

Ronaldo George Helal

Os *hermanos* nos amam

Eles são vistos pelos brasileiros como arrogantes, mas o fato é que os argentinos admiram o futebol do Brasil

Quando Brasil e Argentina entram em campo, os narradores de futebol sempre recordam a enorme rivalidade que existe entre os países. Valorizando o drible e a improvisação, ambos produziram um “estilo de jogo” que se opõe aos esquemas táticos que são típicos do futebol europeu. Em comum, brasileiros e argentinos têm também a forma como usaram esse esporte para construir a identidade nacional. Mas quando o assunto é a opinião do torcedor, aparece a diferença: a análise de matérias de jornais, declarações à imprensa e estudos acadêmicos revela que os argentinos admiram muito mais o futebol do Brasil do que o contrário.

Uma visita à Argentina já mostra que o povo local adota sem constrangimento referências ao país vizinho. No verão, é possível ver pessoas usando sandálias com a bandeira brasileira nas tiras, enquanto por aqui é difícil encontrar alguém com uma peça de roupa que tenha a bandeira argentina. Música brasileira toca frequentemente em bares e restaurantes. A impressão pode ser confirmada pela frase do sociólogo Pablo Alabarces, da Universidad de Buenos Aires: “os brasileiros amam odiar os argentinos, enquanto os argentinos odeiam amar os brasileiros”.

A análise da cobertura feita pelos jornais argentinos das Copas do Mundo de futebol de 1970 a 2006 prova que no futebol acontece o mesmo: a imprensa argentina “tendia” para o Brasil quando a Seleção jogava contra uma equipe europeia. Em 1970, por exemplo, após a partida final entre Brasil e Itália, vencida pela seleção brasileira por 4 a 1, o correspondente do jornal *Clarín*, Beto Devoto, escreve que “sentimos perder a objetividade jornalística porque desejávamos de todo o coração a vitória do Brasil, que é vitória da escola sul-americana”.

Em 1982, após a eliminação do Brasil para a Itália, o *Clarín* afirma que a potência daquela Copa foi o Brasil. A narrativa do jornal lamenta o resultado – parece ignorar que os brasileiros foram responsáveis pela eliminação argentina no jogo anterior – e elogia o futebol da Seleção, principalmente “pela verdade de seu jogo”. Narrativa

semelhante é observada após a derrota brasileira para a França na Copa de 1986, vencida pela Argentina. O jornalista Manuel Epelbaum, do *Clarín*, diz que a partida entre Brasil e França “foi um monumento ao Futebol”. E no final do texto, lamenta a eliminação do “digníssimo Brasil”.

Além das narrativas elogiosas e da ausência de comemorações nas derrotas do rival, há também enquetes realizadas pelos jornais que ajudam a entender melhor como os argentinos nos veem. Na véspera da final da Copa de 1994, entre Brasil e Itália, o *Clarín* perguntou qual equipe os leitores queriam que ganhasse a competição. O resultado é que, “apesar da rivalidade existente entre ambos os países, os portenhos desejam que o próximo campeão do mundo seja o Brasil, segundo uma pesquisa telefônica realizada com 550 pessoas”, diz o jornal, que segue: “Talvez influenciados pelo fato de que o time de Carlos Alberto Parreira seja o único sul-americano na disputa, 59,5% dos entrevistados escolheram Brasil como sua equipe favorita”.

Em 2002, na véspera da final contra a Alemanha, o jornal *Olé*, que “provocou” o Brasil durante toda a Copa, publicou pesquisa realizada com mais de 10 mil internautas em seu site e registrou que 55,6% preferiam que o Brasil ganhasse o Mundial. Nas duas partidas entre Brasil e Argentina realizadas em junho de 2005, pelas eliminatórias para a Copa do Mundo e na final da Copa das Confederações, os argentinos se referiam aos brasileiros como os praticantes do “jogo bonito”. No jornal *La Nación* de 6 de junho de 2005, o articulista Juan Pablo Varsky destaca no título de sua crônica: “Ronaldinho, o artista alegre”. O texto, ilustrado com uma foto do jogador rindo, diz: “Ronaldinho ama o futebol. Curte o esporte, se diverte, transmite alegria. Até seus adversários o entendem, mesmo quando são humilhados por um truque de seu mágico repertório”. Ele termina dizendo que “Ronaldinho Gaúcho é simplesmente irresistível. Por isso, nós também estamos contando as horas para vê-lo jogar por 90 minutos”.

Enquanto isso, no Brasil, temos ouvido cada vez mais locutores de televisão, técnicos e jogadores dizendo frases como: “Ganhar é muito bom, mas ganhar da Argentina é melhor ainda”. O narrador Galvão Bueno, por exemplo, já disse isso algumas vezes.

A implicância crescente em relação ao argentino talvez seja resultado da necessidade maior do Brasil de marcar sua alteridade, ou seja, de ter um adversário a quem se opor para se afirmar como nação. A popularização da nacionalidade brasileira foi construída em grande parte por meio do futebol, enquanto na Argentina o “nacional”

já existia antes desse esporte, por meio das escolas públicas, a partir da época em que Faustino Sarmiento (1811-1888) governou o país, entre 1868 e 1878. O investimento que Sarmiento fez nas escolas tinha como intenção levar os imigrantes a encontrar ali um ideal de nação argentina.

Já no Brasil, o primeiro movimento em torno de uma “construção” de identidade nacional ocorreu na Semana de Arte Moderna em 1922, mas foi só a partir da década de 1930 que novas formas de conceituar o país - encontradas, por exemplo, nas obras de Gilberto Freyre (1900-1987), *Casa Grande e Senzala* (1933), e de Sérgio Buarque de Holanda (1902-1982), *Raízes do Brasil* (1937), passaram a dominar o meio intelectual. Nas obras de Nina Rodrigues (1862-1906) e Oliveira Vianna (1883-1951), por exemplo, a miscigenação racial era vista como algo negativo e não como um valor positivo, como na obra de Freyre.

No meio do futebol, as crônicas e os livros do jornalista Mário Filho (1908-1966), amigo de Freyre, foram importantes no processo de uso do futebol para se construir o “nacional”, justamente em um período de profissionalização e popularização do esporte e de mudanças na maneira de se pensar o país.

Mas na imprensa brasileira de hoje o acirramento da rivalidade entre os dois países nunca é justificado como forma de afirmação nacional, e sim como defesa às “provocações” argentinas. Nessas horas, sempre se fala nas declarações de Diego Maradona, o melhor jogador argentino da história. Durante a Copa de 2010, os jornalistas brasileiros enfatizaram frases provocativas de Maradona, que ocupava o cargo de técnico da Argentina. Mas prestando atenção às suas entrevistas na íntegra, é possível observar que a imprensa do Brasil fazia uma edição tendenciosa, sempre buscando a polêmica. Quando ele disse, logo após a primeira rodada, que só a Argentina tinha jogado bem, saiu no Globo.com que ele estaria desprezando o Brasil. Os brasileiros não costumam se lembrar que o próprio Maradona afirmou, após a derrota de sua seleção na final da Copa América de 2007, que “o Brasil, ao longo da história, sempre esteve um degrau acima”.

O nome de Maradona também está envolvido em uma polêmica que alimenta a rivalidade entre Brasil e Argentina: quem foi o melhor jogador, ele ou Pelé? Esse é um debate construído recentemente nos meios de comunicação dos dois países. Ele só aparece no material jornalístico analisado na Copa de 2002. Em 1990 o ex-jogador brasileiro chegou a ser anunciado pelo *Clarín* – no qual foi colunista em vários

Mundiais – como “o melhor da história”. Talvez essa polêmica recente revele um sentimento de compensação dos argentinos devido à superioridade do futebol brasileiro nos últimos vinte anos, com a conquista de duas Copas (1994 e 2002).

O fato é que toda rivalidade traz em si uma dose de admiração. Só se rivaliza com quem tem algo que se deseja possuir ou superar, com quem é grande e tememos que seja maior do que nós. A *Iliada*, de Homero, está repleta de passagens que retratam a admiração mútua entre gregos e troianos e entre os heróis Aquiles e Heitor. Mas, diferentemente dos conflitos que podem levar à aniquilação de um povo por outro, no esporte não se rivaliza para destruir o outro, pois dele uma equipe ou nação precisa para se singularizar.

Nos últimos anos, essa rivalidade conquistou a publicidade brasileira. Na Copa de 2010, a maioria dos comerciais tinha o argentino como único antagonista. Em um deles, uma lata de cerveja chama um argentino de *maricón* (homossexual). Uma publicidade do país vizinho retratando o brasileiro de forma parecida talvez criasse um incidente internacional, apesar do tom obviamente humorístico.

As informações sobre a falta de reciprocidade do lado de cá já estariam gerando uma mudança de atitude por parte dos argentinos em relação ao “odiar amar”. Durante a copa de 2006, já foi possível notar uma ligeira modificação. E na derrota do Brasil para a Holanda na Copa de 2010, houve comemorações na Argentina. O resultado é que os jornais já não “tenderiam” mais para o Brasil como em Copas passadas.

Ronaldo George Helal é professor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e autor de “Jogo Bonito y Fútbol Criollo: la relación futbolística Brasil-Argentina em los medios de comunicación”. In Grimson, Alejandro. *Pasiones Nacionales: política y cultura em Brasil y Argentina* (Edhasa, 2007)

OLHOS:

Para sociólogo de Buenos Aires, ‘os argentinos odeiam amar os brasileiros, enquanto os brasileiros amam odiar os argentinos’

Enquetes realizadas por jornais antes das finais das Copas do Mundo de 1994 e 2002 mostram que os argentinos estavam torcendo pelo Brasil e não pelos europeus

SAIBA MAIS:

ALABARCES, Pablo. “Tropicalismo y europeísmos: La narración de la diferencia entre Argentina y Brasil a través del fútbol”. In: GASTALDO, Édison; GUEDES, Simoni (orgs.). *Nações em campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional*. Niterói, Intertexto, 2006.

FRIGERIO, Alejandro; RIBEIRO, Gustavo Lins (orgs.). *Argentinos e brasileiros: Encontros, imagens e estereótipos*. Petrópolis, Vozes, 2002.

GUEDES, Simoni. “De Criollos e Capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil”. In: GASTALDO, Édison; GUEDES, Simoni (orgs.). *Nações em campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional*. Niterói, Intertexto, 2006.

SANTOS, Newton César de Oliveira. *Brasil x Argentina: História do maior clássico do futebol mundial (1908-2008)*. São Paulo: Editora Scortecci, 2009.