral, como aqui quisemos demonstrar, esses limites foram testados em diferentes níveis pela predominância do “palpitisimo” (a tendência exagerada em se prognosticar os resultados dos jogos); pela onipresença do “celebritismo” e dos “opinadores”, que apareciam ao longo de todo o dia nas emissoras que transmitiram o evento e que reatualizavam continuamente a categoria dos *fast thinkers* de Bourdieu; pela correspondente “standupização” do jornalismo, em que apresentadores de TV ficavam caminhando de lado a lado no estúdio, estimulando entre os convidados e a plateia a produção de discursos caracterizados pela anedotização de fatos e personagens do Mundial; pelo avanço da videogamezação da cobertura, com a invasão de grafismos e cenários virtuais na tentativa de melhor se compreender a sintaxe dos jogos; e pela aparente irreversível tendência de se parodiar ou ironizar a prática jornalística em programas assumidamente de entretenimento.

Todas estas tendências seriam bem assimiladas se, na contramão, o trabalho da reportagem jornalística expusesse ao público os conflitos, tensões e contradições que um megaevento deste porte encarna em si. Mas, como “sócias” do evento, as emissoras só se dão conta do descalabro quando a falência do modelo lhes bate à porta, de um modo ou de outro. Foi preciso que o Brasil perdesse da Alemanha de forma humilhante por 7 x 1 para que a imprensa “descobrisse” que alguns atletas da Seleção Brasileira estiveram mais presentes nas redes sociais do que nos campos de treinamento em Petrópolis. Foi preciso que o Brasil perdesse da Alemanha de forma humilhante por 7 x 1 para que a imprensa “descobrisse” que a comissão técnica não treinava a equipe e não dispunha de alternativas táticas para aplicar durante os jogos. Foi preciso que o Brasil perdesse da Alemanha de forma humilhante por 7 x 1 para que a imprensa “descobrisse” que, enquanto outras seleções mantinham o foco na competição ao escolherem locais de concentração adequados, a CBF havia preferido montar um verdadeiro circo na Granja Comary, com a presença constante de anunciantes, celebridades da mídia e populares.

Mas, oras bolas, a imprensa não estava ali presente, de forma maciça, com centenas de repórteres convivendo lado a lado com os dirigentes da Seleção, alguns deles inclusive pernoitando no condomínio em que se encontra o centro de treinamento? Onde estavam esses setoristas todos, que buscaram quase sempre um discurso eufórico para tratar dos assuntos da Seleção – alguns deles com tapinhas nas costas de treinadores e jogadores antes do início do torneio? Por que se propagou, de forma geral durante a Copa, o discurso oficial da CBF, relativizando-se os problemas e deficiências da equipe, que desde o início da competição mostrava problemas de equilíbrio emocional?

Um dos momentos mais marcantes da cobertura da TV brasileira numa Copa do Mundo ocorreu em 1986, quando o comunicador Marcelo Tas, encarnando o personagem Ernesto Varela (um repórter fictício que, na época da abertura política no Brasil, ironizava personalidades da cena política por meio de entrevistas repletas de perguntas de duplo sentido), provocava o riso do telespectador por meio da exploração das ambiguidades do futebol brasileiro. É sintomático que essa tarefa tivesse que ser posta em prática quase três décadas atrás por

meio da criação de um “personagem”, e não pela assunção da tarefa pelos próprios repórteres de ofício.

Não chega a surpreender, neste sentido, que a TV Globo, em eleição promovida pelo programa “Domingão do Faustão” em janeiro de 2015, tenha elegido Fernanda Gentil como a “melhor repórter do ano” na emissora. Terá ela descoberto alguma falcatura no esporte brasileiro em 2014? Terá ela apresentado algum furo de reportagem que envolvesse dirigentes da FIFA ou da CBF? Terá ela promovido alguma série de reportagens para colocar em perspectiva as implicações do poder público e as benesses do mundo privado na organização da Copa 2014? Não. Longe disso. Seu maior mérito ao longo do ano foi o de ter chorado diante das câmeras da TV Globo, logo no dia seguinte à derrota do Brasil diante da Alemanha, ao participar ao vivo do programa “Encontros”, de Fátima Bernardes.

Nessa quase promiscuidade entre jornalistas e fontes oficiais, nessa permanência da passionalidade e da emotividade no tratamento do fato esportivo, nessa tendência ao uso exaustivo do humor na cobertura das Copas do Mundo, nessa disputa opinativa das celebridades de plantão, fica-nos a impressão de que a imprensa brasileira continua remontando às práticas anunciadas por Thomaz Mazzoni em sua obra de 1950. Não nos devemos admirar, portanto, das aproximações – inclusive nos resultados – entre os dois Mundiais de futebol realizados no Brasil, um em 1950 e outro em 2014. Desta vez, porém, resta-nos a suspeita de que fomos goleados também fora do campo. O que será que teremos pela frente na Olimpíada de 2016 a ser disputada na Cidade Maravilhosa?

Referências Bibliográficas

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

CALDAS, Waldenir. *O pontapé inicial: memória do futebol brasileiro (1894-1993)*. São Paulo: IBRASA, 1990.

DaCOSTA, L. P.; MIRAGAYA, A. Estado da Arte do Conhecimento sobre Legados de Megaeventos Esportivos no Exterior e no Brasil. In: DaCOSTA, L. P. et al. (Ed.). *Legados de megaeventos esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

FONSECA, Ouhydes. “Esporte e crônica esportiva”, em *Esporte & Jornalismo*. (org. Pascoal L. Tambucci, José G.M. de Oliveira & José Coelho Sobrinho) São Paulo: Cepeusp/USP, 1997.

FRANZINI, Fábio. *Corações na ponta da chuteira* – capítulos iniciais da história do futebol brasileiro (1919 – 1938). Rio de Janeiro, DP&A, 2003.

HALL, C. M. *Hallmark tourist events: impacts, management & planning*. Londres: Belhaven Press, 1992.

LEVINE, Robert M. “Esporte e sociedade”, em MEIHY, J.C.S.B. WITTER, S. (org.). *Futebol e cultura: coletânea de estudos*. São Paulo: Imprensa Oficial/Arquivo do Estado, 1982.

LOPES, José Sérgio Leite. “Futebol mestiço: história de sucessos e contradições” in *Ciência Hoje* – Revista de Divulgação Científica da SBPC. Rio de Janeiro, vol. 24, nº 139, jun. 1998.

MARQUES, José Carlos. “O estigma de ser jornalista esportivo (a discriminação do profissional de esporte na imprensa brasileira)”, em *Anais Intercom 2003*. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

MARQUES, José Carlos. “Futebol de celebridades – o jornalismo de referência no Brasil e a cobertura das últimas Copas do Mundo”. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*. São Paulo: Intercom, 2004.

MAZZONI, Thomaz. *História do futebol no Brasil*. São Paulo: Edições Leia, 1950.

_____. *Problemas e aspectos do nosso futebol*. São Paulo: A Gazeta, 1939.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom & WITTER, José Sebastião. (org.) *Futebol e cultura: coletânea de estudos*. São Paulo: Imprensa Oficial/Arquivo do Estado, 1982.

NEIVA, Adriano. “Escrevendo uma história”, em *60 anos de futebol no Brasil*. São Paulo: Federação Paulista de Futebol (FPF), 1954.

REVISTA USP – *Dossiê futebol*. São Paulo, trimestral, nº 22, jun-ago.1994.

TAVARES, Otavio. “Megaeventos Esportivos”, em *Revista Movimento*, Porto Alegre: v. 17, n. 03, p. 11-35, jul./set. de 2011.

O 'SACANA COÇA-SACO TROPICAL' E O HOMO BRASILIS:

O DISCURSO FUNDADOR DO BRASIL
SEGUNDO UM 'PROFESSOR' ALEMÃO EM
BONITAS E GOSTOSAS

CLAUDIO BERTOLLI FILHO¹; ANA CAROLINA BISICALQUINI TALAMONI²

Introdução

O leitor deste livro obviamente já sabe que a Copa do Mundo de Futebol FIFA-2014, realizada no Brasil, celebrou a vitória da Alemanha na grande finalíssima que teve lugar no dia 13 de julho de 2014 no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro (RJ). O triunfo por 1 x 0 sobre a Argentina, com um gol obtido já no crepúsculo da prorrogação da partida, ficou longe de repetir o script do confronto anterior protagonizado pelo mesmo selecionado germânico na semifinal do

311

- 1 Graduado em História e Ciências Políticas e Sociais; Mestre e Doutor em História pela USP e Livre-Docente em Antropologia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru), onde atua como professor adjunto. Desenvolve pesquisas na área de antropologia cultural, com destaque para as questões do corpo e da mídia. É membro do Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol (GECEF) e do Grupo de Pesquisa em Ensino de Ciências.
- 2 Graduada em Psicologia, Mestre e Doutora em Educação para a Ciência (UNESP/Bauru). Membro do Grupo de Pesquisa em Ensino de Ciências e do Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol (GECEF). Professora Assistente do curso de Ciências Biológicas do Campus do Litoral Paulista da UNESP em São Vicente. Tem por foco de pesquisa a investigação acerca das representações do corpo presentes no processo educativo, suas influências no ensino e aprendizagem dos conhecimentos científicos.

torneio, disputada no Estádio do Mineirão, em Belo Horizonte (MG), cinco dias antes. O leitor deste livro, também irremediavelmente, sabe que este último encontro realizado no dia 8 de julho terminou com o placar incrédulo de Brasil 1 x 7 Alemanha – a pior derrota da Seleção Brasileira em um século de história.

Inúmeras explicações e justificativas para essa *débâcle* sem precedentes começaram a ser empreendidas pela comunicação social, por alguns atores do futebol brasileiro, pela opinião pública e, em menor escala, pelos estudos acadêmicos – algo que esta obra procura ministrar. Entre algumas dessas explicações, surgiram novas e não tão novas interpretações do “ser brasileiro”, as quais apontavam mais uma vez para algumas ideias consagradas em torno da falta de planejamento do país para receber o evento, da falta de organização da comissão técnica e da CBF (Confederação Brasileira de Futebol, responsável pela administração do selecionado brasileiro), do despreparo psicológico do jogador canarinho diante dos momentos decisivos, da emotividade e da malemolência nacionais contrapostos à frieza e à disciplina alemãs, do “jeitinho” e do futebol-arte nacionais que teriam sido superados pela ordem coletiva europeia etc.

Longe de contribuir para essas discussões por meio da leitura dos fatos e circunstâncias que compuseram a Copa do Mundo de 2014, este artigo – à guisa de apêndice – tratará de analisar um episódio específico do filme *Bonitas e Gostasas* (1979), de Carlo Mossy, no qual um professor alemão, numa leitura alegórico-antropológica, elabora um discurso fundador em torno do surgimento do *Homo brasiliis*, o habitante que teria florescido em nosso país e iniciado um novo processo civilizatório nos trópicos. A aproximação entre estes dois elementos – a goleada da Alemanha sobre o escrete brasileiro e a interpretação do Brasil empreendida por um intelectual germânico – pode servir, em que pese a caricatura de ambos, para uma melhor compreensão das séries culturais que estavam em campo no Mineirão no dia 8 de julho de 2014 e as que se confrontavam nas telas de cinema no país 35 anos antes.

Antes de nos debruçarmos sobre o filme, entretanto, cabem algumas discussões em torno do cenário político que o Brasil vivia na segunda metade da década de 1960, com a implantação da Ditadura Militar em 1964 e os desdobramentos culturais daí advindos – entre eles, o surgimento da ‘pornochanchada’, gênero cinematográfico que provocava uma

simbiose entre alguns elementos da chanchada brasileira (comédias em geral produzidas por grandes produtoras, como a Vera Cruz e a Atlântida) e do cinema erótico, com larga exploração do nu e da sensualidade feminina, e no qual se inclui o *Bonitas e Gostasas* de Carlo Mossy.

Produção cultural e Ditadura Militar no Brasil

No plano dos debates acadêmicos não restam dúvidas de que o movimento iniciado em 31 de março de 1964 no Brasil constituiu-se em um golpe de Estado articulado por setores militares associados à burguesia nacional e ao capital internacional. Por outro lado, é importante levar-se em consideração os supostos ideológicos dos próprios golpistas, os quais avaliaram – mesmo que equivocadamente – que estavam participando de uma revolução ou, pelo menos, da instalação de uma nova plataforma político-econômica e social que, dependendo da voz golpista, resultaria de imediato ou em curto prazo em uma revolução.

A enganosa percepção de que a recorrência à força para a destituição das autoridades legalmente constituídas consagra um ato revolucionário firmou-se como tradição na história nacional. Os princípios ideológicos assumidos por uma parcela dos envolvidos na proclamação da República, representados pelas propostas do advogado e panfletista “radical” Antônio da Silva Jardim, permitiram que ele afirmasse que a substituição da monarquia pela República era a evidência maior que se vivia em 1889 o clímax do processo revolucionário nacional, fato hoje anemicamente explorado pela historiografia (Queiroz, 1967). Ao contrário disto, muitos analistas ainda insistem em qualificar o golpe de 30 como sendo uma revolução (o que não fazem em relação a 37, com o advento do Estado Novo), mantendo a tradição, mesmo que disfarçada, de exaltar a figura de Getúlio Vargas (Fausto, 2008). Sobre o período que se prolongou de 1964 a 1985 nenhum pesquisador ousou a rotulá-lo de revolucionário, mas o termo continua a ser utilizado até hoje por alguns grupos, como ficou evidente nos episódios do “lapso” cometido pelos herdeiros de Olavo Setúbal e na reprise da Marcha da Família.

Restringindo-se ao período da ditadura militar brasileira, observa-se que o empenho pela criação de uma moral e de um sentimento

cívico afinada com o interesse dos autoproclamados “revolucionários” deu-se paralelamente à reorganização política e econômica nacional. O silenciamento dos partidos políticos e dos indivíduos que se opuseram aos golpistas concatenou-se com uma tendência comum aos estados dominados por regimes opressores, os quais reivindicavam a necessidade da urgente modernização burocrática-autoritária, a qual abriu espaço para a instauração de uma tecnocracia governamental. Os tecnocratas constituíram-se como a nata dos agentes públicos situados no alto escalão, corporificando o princípio segundo o qual a eficiência administrativa só poderia ser alcançada quando o gerenciamento das atividades públicas fosse monopolizado por *experts* conhecedores das novas tecnologias e dos processos racionais de administração dos recursos financeiros disponíveis pelo Estado (Sousa et al., 1998; O'Donnell, 1987).

Sob a supervisão do agrupamento tecnocrático foi engendrada a reforma econômica que, além de aprofundar ao máximo possível a dependência econômica ao capital estrangeiro, buscou estabelecer novas diretrizes para uma sociedade urbano-industrial baseada em profunda desigualdade econômica. A configuração de um momento arquitetado desde a tomada do poder foi denominada pelos próprios generais-presidentes como “milagre econômico”, estendendo-se de 1969 a 1974.

A remodelação econômica permitiu que alguns setores dos trabalhadores especializados urbanos auferissem alguns benefícios – especialmente nos setores de previdências social, habitação e educação pública –, enquanto que a maior parte da população teve suas condições de vida e de trabalho pioradas. Isto porque, dentre as marcas do “milagre econômico” encontravam-se o arrocho salarial, a indexação dos preços em sintonia com a correção monetária determinada pela esfera oficial, a suspensão da estabilidade no emprego e o encaminhamento da produção nacional para o mercado externo em detrimento do consumidor nacional, que era obrigado a consumir mercadorias de menor qualidade a preços bem mais altos do que produtos similares nacionais que eram comercializados no mercado internacional (Singer, 1973 e 1976).

A combinação da violenta repressão aos grupos opositores com a admissão oficial de lemas como “Brasil, grande potência”, “Brasil, ame-o ou deixe-o”, “Este é um país que vai para a frente”, “Ninguém

segura a juventude do Brasil” e “É necessário fazer o bolo crescer para depois dividi-lo” favoreceu que a tecnocracia se consolidasse e, mais do que isto, se expandisse no gerenciamento de todos os setores da sociedade.

A filiação dos tecnocratas à escola econômica da Universidade de Chicago, que tinha como principal representante Theodore W. Schultz, um dos principais fomentadores da teoria renovada do “capital humano” implicava a ideia segundo a qual a principal riqueza de uma nação é sua população, a qual precisa necessariamente ser preparada para se tornar produtiva e colaborativa com as normas governamentais (Ferreira Jr.; Bittar, 2008). Neste sentido, tanto o ensino universitário quanto os ciclos então denominados primário, ginásio e colégio foram reformados, buscando adaptar as crianças e os jovens a um cenário marcado pelo empenho no incremento da produção e pela passividade frente ao ordenamento autoritário. O ensino comprometido com a construção do personagem ambicionado pelos militares permitiu o afloramento de uma política educacional que apresentava como diretrizes centrais a profissionalização dos estudantes e o inculcamento da ideologia oficial.

Qualificar o capital humano nacional implicou também no suposto de que havia um núcleo da produção cultural que deveria ser proibida ou pelo menos desestimulada já que se mostrava incompatível com a ideologia governamental. Nestes termos, a cultura nacional foi severamente afetada. Os Centros Populares de Cultura (CPC), mantidos, sobretudo pela União Nacional dos Estudantes (UNE) foram desativados, assim como a própria UNE, teve suas atividades proibidas. As universidades foram alvos de intensos expurgos de docentes, pesquisadores e alunos que se mostravam críticos ao regime.

No setor dos meios massivos de comunicação, a censura oficial atuou com ferocidade, interferindo e, no extremo, criando situações que levaram à decadência e ao fechamento de várias empresas de comunicação que divergiam do governo, dentre elas a TV Paulista, a TV Excelsior e, com agonia mais lenta, os Diários Associados de Assis Chateaubriand, grupo que mantinha um grande número de rádios, jornais e revistas, além da primeira rede de televisão do país, encabeçada pela TV Tupi. Em caminho oposto, os empresários que apoiavam a modernização autoritária e os serviços de censura foram alvos de

benefícios oficiais, destacando-se neste caso Roberto Marinho que, graças ao patrocínio governamental criou e conseguiu rápida hegemonia de sua Rede Globo de Televisão. Vale ressaltar que as produções da Globo mostravam-se declaradamente favoráveis ao regime militar, destacando-se dentre elas o *Jornal Nacional* e *Amaral Neto, o repórter*, formatador do programa que o substituiu em 1982, o *Globo Repórter*. A missão dos canais de televisão privilegiados pela ditadura era clara: favorecer a constituição de “um só povo, uma só cabeça, uma só nação” (Kehl, 1979).

No setor cinematográfico, a intensa censura e a perseguição a inúmeros cineastas, artistas e técnicos em comunicação coadunou-se com a criação da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme) que, posta em funcionamento em 1969, tornou-se a principal financiadora da produção e distribuição de filmes nacionais, patrocinando produtores, diretores e filmes que, na sua maioria, empenhavam-se em popularizar a imagem do Brasil e dos brasileiros que interessava ao regime, enfatizando tramas que exploravam os posicionamentos cívicos dos “grandes personagens” da nossa história. Em contrapartida, uma legião de cineastas críticos ao sistema, que faziam os chamados “filmes de protesto”, de Glauber Rocha e Leon Hirszman a João Pedro de Andrade e Eduardo Escorel, teve suas atividades cerceadas ao não receberem apoios da Embrafilme ou tendo seus filmes muito mutilados pela censura ditatorial (Gatti, 2007).

Nesse contexto, praticamente excluídos dos incentivos oficiais, floresceu nos anos 70 um grupo de cineastas que, mesmo não se postando declaradamente crítico ao governo, apelava para a astúcia e, em alguns casos, ao emprego de sofisticções da linguagem cinematográfica para driblar a censura e ter suas produções, mesmo que parcialmente vetadas pelos órgãos oficiais, projetadas nas telas dos cinemas do país. Cineastas e produtores independentes ganharam destaque no decorrer dos anos ditatoriais. Dentre estes, encontravam-se os produtores e diretores da pornochanchada, um novo gênero cinematográfico que granjeou significativo sucesso junto ao público, mesmo que condenado pela moral tradicional e pelos agrupamentos religiosos. Da mesma forma, trilhando um caminho singular, José Mojica Marins, o Zé do Caixão, explorou o terror em seus filmes que, na maior parte, também se aproximavam da irreverência e despudor das pornochanchadas.

Exposto o cenário opressivo que fora imposto pelos golpistas de 64, selecionou-se a pornochanchada como tema de estudo e isto porque, apesar do sucesso alcançado pelas produções deste gênero, ainda é tema pouco adotado pelos pesquisadores. A partir disto, afluíram uma série de questões que ditam o norte deste texto: qual foi o papel desempenhado pelas pornochanchadas no ambiente da ditadura? Tais filmes eram instigados pela ditadura para “docilizar” a população ou se colocavam, pelo menos em alguns momentos, de alguma forma malandra como opositores ao ensinamento pelo regime? Ou, ainda, vale a pena alçar a pornochanchada como objeto das inquirições acadêmicas, como espelho cinematográfico de uma época, ou simplesmente lança-los no silêncio da história, já que produções imorais, antiartísticas e de mau gosto?

Postas as questões, a abrangência do tema convida aos necessários recortes e, neste sentido, optou-se primeiramente pelo enfoque de um filme em especial, ou melhor, de um dos cinco episódios que compõem *Bonitas e gostosas*, uma produção dirigida por Carlo Mossy, rodada em 1978 e lançada no ano seguinte. A seleção desta peça cinematográfica deve-se a vários motivos. O primeiro deles é que até hoje Carlo Mossy é celebrado como um dos principais incentivadores da pornochanchada, já que participou de um grande número de produções do gênero, quer como ator, produtor e/ou diretor sendo ele e suas obras exemplares para o enfoque do tema analisado. Em segundo lugar, o filme em questão fez uso do recurso pouco usual de apresentar um enredo que se enquadra perfeitamente no gênero pornochanchada para, na sequência da própria fita, abrir espaço para o contradito. Por último, o episódio batizado como *Sacanagem na Idade da Pedra* foi selecionado porque tem como propósito oferecer uma visão alternativa de quem era o brasileiro e a família brasileira em termos éticos e morais bem distanciados daqueles propalados pela ditadura.

Para dar conta desta proposta, o texto focará alguns elementos caracterizadores da pornochanchada e explorará o enredo da produção cinematográfica mencionada.

A pornochanchada como desafio

A pornochanchada ainda permanece como um enigma nos territórios da crítica especializada e das iniciativas acadêmicas. O silêncio dos críticos sobre os filmes, populares nas décadas de 1970 e 1980, só é quebrado, de regra, por observações desairosas que, supostamente embasadas no arcabouço conceitual da Teoria Crítica, consideram a pornochanchada como “responsável por um período de descrédito na produção nacional até o início dos anos 90” por ser um tipo de filme que “não valia o ingresso” já que “sinônimo de putaria”. O mesmo crítico que desferiu esse veredito acrescentou:

A história da pornochanchada se confunde com a lógica do pão-e-circo que funciona tão bem no Brasil. Na verdade mais circo que pão. Assim como ocorre hoje com programas de TV de imprensa marrom (sic), com altos índices de audiência, os filmes deste gênero ganhavam a fidelidade do público dialogando com o que há de mais cru no instinto humano. Misturando elementos de linguagem fáceis, muita comédia, apelo excessivo ao sexo em realizações de baixa qualidade técnica, fracos roteiros em meio a um desfile de dezenas de mulheres nuas por película, estes filmes feitos para o puro entretenimento das massas eram, na verdade, o reflexo de um período que pretendia nos desobrigar do pensar crítico: a Ditadura Militar (Lopes, 2012).

Retirada do limbo acadêmico neste século, algumas poucas análises sobre o tema foram realizadas, exercendo papéis seminais duas produções, a de Seligman (2000) e a de Freitas (2004). Para estes estudiosos, a pornochanchada constitui-se em uma produção cultural que espelha a tecitura social do período em que foi gerada e que, antes de julgá-la torna-se necessário entende-la, afastando-se das visões simplórias como as que foram arquitetadas inicialmente pela nata cinema-novista sobre as antigas chanchadas da década de 1950.

A primeira consideração que deve ser feita refere-se à pornochanchada como um gênero cinematográfico próprio, sem perder de vista que a definição de um gênero ainda se constitui em uma operação

questionável. Frente a isto, adota-se neste texto o princípio segundo o qual o estabelecimento de um gênero artístico é resultante de uma negociação cultural que leva em consideração, sobretudo, contexto histórico, quantidade e origem social da audiência, a recepção do mercado distribuidor, as avaliações da crítica especializada e a sensibilidade social. Pode-se ainda acrescentar o linguajar empregado, os tipos sociais representados e os valores ético-morais adotados na trama (Mittel, 2004).

O surgimento deste novo gênero é indicado como sendo em 1969, sintomaticamente pouco após o início do período conhecido como Anos de Chumbo, com a estreia pública de duas produções cariocas, *Adultério à Brasileira*, de Pedro Carlos Rovai e *Os Paqueras*, de Reginaldo Farias. Fruto de empréstimos da tradição da chanchada nacional e do cinema erótico europeu, sobretudo o italiano, foi designado como comédia erótica, chanchada erótica e, em seguida, o nome que o consagrou: pornochanchada.

Apesar de desqualificados tanto pelos críticos que apoiavam quanto pelos que se opunham ao regime ditatorial, este gênero filmico alcançou grande sucesso de público, sendo que três anos depois de sua estreia, o centro dessas produções foi transferido para a Boca-do-Lixo paulistana, que tinha como eixo principal a Rua do Triunfo. No final da década de 70, a Boca era responsável pela produção de cerca de 90% de todos os filmes nacionais rotulados como pornochanchada, o que também representava mais de 40% da produção cinematográfica nacional, e isto sem contar com o patrocínio da Embrafilme que, em apenas alguns raros casos, cofinanciou a distribuição das pornochanchadas (Freitas, 2004).

A condição de tributário da comédia unia o ridículo, o grotesto e o irônico à exposição à nudez e, refletindo o movimento de liberação sexual oriundo da Europa e dos Estados Unidos, anunciava a sexualidade irrefreada como uma condição humana, inclusive a homo e a bissexualidade, tanto masculina quanto feminina. A não estigmatização de etnias e de condições sociais aproximava no enredo tipos humanos de toda procedência. Acrescenta-se ainda ser questionável a crítica feminista de coisificação da mulher, já que em muitas pornochanchadas é a mulher que subjuga e explora sexual e economicamente um ou vários homens.

Em termos psicossociais, as pornochanchadas podem ser avaliadas como forma de descompressão de um cotidiano regido pelo autoritarismo e também como exercício narcisístico, um encontro onírico no ambiente escurecido do cinema entre o espectador e as bonitas e gostosas projetadas na tela. O malandro e as malandragens engendradas na conquista sexual e as estratégias adotadas por personagens masculinos e femininos para a obtenção de vantagens de todo tipo exerciam uma atração peculiar sobre o público. Nas tramas, a constituição de novos crivos de sociabilidade coadunava-se com a representação do cotidiano coletivo que, em muito, se identificava com as carências vivenciadas do lado de fora das salas de projeção.

Para usar um termo típico da época, a *avacalhação* de vários aspectos da vida social, se não era aceita pela ditadura, pelo menos era suportada, instigando os diretores deste gênero a ousarem o que muitos diretores de outros gêneros fílmicos não tinham coragem porque isto condenaria suas produções a serem vetadas pela censura. Policiais que faziam tramoias em companhia de sujeitos que deveriam prender, fazendeiras que recorriam à violência para se apoderarem de homens que desejavam e políticos inescrupulosos literalmente correndo atrás de mulheres pudicas eram retratados em meio a tiradas cômicas e corpos despidos. Isto fez uma pesquisadora ponderar o seguinte:

A pornochanchada apresenta um microcosmo do país. Claro que, na maioria das vezes, este universo só está disponível em uma leitura subliminar, já que a ditadura militar jamais permitiu uma crítica social clara nas telas. Também não era esse o objetivo principal dos filmes (Seligman, 2000, p. 77).

Mediante estas estratégias, somadas a enredos simples – se não precários – e uma linguagem de fácil entendimento até mesmo para os analfabetos, os produtores de pornochanchada empenhavam-se em lançar seus produtos com títulos chamativos, como *A mulher que disputa* (1974), *As cangaceiras eróticas* (1974); *Cada um dá o que tem – nunca tantas deram tanto em tão pouco tempo* (1975); *A noite das taras* (1980); *Quando abunda não falta* (1984); *Senta no meu que eu entro na tua* (1986); *Emoções sexuais de um jegue* (1986); e *Minha cabrita, minha tara* (1986). O pendor pelo escracho também incitava os produ-

tores a conferirem títulos a peças que parodiavam os títulos de filmes estrangeiros de sucesso na época, como *A banana mecânica* (1974); *Bacalhau* (1975); *Nos tempos da vaselina* (1979); *Giselle* (1980); *Rabo, a missão* (1985); e *Gemidos e sussurros* (1987).³

A confluência de todos esses recursos viabilizou que várias pornochanchadas atraíssem um público numericamente bem maior do que a dos filmes patrocinados e propagandizados pela Embrafilme e mesmo filmes norte-americanos. *A viúva virgem* (1972) levou mais de 2,3 milhões de espectadores ao cinema no prazo de oito meses; *Ainda agarro esta vizinha* (1974), mais de 3,4 milhões nos primeiros seis meses do seu lançamento (Seligman, 2000, p. 56).

Devido às características dos filmes de pornochanchada, o comum entre os pesquisadores é declarar que, comprometidas com o gosto das massas, tais produções atraíam quase que exclusivamente os homens pertencentes às camadas mais pobres e iletradas da sociedade (Rocha; França, 2009, p. 11). No entanto, a informação bem mais confiável de Seligman (2000, p. 74) esclarece que o público predominante que assistia a esses filmes era oriundo da classe média.

A abertura política ocorrida gradualmente a partir do início da década de 80 resultou também no esmaecimento da censura, tornando possível a publicação de revistas centradas na exposição de nus masculinos e, sobretudo, femininos, como *Elle/Elle*, *Status*, *Playboy* e *Playgirl*, e também a livre projeção de filmes importados que se enquadravam no gênero pornô propriamente dito. Tais circunstâncias obrigaram as pornochanchadas a transitarem da fase *soft* para a *hard*, com a exploração explícita de atos sexuais, além da adoção de títulos mais chamativos para as películas e que sugeriam cenas que raramente apareciam nas revistas de nus, especialmente sexo com animais, mesmo que na tela, o que era projetado eram pessoas fantasiadas de animais. Tais renovações, no entanto – ou justamente por causa disto – não im-

3 Os filmes estrangeiros parodiados receberam os seguintes títulos no Brasil: *A laranja mecânica* (1971); *Tubarão* (1975); *Grease: nos tempos da brilhantina* (1978); *Emmanuelle* (1974); *Rambo 2, a missão* (1985); e *Gritos e sussurros* (1972). Ressalta-se que, pelo trabalho da censura ou de interesses empresariais, alguns destes filmes foram lançados aqui anos depois de estrearem no exterior, coincidindo ou se aproximando dos anos de lançamento das pornochanchadas mencionadas.

pediram que o gênero pornochanchada entrasse em franco declínio, deixando praticamente de existir a partir de 1990, sendo substituído por fitas com pouco ou mesmo sem enredos e centradas exclusivamente na exposição de atos sexuais. A pornochanchada morria ao mesmo tempo em que nascia o pornô nacional.

Findo o ciclo, a pornochanchada deixou sua corte real. Dentre o grupo de atrizes e atores, Helena Ramos, Adriana Prietto e Aldine Muller até hoje são reverenciadas como as rainhas deste gênero fílmico, enquanto que David Cardoso tornou-se o rei, sendo superado neste título apenas por Carlo Mossy, considerado como “o rei supremo da pornochanchada” por ter, como nenhum outro, se dedicado a estes filmes no correr das décadas de 70 e 80. Além de ator, diretor e roteirista, Mossy foi também proprietário da Vydia Produções Cinematográficas, empresa que chancelou alguns dos mais lucrativos filmes do gênero pornochanchada, dentre eles *Como é boa nossa empregada* (1976), *As massagistas profissionais* (1976) e *Giselle* (1980); em conjunto estas três produções levaram às salas de cinema mais de 7 milhões de espectadores.

Com a decadência e encerramento do ciclo cinematográfico da pornochanchada, seus atores, produtores e diretores buscaram migrar para a televisão, mas apenas uma parcela deles conseguiu sucesso nesse meio de comunicação. Os que alcançaram destaque na televisão, especialmente nas telenovelas, tentam apagar até os dias atuais o trecho de suas biografias comprometidas com a pornochanchada, dentre eles Sônia Braga, Vera Fischer, Nádia Lippi, Xuxa Meneghel, Antonio Fagundes, Reginado Farias e Nuno Leal Maia, além do autor de novelas Sílvio de Abreu.

O silêncio lançado sobre as pornochanchadas deve-se a vários outros motivos além da recusa de atores e autores de telenovelas em assumirem suas contribuições em fitas do gênero. A negativa dos pesquisadores em se envolverem com o tema deixa claro que o moralismo ainda desempenha um papel significativo nas opções temáticas da universidade, enquanto que os empresários de comunicação praticamente não têm imprimido em VHS ou, na sequência dos anos, em DVD os filmes de pornochanchada.

Além de alguns poucos filmes disponível na rede mundial de computadores, o canal a cabo Brasil mantém, faz anos, uma sessão agen-

dada para o início da madrugada dedicada exclusivamente à apresentação de tais produções, sendo que, com frequência, são mostradas com cortes das cenas consideradas mais atentadoras (ou tentadoras?) à moral. Foi graças ao canal Brasil que as novas gerações têm redescoberto as pornochanchadas de Carlo Mossy, inclusive a produção que inspirou este texto.

O surgimento do *Homo brasilis*

Nascido em Tel Aviv em 1945, Carlo Mossy é atualmente lembrado mais como o diretor de *Ódio* (1977), um drama policial que lhe granjeou fama fora do circuito das pornochanchadas. A partir da década de 1990, sob o pseudônimo Giselle H, foi produtor e diretor de uma série de filmes pornô e, como ator, tem atuado em papéis menores em novelas e *reality shows* apresentados por canais abertos e também no cinema, destacando-se *O homem do ano* (2003) e, mais recentemente, *Benjamin* (2013). No entanto, ele próprio reivindica seu sucesso e sua fama pelo fato de ser o verdadeiro rei da pornochanchada (Ormond, 2005).

Dentre suas produções relegadas ao ostracismo encontram-se *Bo-nitas e gostosas*, filme datado de 1979, o qual é composto de cinco segmentos intitulados *Quantas bichas há na cidade?*, *Porrada na feira*, *As afogadas*, *Chapeuzinho Vermelho* e, por fim, *Sacanagem na Idade da Pedra*, sendo que esta última trama apresenta-se como a mais longa do conjunto, ocupando pouco mais de um terço da duração de uma película de 90 minutos. Se os cinco enredos não mantêm qualquer vinculação temática entre si, a estrutura do filme mantém-se uniforme: todas os episódios são tributárias visuais da narração do fantasioso programa de rádio *Barulhos da cidade*, identificado como “um retrato vivo da semvergonhice que anda por aí”, fazendo o narrador Cláudio Barreto (que também desempenhou a função de roteirista do filme), portador de uma dicção singular, intervir em *off* em todas as sequências e aparecer fisicamente, como repórter, em alguns breves momentos da encenação. Além disso, outro ponto de confluência das tramas é a presença de Pedro de Lara, humorista mais conhecido por ter participado, durante muitos anos, como jurado no *Show de calouros* do

programa Sílvio Santos. Nos minutos finais de cada episódio, Pedro de Lara atua como um irado crítico dos valores projetados na tela, tendo ao fundo jaulas com hienas, leões e onças em constante movimento, dando a impressão que estão tão irritadas quanto o próprio crítico.

Sacanagem na Idade da Pedra conta com apenas quatro personagens: Sacana Coça-saco (protagonizado pelo ator e cantor Ângelo Antonio), Mulata Bunduda (Lúcia Legrand) e Diva Gina (Jean Jacques), além de dez crianças mulatas que atuam como figurantes. Pouco cada um deles fala no decorrer do episódio, sendo o locutor a voz imperante na sequência até os três minutos e meio finais, quando então Pedro de Lara, personificando na tela ele próprio, desempenha o papel crítico.

O enredo é simples e tem como proposta apresentar uma versão alternativa, pois carnavalizada, onírica e também atemporal do homem, da família e da sociedade brasileira, deixando alguns indícios do comprometimento do enredo com as propostas do Tropicalismo, movimento artístico-cultural em certa dose perseguido pela ditadura. O cenário é único: uma praia deserta do ambiente carioca, com sinais de ocupação humana recente, inclusive devido às pichações nos rochedos, as quais não são evitadas pelas câmeras e sim, enfatizadas em alguns momentos, o que se constitui em uma das estratégias para conferir o tom farsesco ao segmento fílmico.

Ao apresentar o terreno praiano, Cláudio Barreto explorou o cenário até os limites do *nonsense*. Sua narração explora o pendor das descrições idílicas sobre a fundação do país, dando destaque aos urubus que, antes da decadência, eram aves coloridas chamadas gugas, e às árvores que ocupam as proximidades do litoral denominadas “loteria esportiva”, pois geravam “notas de 500 cruzeiros em cachos” e que, no verão, “chegavam a dar dólar”.

Ainda segundo a narração, o “famoso professor alemão Willy Bosta” realizou pesquisas reveladoras sobre esse “paraíso” primordial, pautado pela “paz e tranquilidade” e avaliado como “terra abençoada por Deus”. No seu estudo, o alemão descobriu o tipo autóctone nacional, o Sacana Coça-Saco Tropical, “espécie muito rara de homem”, cujas características eram “o andar preguiçoso, enorme barriga de chopp e estar sempre cansado, mesmo não tendo feito porra nenhuma”. Seu cotidiano era único: subir um morro para colher pencas de

banana, comê-las e “fazer cocô” para, em seguida, reiniciar a comilança, ditando com isto um ritmo tedioso à existência pré-histórica.

Assim era a vida de Sacana Coça-Saco, sem saber que nas proximidades vivia a “primeira mulher” brasileira, a Mulata Bunduda, “tão boa que, se não comessem ela, ia apodrecer”. Da mesma forma que Sacana trajava bermuda, Mulata vestia apenas a calcinha de biquíni, estampada com motivos da bandeira norte-americana, além de usar óculos de sol, já que ocupava seus dias na praia, banhando-se e se esfregando nos “frios rochedos, buscando consolo para a solidão”, enquanto que à noite assistia televisão até as duas da manhã.

O “destino preparou uma armadilha” para ambos, colocando-os casualmente em contato. O susto gerado pelo encontro fez Mulata ponderar se aquilo na sua frente era um “gorila, urso, caminharão mercedão ou um destaque de escola de samba”, enquanto que Sacana, impressionado com o “rabo inflacionário” da mulher, lançou mão de um linguajar dúbio próprio das pornochanchadas para questioná-la se “nunca havia comido uma banana” e ainda se conhecia Pelé, Frank Sinatra e Fittipaldi.

Sacana, ao perceber que Mulata era uma fêmea da sua espécie, “uma tetéia, uma boazuda”, cheirou e tocou o corpo feminino e deste ato começou o primeiro samba que os brasileiros nunca mais parariam de dançar. E Mulata, ao perceber os atributos físicos do companheiro, descobriu que o homem “servia para fazer nenê”. Sacana “ficou amarrado nessa história de fazer nenê” e começou a passar os dias praticando o ato. Mulata, “que nunca tinha visto uma banana”, “acabou com indigestão”, gerando “dez moleques xexelentos, pré-históricos, magricelas, raquíticos, barrigudos e sacripantas”.

Ao constituir família, Sacana Coça-Saco viu-se coagido a arranjar um emprego para sustentar os “filhos da luta”. De terno, gravata e pastinha modelo 007, porém descalço, o homem viu-se na contingência de viajar 400 kms. para chegar ao emprego e, no regresso à sua praia, caminhar ainda mais 40 kms. com a missão de colher bananas para as “vender para o português, por um cruzeiro a dúzia” e dar o recebido para Mulata “comprar comida para os moleques”.

Deprimido e cansado da “vida filha da puta” que levava, o patriarca de todos os brasileiros declarou-se “de saco cheio” e, um dia, ao retornar do emprego, tomou uma “decisão irrevogável”: “mandou tudo

para a casa do cacete!”. Despiu-se do terno, “ficou nuzão” e foi dar um mergulho para refrescar. Ao sair do banho marinho, ele se deparou com um novo personagem, “a primeira bicha do planeta”, Diva Gina, vestida com os trajes chamativos de Carmem Miranda e dançando uma das músicas famosas da artista nascida em Portugal. Sacana perdeu a cabeça ao ver Diva dando “pulinhos e gritinho desesperados” para o seu “leitãozinho” e, ato contínuo, tentou com ela acasalar.

Diva “grudou” em Sacana “feito carrapato magro em boi de raça”, enquanto Mulata e os dez filhos debulhavam-se em lágrimas, já ciente que o marido e pai não mais retornaria para junto deles. E enquanto Diva “tentava colocar o trombone na boca”, a mulher traída, que almejava ser atriz de novela, apoderou-se de um pau de macarrão e, na companhia de seus rebentos, foi à caça do marido fujão. Ao se deparar com o novo casal, tentou a ambos agredir, mas, “como é costume nesta terra pacífica e ordeira, a briga acabou em uma solução comum aos interesses de todos”. A acomodação deu-se mediante o acordo de os três envolvidos, mais as crianças, viverem conjuntamente. Sacana, o malandro brasileiro, estabeleceu os termos do pacto: enquanto Mulata e Diva deveriam sair diariamente para buscar bananas, Sacana descansaria numa rede, solução que foi considerada “excelente”, já que “botou as duas malucas para pegar no pesado”. Afinal, pondera Sacana, “ninguém é de ferro!”.

A longa descrição do enredo e o contínuo empréstimo do palavreado utilizado pelo narrador da trama têm uma função: deixar claro o tom de deboche que foi imposto aos presumíveis pensamentos, diálogos e ações dos três primeiros brasileiros que, pela lógica do filme, seriam os antepassados de todos nós e dos quais supostamente teríamos herdado as características físicas e morais.

A trama chama a atenção por realizar a desconstrução bem humorada e amoral dos discursos que discorriam sobre os principais valores cívicos e morais exaltados pela Ditadura. O altruísmo cobrado pelos golpistas foi respondido pelo egoísmo exacerbado de Sacana Coça-Saco Tropical; os denodados heróis pátrios pelo anti-herói pançudo; a mulher, perenemente apresentada pelas lentes oficiais como a assezuada mãe de família pela sensual e irreverente Mulata Bunduda; a tradição e os princípios da civilização e da família cristã, pelo descomprometimento do homem, da mulher e do travesti com qualquer prin-

cípio moral, impondo a satisfação erótica-sexual e a vida a três como premissa existencial dos adultos pré-históricos. A apologia à preguiça por intermédio do tipo folgazão e sabotador do trabalho feria ainda mais fundo a lógica do discurso oficial: Sacana tentou ser um pai de família sério e laborioso, mas em pouco tempo conclui que viver aquele tipo de vida não é para ele, optando pelo descanso e vivendo às custas do trabalho de Mulata Bunduda e Diva Gina.

A alegre desqualificação de valores tão caros aos golpistas e o espírito de malandragem dos três principais envolvidos na trama serviu-se de evidentes elementos da cultura popular urbana, explorados em muitas outras pornochanchadas, como o ambiente idílico, a beleza natural, a mulata de nádegas proeminentes, o homossexual sempre disponível, a aversão à operosidade e as estratégias de sonegação do trabalho. Tudo o que o governo militar empenhava-se em valorizar tinha sido negado no episódio descrito. Questiona-se então porque o filme, que na verdade *tirou um sarro* da ideologia ditatorial, não foi vetado total ou parcialmente pela censura?

As justificativas geralmente aventadas sobre a liberação pela censura oficial de uma série de pornochanchadas no decorrer do regime militar são de três ordens. A primeira delas, já observada neste texto, tem como base a suposição de que, por serem produções alienantes e desprovidas de senso crítico, as pornochanchadas eram toleradas pelos censores. Outra justificativa é que os avaliadores oficiais empenhavam-se bem mais em vetar obras artísticas de cunho ideológico do que as que atentassem contra os valores morais admitidos pela tradição (Seligman, 2000, p. 57). Por último, é de se levar em consideração que *Bonitas e gostosas* foi lançado já em um momento em que a ditadura demonstrava visíveis sinais de enfraquecimento devido à ação de múltiplos movimentos sociais, o que refletiu inclusive em um certo afrouxamento dos serviços oficiais de censura em relação aos produtos gerados e veiculados pelos meios massivos de comunicação (Garcia, 2009).

No caso específico deste filme de Carlo Mossy, outro fator ainda pode ser invocado para burlar a censura: a parte final do episódio analisado ficou a cargo de um irritadiço Pedro de Lara, que recitou uma indignada invectiva contra os valores sustentados pelos demais protagonistas. Tal peroração merece ser reproduzida porque defende os mesmos valores declamados em público pelos generais-presidentes:

É mentira! Canalias!

Querem acabar com a tradição no Brasil. Todos sabem que a origem não é esta, do bonachão e do garanhão safado. Só existiam nossos índios puros, não eram safados, gorduchos e sem vergonha!

Agora querem depravar a tradição da família brasileira! Não sou efeminado. Porque aquele cachorro arranhou uma mulata e um efeminado e quis dizer que o Brasil nasceu bicha. Bicha é a tua mãe! Cachorro! Sem vergonha!

Tou cheio disso! Cheio!

Ainda vem esse tal de professor Vira Bosta (sic), esse tal de alemão e é uma loucura! Loucura! Esses caras lá de fora, psicólogo, parapsicólogo, professor, e tudo para meter o bedelho nas coisas brasileiras! Esse cara vem dizer o que disse através da pouca vergonha do que ele falou, explicou através de sua história fictícia. O Brasil é constante em tradição e cristianismo e amor à família.

Agora vem o cara inventar que o tal do gordinho efeminado veio e formou a família brasileira. Por que formou? A família brasileira é constante e firme, de homens sóbrios. O trabalho acima de tudo! O homem trabalha com o suor de seu corpo; ele cria sua família. É isso! Esse Vira Bosta, Vira Cocô que vem lá de fora para perturbar, para fazer feder as páginas de uma história que é tradição. Olha, ô seu Vira Bosta, pega o teu urinol e some daqui. O Brasil é história, é tradição, é amor e é família. Bicha só com lombrigueiro! É só!

A sutil operação de expor para logo em seguida criticar e negar o que havia sido apresentado na tela permitiu que o enredo transitasse da quebra dos valores ditatoriais para a sua admissão integral. A fala de Pedro de Lara restaurou a ordem moral admitida no plano oficial na desordem amoral filmica, cumprindo a função esperada da pornochanchada:

(...) os filmes deixavam bem claro a sua postura rígida de não se confrontar com o código de ética pregado pela classe média. Personagens que não tivessem uma conduta moral aceita nos preceitos da sociedade não se davam bem no final (Seligman, 2004).

Carlo Mossy *deu um plá* para, logo em seguida, rejeitar o que havia dito. O *desbunde* e a *curtição* dos anos 70 tinham limites, mas também tinham suas manhas para driblar as imposições e a censura ditatoriais. A malandragem de Mossy, para invocar outro jargão da época, evitou que o Pires fosse chamado.⁴

Considerações finais

Entre 1964 e 1985 houve um rígido cerceamento da cultura brasileira, sendo a censura uma das possíveis penalizações para os produtores culturais. Outras punições tinham consequências extremas, como a prisão, a tortura e a morte dos indiciados. No entanto, a trama cultural também adotou estratégias de reação às imposições, sendo o humor tendencialmente escrachado uma delas, fluindo como uma das principais armas empunhadas publicamente contra os militares e seus apaniguados, assim como contra a proposta oficial de formação moral e cívica do novo homem brasileiro.

Do *Pasquim* de Ziraldo e Millôr Fernandes ao humorístico *Planeta dos homens* de Jô Soares, das charges de Henfil às produções cinematográficas irreverentes, forçava-se, sempre que houvesse oportunidade, a abertura de brechas para solapar alguns dos princípios da fantasiosa revolução que só existia na cabeça de seus líderes. Tais brechas favoreceram a constituição de um jogo de revela/esconde empenhado em fazer chegar ao “grande público” mensagens que contradiziam a voz

4 No processo de “abertura política”, sempre que o presidente João Baptista Figueiredo julgasse que o tênue limite de liberdade concedido estava sendo inobservado, ele ameaçava dizendo “Olhem que eu chamo o Pires”, em alusão a Walter Pires, então ministro do Exército. Do Planalto para as ruas, “chamar o Pires” tornou-se um alerta sobre a possibilidade de alguém ser punido pelo que tinha dito ou feito.

oficial, não obstante o rígido crivo da censura. *Sacanagem na Idade da Pedra* é um exemplo significativo deste movimento.

Na mesma sintonia, a sociedade abrangente tramava suas formas bem humoradas de crítica. Um exemplo pode ser dado pela versão popular imposta aos *slogans* governamentais mencionados nas páginas iniciais deste texto. Esta tendência metamorfoseou os jargões caros aos militares em “Brasil grande potência de merda”, “Brasil, ame-o ou deixe-o; o último que sair apaga a luz”, “Este é um país que vai para frente e para o fundo”, “Ninguém chupa a juventude do Brasil”, “É necessário fazer o bolo crescer para então caga-lo” e muitos outros, como ressignificar a palavra Caxias como um adjetivo visto pelos jovens como uma menção desqualificadora, recitar a primeira linha do Hino da Independência com os termos “japonês da pátria filhos...”, especialmente na escola e nas paradas militares (que eram de presença obrigatória para os estudantes) e, ainda, declamar “Quem tem cu tem medo, vota em Figueiredo”, quando da cisão do grupo militar no decorrer do processo de indicação de quem substituiria Geisel no cargo de presidente da República.

330

As avacalhções das propostas governamentais também chegavam ao ensino superior, não só mediante de piadas e brincadeiras de todo tipo, mas também na seleção dos tópicos para o ensino. Em meados da década de 1970, o conteúdo da disciplina obrigatória Estudos de Problemas Brasileiros na Universidade de São Paulo, ministrada para os alunos da área de Ciências Humanas e representando uma carga anual de 240 horas/aula, foi preenchida quase toda ela com preleções sobre a qualidade das águas do rio Pinheiros, que corre nas proximidades do campus paulistano central da universidade.

O esmaecimento do poder ditatorial levava a situações inusitadas que podem ser avaliadas como formas simbólicas de confronto direto com o governo. Já no final do governo de Figueiredo, talvez até mesmo em consideração ao que ele havia falado sobre suas preferências olfativas mencionadas anteriormente, ao estar presente em uma missa na capital baiana, o presidente teve seu relógio furtado por um anti-herói que jamais foi identificado, por mais que tenham sido os empenhos neste sentido por parte do SNI e da Polícia Federal.

Apesar de mal afamadas, as pornochanchadas também contribuíram um movimento subterrâneo de solapamento da ditadura. Claro

está que elas também incorporavam vários estigmas culturais, como a mulata boazuda, o caipira inocente, a loira burra, o brasileiro vagabundo e o homossexual obrigatoriamente afeminado, mas não pararam apenas nisto. Também contribuíram com algumas e boas críticas à política então vigente, inclusive à política cultural assumida pelos golpistas de 64.

Alguns leitores podem achar que os autores deste texto estão “forçando a barra”. Mas também esses mesmos leitores têm que admitir que não se pode creditar ao acaso o episódio de autoria de Carlo Mosy e Claudio Barreto que desqualifica praticamente todos os valores que, no período, eram propagandeados em nome da moral e do civismo. Se o papel das pornochanchadas pode ser avaliado como dúvida, o empenho crítico esteve presente em parte das produções, mesmo que sob o manto do subliminar. Assim, não é possível para o pesquisador acomodar-se na falácia de que tal gênero filmico fosse de agrado e mesmo patrocinado pelo ditador de plantão. As comédias eróticas, isto sim, abriam espaço para tramas que se reportavam às novidades do cotidiano das décadas de 1970 e 1980. Vale lembrar ainda que tais temas também estavam sendo explorados, mesmo com uma estética bem mais refinada do que no Brasil, pelo cinema *soft chic* erótico europeu, citando-se como exemplos de clássicos, *Último tango em Paris* (1972) e *Emmanuelle* (1974).

Pelos motivos apresentados, acredita-se que, enquanto produções culturais de vasta abrangência popular, o que não quer dizer de consumo exclusivo das classes subalternas, as pornochanchadas merecem o apreço e a análise acadêmica, por mais que a universidade persevere em ser um mundo irremediavelmente moralista. A ditadura também teve opositores nas pornochanchadas.

Referências Bibliográficas

BERTOLLI FILHO, C. Literatura, cinema e ciência na construção do “novo homem” brasileiro. *Letterature d’America*. Roma, anno XXXII, n. 141-142, p. 125-144, 2012.

FAUSTO, B. *A revolução de 30: historiografia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

FERREIRA JR., A.; BITTAR, M. Educação e ideologia tecnocrática na ditadura militar. *Cadernos Cedes*. Campinas, vol. 28, n. 76, p. 333-355, set./dez. 2008).

FREITAS, M. de A. Entre estereótipos, transgressões e lugares comuns: notas sobre a pornochanchada no cinema brasileiro. *Intexto*, Porto Alegre, n. 10, p. 1-26, jan./jun. 2004. Disponível em: < <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/3639/4440>>. Acesso em 12/02/2014.

GARCIA, M. *A censura de costumes no Brasil: da institucionalização da censura teatral no século XIX à extinção da censura na Constituição de 1988*. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2009.

GATTI, A.P. *Embrafilme e o cinema brasileiro*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

GOMES, A.M. de C. A construção do homem novo: o trabalhador brasileiro. In: OLIVEIRA, L.L.; VELLOSO, M.P. e GOMES, A.M. de C. *Estado Novo: ideologia e poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982, p. 151-166.

KEHL, M.R. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: IDEM; CARVALHO, E.; RIBEIRO, S.N. *Anos setenta – televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1979, p. 5-29.

LOPES, M. A breve história da pornochanchada (11/10/2012). *Sintoma de Cultura*. Disponível em: <<http://sintomadecultura.com.br/coluna-01/cinema-e-audiovisual-coluna-01/a-breve-historia-da-pornochanchada/>>. Acesso em: 03/02/2014.

MITTEL, J. *Genre and television: from cop shows to cartoons in American culture*. New York: Taylor Print, 2004.

O'DONNELL, G. *Reflexão sobre os estados burocrático-autoritários*. São Paulo: Vértice, 1987.

ORGANIZADORES da nova “Marcha da Família” pedem retorno dos militares. *Folha de S. Paulo*, 21/03/2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/03/1426175-organizadores-da-nova-marcha-pela-familia-pedem-retorno-dos-militares.shtml>>. Acesso em: 21/03/2014.

ORMOND, A. Biografia e entrevista: Carlo Mossy. *Estranho encontro* (2005). Disponível em: <http://estranhoencontro.blogspot.com.br/2005/11/biografia-entrevista-carlo-mossy_10.html>. Acesso em: 08/02/2014.

QUEIROZ, M.V. de. *Paixão e morte de Silva Jardim*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

ROCHA, M.R.; FRANÇA, R.O. Chanchada, pornochanchada e comédia da retomada: a transformação do gênero no cinema brasileiro. *Ícone*. Recife, v. 11, n. 1, p. 1-17, jul. 2009. Disponível em: <www.icone-ppgcom.com.br>. Acesso em: 12/02/2014.

SELIGMAN, F. O “*Brasil é feito pornô*”: o ciclo da pornochanchada no país dos governos militares. 2000. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2000.

SELIGMAN, F. A tradição cultural da comédia popular brasileira na pornochanchada dos anos 70. *IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa Intercom* (2004). Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/159299629672313461185125523425022782797.pdf>>. Acesso em: 18/02/2014.

SINGER, P. As contradições do milagre. *Estudos Cebrap*. São Paulo, n. 6, p. 59-77, out-dez 1973.

SINGER, P. *A crise do 'milagre'*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

SOUSA, J.P.G. et al. Tecnocratas. IN: SOUSA, J.P.G. (org.). *Dicionário de política*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1998, p. 515-517.

Filmografia

Bonitas e gostosas. Dir. Carlo Mossy. Brasil: Vydia Produções Cinematográficas, 1979. (90 min.), color.

