



JORNALISMO ESPORTIVO: FUTEBOL E RIVALIDADE ENTRE VIZINHOS

Hugo Lovisolo é Doutor em Antropologia Social (1987) e Pós-Doutor pela Universidade do Porto (1996) e Vice-diretor da FCS. Escreveu, entre outros trabalhos, *Terra, trabalho e capital* (ed. Unicamp), *Atividade física, educação e saúde* (ed. Sprint, 2000), e é co-autor do *Invenção do país do futebol*.

Ronaldo Helal é professor da Faculdade de Comunicação Social da Uerj, Pós-Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires e Doutor em Sociologia pela New York University; Pesquisador do CNPq é co-autor de *A Invenção do País do Futebol* e autor de *Passes e Impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*, entre outros.

1. Como a 'Argentina vê o Brasil'

A participação ativa da imprensa na criação das identidades foi repetidamente salientada. No caso do Brasil, destacou-se sua participação na construção da identidade nacional, especialmente nos campos culturais da música e do futebol. Também foi analisada a participação dos 'outros escolhidos', de modo relacional sob a base de semelhanças e diferenças, e da construção de homogeneidades ou estereótipos no agir comparativo.

As relações entre brasileiros e argentinos não poderiam ficar imunes a este processo de estereotipação, principalmente no futebol, um terreno onde as rivalidades aparentemente se acirraram nos últimos anos. Tentaremos neste artigo apresentar uma breve caracterização das construções realizadas a partir de um levantamento de jornais argentinos e brasileiros, especializados em futebol (*Olé* e *Lance*) e jornais 'sérios' (*Clarín* e *O Globo*).

Partiremos de um lugar comum: o futebol argentino, de forma bastante semelhante ao brasileiro, foi 'construído' com atributos como 'gambeta' e 'futebol-arte' em suposta oposição à 'rigidez de esquemas táticos' do 'futebol-força', cujo principal representante e antagonista seria o inglês.

O que fazem então os argentinos e os brasileiros quando 'olham' para seu vizinho que 'construiu' seu futebol em bases semelhantes? Como tecem relações positivas e negativas na construção da própria identidade que, de forma generalizada, coloca em jogo os outros relacionais ou significativos, isto é, escolhidos para a construção comparativa?

Podemos afirmar que os jornais argentinos manifestam uma grande admiração pelo futebol brasileiro. Características como 'alegria', 'diversão' e 'individualismo' são vistas como intrínsecas ao futebol brasileiro e se agregam no que se convencionou chamar de 'jogo bonito'. Da análise do material jornalístico sobre a Copa de 1970, surge uma forte identificação com a seleção do Brasil, talvez reforçada pelo fato da Argentina não ter participado da Copa. Importa destacar que o time brasileiro da Copa do ano de 1970 é construído como representante, talvez excepcional, do futebol do Brasil (esta construção não difere significativamente das realizadas na imprensa brasileira). Nas análises do material relativo às Copas desde 1974 até 1994, as narrativas se alternavam em duas categorias: "Brasil no se parece a Brasil" (categoria saudosista quando o Brasil não joga à altura de sua 'tradição') e "Brasil es siempre Brasil" (categoria de reforço de uma 'tradição' valorizada). O "Brasil no se parece a Brasil" nunca é visto como regozijo, ao contrário, trata-se de um lamento, da saudade quando se perde o futebol do 'Brasil brasileiro'. E no "Brasil es siempre Brasil" admira-se o 'estilo de jogo', 'construído' com atributos também presentes na 'construção' do 'fútbol criollo'.

Entretanto, nas Copas de 1998 e 2002, sobretudo na segunda, observamos certo acirramento negativo nas comparações, manifesto no aumento daquilo que englobamos sob o nome de 'provocação', especialmente no jornal futebolístico e de humor agudo, por vezes mesmo debochado, *Olé*. No entanto, a construção "Brasil es siempre Brasil" não desapareceu.

Nas análises dos confrontos de 2005 entre Brasil e Argentina, percebemos uma 'mudança' na auto-identidade argentina. Elementos habitualmente menos valorizados no futebol vêm à tona: a 'força', o futebol coletivo,

categorias recorrentes na construção do futebol inglês. Assim, pareceria que para jogar contra o Brasil fosse necessária a recuperação de valores do futebol europeu que se agregariam àqueles partilhados com a tradição brasileira. Pareceria que para jogar contra o Brasil é necessário empregar recursos de outros estilos de jogo. Isto destaca ou aumenta a admiração pelo futebol brasileiro.

2. Como o 'Brasil vê a Argentina'

Na análise do material coletado não observamos uma definição do 'estilo de jogo' do futebol argentino no 'olhar' da imprensa brasileira, como havíamos observado do lado argentino. Nas Copas de 1978, 1986 e 1998, observamos uma oscilação entre uma 'argentina europeizada' e uma 'argentina sul-americana'. Mas o estilo de jogo não era tão evidenciado como observamos no 'olhar' da imprensa argentina sobre o futebol brasileiro – que o define como 'jogo bonito'. Em momentos em que predominava um 'olhar' que via o futebol argentino em melhor posição que o brasileiro, seu estilo era considerado 'estilo sul-americano'. Ora ele se encaixa em um 'estilo europeu', ora ele se encaixa em uma categoria mais genérica que seria 'futebol sul-americano'. Porém, com adjetivos menos admirativos que os verificados nas narrativas da imprensa argentina sobre o Brasil. Não encontramos uma marca intrínseca ao futebol argentino nas narrativas brasileiras.

Também não observamos a 'eleição' de uma equipe como referencial do futebol argentino, como os argentinos fazem com o Brasil de 70. A narrativa sobre a seleção de 1986, por exemplo, foi quase toda centrada na figura de Maradona. Os elogios, a exaltação e o tom emocionado das narrativas eram evidentes, porém, o destaque era Maradona, não o estilo ou o time enquanto conjunto. As narrativas em torno de Maradona foram muito semelhantes às narrativas argentinas em torno de Pelé, em 1970. A diferença é que a imprensa argentina enaltecia, e continua enaltecendo nas narrativas subsequentes ao período, toda a equipe de 70, o que não ocorreu do lado brasileiro em relação à Argentina de 1986. As narrativas sobre Maradona no Mundial de 1986 ofuscavam as narrativas sobre o conjunto e as 'rememorações' do período na Copas subsequentes continuam fazendo o mesmo. Poderíamos atribuir a focalização do 'herói' e o correlato esquecimento do conjunto, a uma característica bem presente na cultura brasileira?

As narrativas brasileiras destacam que a Argentina possui outros 'rivais' importantes, além do Brasil. Um fato significativo é que, em 2002, observamos registros de brasileiros 'torcendo' contra os argentinos e até mesmo narrativas de colonistas que demonstravam seu contentamento com a derrota da Argentina. Pareceria que temos aqui o marco do acirramento do confronto. Os jornais argentinos registraram e reagiram à falta de apoio e à alegria diante da derrota Argentina.

Em termos de estereótipos, encontramos alguns como 'empáfia', 'arrogância', 'racismo' e 'reis da catimba'. Não verificamos um estereótipo positivo em relação ao 'estilo de jogo'. Notemos também que foi só no material de 2002 que encontramos crescimento de matérias que 'provocavam' a Argentina. Há, contudo, uma diferença. O jornalismo argentino que provoca é do *Olé*, não encontramos tal atitude em jornais 'sérios' como o *Clarín*. Chamou-nos a atenção o fato de jornais brasileiros 'sérios' como *O Globo*, com uma linha editorial mais próxima do *Clarín*, realizar 'provocações' e tomar como referência o material do jornal *Olé*. *O Globo* registrava muitas de suas reportagens. Neste período foi possível perceber o crescimento de um sentimento 'anti-argentino', que parecia extrapolar o universo esportivo, fato que não havíamos verificado até 1998. Por isso, apostamos que a rivalidade se acirrou nos últimos anos; as razões do acirramento ainda deverão ser mais bem elaboradas.

3. Síntese comparativa

No 'olhar' da imprensa argentina sobre o futebol brasileiro, os estereótipos falam de características como 'alegria', 'diversão', 'habilidade' e 'individualismo', como marcas intrínsecas do jogador ou do futebol, características do que se convencionou chamar de 'jogo bonito' e cuja equipe símbolo teria sido a seleção brasileira de 70. Ao inverso, no 'olhar' da imprensa brasileira não encontramos uma marca intrínseca ao futebol argentino. Houve certa tendência a identificá-lo como 'futebol-arte' ou 'toque de bola', mas de forma muito genérica, geralmente englobado na expressão 'futebol sul-americano'. Também não observamos a 'eleição' de uma equipe como referencial do futebol argentino. Em termos estritamente futebolísticos encontramos os estereótipos 'garra' e 'catimba' (sendo que este último apareceu de forma negativa em 2002). Encontramos, a partir de 2002, uma reiteração de características negativas como 'empáfia', 'arrogância' e 'racista' para qualificar os jogadores argentinos.

A identificação com o futebol sul-americano apareceu nos dois lados, em diversos momentos, com a diferença que as narrativas argentinas acrescentavam alguma singularidade ao futebol brasileiro – “la convicción de ser siempre Brasil”, “el instinto futbolero de los brasileños”, “país que vive el fútbol como pocos”, “tradición del jugador nativo”, entre outras. Assim, as narrativas sobre o futebol brasileiro na imprensa argentina aparecem como mais 'generosas' que as narrativas sobre o futebol argentino na imprensa brasileira.

Em relação ao acirramento da rivalidade, observamos alguns indícios em 1998 e toda sua intensidade em 2002, em ambos os materiais. Podemos arriscar a hipótese de que uma conjugação de fatores contribuiu para este acirramento:

- A suspensão de Maradona na Copa de 1994 e seu declínio pessoal desde aí até 2004;

- A conquista do tetra pelo Brasil justamente no mundial em que Maradona foi suspenso, se distanciano outra vez da Argentina em copas do Mundo;
- O fato de o Brasil ter ido às finais da Copa de 1998 e de 2002, tendo vencido a última e se distanciando ainda mais da Argentina;
- A eleição da FIFA sobre o ‘melhor de todos os tempos’ vencida por Maradona;
- A eleição de vários jogadores brasileiros como ‘melhores do mundo’
- O surgimento dos jornais esportivos *Olé* e *Lance*, a partir de 1996.

Estamos diante de uma questão fundamental: se o acirramento parece ser mais forte do lado do Brasil, isto estaria em franca contradição com os fatores mencionados. Se o Brasil é tão superior, como explicar o acirramento?

Uma hipótese a ser trabalhada seria a de que os jornalismo de um e outro país funcionam de modo diferente. Assim, um jornal ‘sério’ como *O Globo* cita e discute com *Olé*, o toma como referência. *O Clarín*, por exemplo, não menciona *O Lance*, este jornal esportivo não é referência para ele. O acirramento seria produto da dinâmica jornalística que pelos negócios cria ‘guerrinhas’ talvez inexistentes? A posição dos jornais brasileiros, especialmente a utilização de características negativas na construção da identidade do futebol argentino, teria alguma vinculação com a defesa da ‘marca’ e os negócios no mercado internacional? Será que no fundo estamos diante de uma competição econômica na qual a Argentina aparece como o competidor mais forte para o Brasil nas exportações do futebol? Voltaremos sobre estas questões em outra oportunidade. O leitor pode ir formulando suas respostas.

