

## **Jornalismo e futebol: argentinos e brasileiros ou do “odiar amar” e do “amar odiar”<sup>1</sup>**

**Dr. Ronaldo Helal (UERJ)<sup>2</sup>**

**Dr. Hugo Lovisolo (UERJ)<sup>3</sup>**

**Resumo:** *Este artigo analisa a cobertura jornalística sobre o futebol brasileiro e argentino a partir da observação de que a tradição de rivalidade se acirrou nos últimos anos e que o ator principal desse processo foi o jornalismo esportivo. O acirramento foi envolvido pela retórica sobre as identidades diferenciadas no futebol, especialmente em termos de estilos. O foco da investigação são as imagens que ambos os países “constroem” sobre o futebol do “outro. O recorte da imprensa argentina se concentra nas Copas do Mundo desde 1970 até 2002 e nas duas partidas que ocorreram entre Brasil e Argentina em junho de 2005 – eliminatórias da Copa de 2006 e final da Copa das Confederações. Os jornais analisados foram Clarín, El Gráfico e Olé (a partir da Copa de 1998) e Clarín, Olé e La Nación para os confrontos de 2005. O recorte de análise nos jornais brasileiros se concentra nos mundiais de 1978 e desde 1986 a 2002. O material analisado foi o Jornal do Brasil (1978 e 1986) e O Globo (1990 a 2002).*

*Palavras-Chave:* *Jornalismo esportivo, Futebol, Rivalidade Brasil-Argentina*

---

## **Jornalismo e futebol: argentinos e brasileiros ou do “odiar amar” e do “amar odiar”**

**Dr. Ronaldo Helal (UERJ) e Dr. Hugo Lovisolo (UERJ)**

### **1- Apresentação**

Este artigo analisa a cobertura jornalística sobre o futebol brasileiro e argentino a partir da observação de que a tradição de rivalidade, existente desde as origens, se acirrou nos últimos anos e que o ator principal desse processo foi o jornalismo esportivo<sup>4</sup>. O acirramento foi envolvido pela retórica sobre as identidades diferenciadas no futebol, especialmente em termos de estilo e de geração de craques, a partir de uma identidade mais antiga e englobadora geralmente reconhecida como futebol sul-americano, embora dentro desta vigorasse a denominada tradição rio-platense, onde o confronto entre Argentina e Uruguai foi

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Sociabilidade”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

<sup>2</sup> Professor do PPGC da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: rhelal@globo.com

<sup>3</sup> Professor do PPGC da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-Mail: Lovisolo@globo.com

<sup>4</sup> Sobre a formação histórica da rivalidade entre Brasil e Argentina e a “construção” do “argentino” em jornais de Santa Catarina e Porto Alegre ver Jacks, N., Machado, M., e Muller, K. (2004).

por décadas visto como sua essência. O foco da investigação são as imagens que ambos os países “constroem” sobre o futebol do “outro”. Em outras palavras, os estereótipos elaborados e suas características positivas ou negativas. Em termos retóricos, as ações de louvar ou denegrir o outro.

A base empírica do texto é o relatório de pesquisa elaborado por Helal (2006)<sup>5</sup>, cujo recorte da imprensa argentina se concentra nas Copas do Mundo desde 1970 até 2002 e nas duas partidas que ocorreram entre Brasil e Argentina em junho de 2005 – eliminatórias da Copa de 2006 e final da Copa das Confederações. Os jornais analisados para os mundiais foram *Clarín*, *El Gráfico* e *Olé* (a partir da Copa de 1998) e *Clarín*, *Olé* e *La Nación* para os confrontos de 2005. O recorte de análise nos jornais brasileiros se concentra nos mundiais de 1978 e desde 1986 a 2002. O material analisado foi o *Jornal do Brasil* (1978 e 1986) e *O Globo* (1990 a 2002).<sup>6</sup> As bases empíricas deste artigo estão no relatório referido, aqui trabalharemos sobre as conclusões e sínteses das análises.

A construção simbólica do futebol foi semelhante nos dois países. Ambos “construíram” para si uma imagem de “estilo de jogo” baseada no drible, improvisação e espontaneidade, tendo como oposição a rigidez de esquemas táticos que seriam típicos do futebol europeu, especialmente o inglês, o grande adversário do futebol *criollo* dos argentinos.

O crescimento entre os vizinhos do sentimento de ser cada um o principal adversário do outro, no campo do futebol, sugere que se deveriam criar diferenciações simbólicas a partir de identidades futebolísticas historicamente semelhantes. Ou seja, em alguns momentos a questão sobre a especificidade do futebol de cada um deveria ganhar destaque.

Várias perguntas permearam o recorte e análise do material: o que fazem argentinos e brasileiros quando “olham” para o futebol do “vizinho”? Identificam-se ou reforçam uma outra identidade “mais brasileira” ou “mais argentina”? Como foi ocorrendo o processo de

---

<sup>5</sup> Helal R. (2006), “Futebol, Mídia e Nação: as narrativas sobre a seleção brasileira na imprensa argentina”. O relatório foi elaborado para a CAPES que financiou pesquisa de pós-doutorado na *Universidad* de Buenos Aires do referido professor. O relatório foi ampliado, mais adiante, incluindo aí o material na imprensa brasileira, mediante uma licença-sabática concedida pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Ver também Helal (2005) para uma versão inicial da elaboração do relatório.

<sup>6</sup> Agradecemos e destacamos a valiosa colaboração de Thiago Bartholo na coleta do material, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Educação Física da Universidade Gama Filho.

acirramento? Qual o papel da imprensa especializada e não especializada no acirramento? Quais as modalidades do acirramento e suas razões? <sup>7</sup>

## 2 – O Brasil desde a Argentina

A Argentina não participou da Copa do Mundo de 1970. De qualquer modo, o jornal enviou dois correspondentes para fazer a cobertura da Copa do Mundo. A seleção brasileira de 70 é tratada como referência do “estilo de jogo” do futebol brasileiro e torna-se ícone deste futebol. Salientemos que essa também foi a tônica dos jornais brasileiro. Assim, existe amplo consenso sobre ter sido a melhor seleção da história, tanto na imprensa argentina quanto na brasileira. Em 1970, após a vitória na final contra a Itália, as matérias evidenciam claramente a identificação com o Brasil. A identidade do futebol sul-americano é ampla e não existem provocações<sup>8</sup>. Ao contrário, a identificação laudatória brilha nos jornais argentinos.

No material relativo às Copas de 1974 e 1978 observamos uma nostalgia em relação à seleção de 70. Duas imagens passam a ser dominante: uma que diz que “Brasil no se parece a Brasil”, quando a seleção não corresponde às expectativas e outra que reforça uma “tradição” que aparece na frase “Brasil es siempre Brasil”. As duas categorias remetem a uma admiração por um “estilo de jogo” que seria “típico” do Brasil. “Brasil no se parece a Brasil” é uma categoria nostálgica, e não de regozijo pelo “fracasso” do rival.

Mesmo após o triunfo da Argentina nas Copas de 1978 e 1986, o surgimento de Maradona e, portanto, de uma situação mais próxima em termos de prestígio internacional, a valorização do futebol brasileiro continua forte. Nas Copas de 1982 e 1986 predomina a categoria “Brasil es siempre Brasil”. A eliminação do Brasil nos dois Mundiais é descrita em tom de lamento e não de regozijo. Na Copa de 1986, após a eliminação do Brasil para a França nas quartas-de-final, no *Clarín*, de 22 de junho, destaca-se que a partida “Fue un Monumento al Fútbol” e se lamenta a eliminação da seleção brasileira. A “admiração” pelo futebol brasileiro se situa na imprensa argentina acima da “rivalidade” entre os dois países.

---

<sup>7</sup> Uma dimensão importante do acirramento é a polêmica Pelé/Maradona que deixaremos de lado neste artigo.

<sup>8</sup> Ver, por exemplo, *Clarín* do dia 22 de junho de 1970 onde o jornalista assume sua “torcida para o Brasil”: (...)Entonces sentimos perder la objetividad porque deseábamos de todo corazón la victoria de Brasil que es la victoria de la escuela sudamericana, esa que nos pertenece también (...) y la que responde al fútbol de más alto nivel de creación, de talento, de ingenio y de sorpresa. Por eso el 4-1 es la distancia exacta e inobjetable entre sudamericanos y europeos”. Hipoteticamente, acreditamos que o Brasil reagiria naquela ocasião de forma semelhante, caso estivesse na mesma situação. Algo parecido ocorreu nas narrativas brasileiras sobre a Argentina de 1986, principalmente em torno da figura de Maradona.

A afirmação de que Brasil não se parece a Brasil volta a ser utilizada em 1990 e em 1994, sempre de modo nostálgico. As matérias da Copa de 1990 caem na categoria “Brasil no se parece a Brasil”. Apesar da vitória da Argentina sobre o Brasil, nas oitavas-de-final, se enaltece o futebol brasileiro e sua tradição, embora se ressalve que a seleção não estivesse a sua altura. O respeito e a admiração pelo futebol brasileiro são evidentes e ganhar do Brasil reforça o culto ao futebol brasileiro. Os jornais destacam que ganhar do Brasil é quase como conquistar a Copa do Mundo.

O primeiro indício de uma reação argentina, diante dos registros da imprensa brasileira, ocorreu em 29 de junho de 1994, em coluna de Nestor Straimer sob o título “¿Brasil Ya Está Sufriendo?” A partir de “*O Globo*”, o colunista afirma que “los brasileños sienten en el alma aquel gol de Caniggia. Depois ele diz que os humoristas brasileiros “juegan con Maradona. Lo ridiculizan, lo humillan”. E termina assim: “por todo eso, sueño con una final con Brasil. Y les pido a ellos, por favor, que sigan burlándose de Diego. El triunfo lo vamos a disfrutar muchísimo más”.

Esta foi a primeira nota com tom de reação provocadora, porém ficou isolada no meio do material sobre a Copa de 1994. No bojo das narrativas, a identidade sul-americana é reforçada e a memória do “Brasil de 70” é acionada na final contra a Itália.

Em 1998, na final contra a França, as reportagens oscilam entre “Brasil no se parece a Brasil” e “Brasil es siempre Brasil”. Porém, são narrativas de lamento e não de regozijo. Tudo indica que os jornais argentinos “torcem” pelo Brasil quando outros são seus adversários.

O tom começa a mudar em reportagem de Eleonora Gosman, Clarín, 8 de julho de 1998, que diz: “Estos periodistas y técnicos reconocieron, por primera vez por TV, que el sábado pasado el pueblo brasileño había festejado los goles de Holanda contra la Argentina. É como se fora reconhecido um sentimento que, até então, era desconhecido dos argentinos: os brasileiros torciam abertamente contra a Argentina. É um convite a uma reação por parte dos jornais argentinos que passam a transmitir que os brasileiros não tem sentimentos e atitudes de reciprocidade

*Olé*, jornal especializado em esportes, faz, em 1998, pela primeira vez a cobertura de uma Copa do Mundo. *Olé* misturou algumas reportagens de cunho mais “investigativo” com outras que se regozijavam com a derrota brasileira. A reciprocidade da alegria pela perda do vizinho parece estar-se instalando e com ela a provocação ao adversário, embora sempre

entremeada com o reconhecimento do futebol brasileiro. A “provocação ao Brasil” se torna mais evidente no *Olé* que no *Clarín*, portanto, no jornalismo especializado em esporte.

*Olé* de 20 de junho, antes da partida entre Brasil e Inglaterra, publica uma coluna de Leo Farinella com o título “Ojalá gane Inglaterra” e outra de Adrian Maladeski com o título “Ojalá gane Brasil”. Farinella deixa claro que o Brasil é o rival que ele mais odeia, em termos futebolísticos, apesar de ressaltar que em uma partida contra o Boca Juniores ele torceria pelo Brasil, evidenciando que as rivalidades clubísticas podem ser maiores do que as geradas pela seleção.<sup>9</sup> Adrian Maladeski se utiliza de uma construção “essencializada” de “brasilidade” e de “futebol brasileiro” que fala de “arte” e “alegria”, juntando futebol com música. O fato de *Olé* publicar a coluna de Maladeski ao lado da de Farinella, mostrando duas posições antagônicas em relação ao Brasil, demonstra certa ambigüidade em relação ao sentimento que provoca o Brasil. A partir das publicações podemos inferir que Brasil e Inglaterra são os maiores rivais da Argentina, sendo que Brasil provoca sentimentos explícitos de admiração e identificação sul-americana. É o adversário admirado e, portanto, o que provoca maior prazer quando derrotado pelos argentinos. Contudo, a ironia argentina diz: “que pierdan los dos”.<sup>10</sup> Tomado ao pé da letra, estaria se insinuando que já não torcem pelo Brasil como antes, pois, os brasileiros torcem sempre contra.

A coleta de material relativo aos dois confrontos entre Brasil e Argentina em um espaço de 21 dias em junho de 2005 foram de muita valia para a análise. Se para os articulistas argentinos a “essência” do futebol argentino está no “futebol criollo”, não inglês, e seu emblema é o que se convencionou chamar de “gambeta” (drible com “jogo de cintura”), característica típica dos “potreros” (terrenos baldios), para os articulistas brasileiros a “essência” do futebol brasileiro está no “drible”, na “malandragem”, características que se aprendem no “futebol de rua”, e onde sua principal figura é o negro, o mestiço, o “futebol não-branco.” As imagens construídas são muito semelhantes. Nas partidas de 2005, notamos que, ao se confrontar com o Brasil, o jornalismo argentino trouxe para si um elemento mais

---

<sup>9</sup> O mesmo ocorre no Brasil. Na partida entre Brasil e Japão pela Copa das Confederações 2005, os jornais brasileiros noticiaram que um percentual expressivo de brasileiros torceria pela seleção nipônica, porque Zico – considerado o melhor jogador da história do Flamengo – era seu treinador.

<sup>10</sup> Manchete da seção de esportes do *Clarín* do dia 20 de junho de 2002, antes da partida entre Brasil e Inglaterra. A manchete foi motivada por uma pesquisa feita entre os leitores do jornal na qual 52,1% disseram que preferiam que a Inglaterra perdesse a partida. A pesquisa poderia ser lida como “maioria prefere Brasil”. Brasil ia para seu quinto título e Inglaterra para seu segundo, o que explicaria o “placar apertado”. Uma pesquisa como esta nas Copas anteriores talvez tivesse provocado outra manchete.

“europeizado” que seria a “força”, a partir da crença de que os brasileiros são os donos do “jogo bonito”.

Em 6 de junho, *Olé*, *Clarín* e *La Nación* destacam uma frase de Simeone, ex jogador da seleção argentina e que estava promovendo a partida: “Brasil saca cracks y Argentina, grandes jugadores” (...) Pero Brasil tiene este don de ganarte con la inspiración de uno.” A frase transparece que a seleção argentina tem que jogar um futebol mais coletivo para poder vencer aos que têm inspiração individual.

Com a vitória da Argentina por 3 a 1, os jornais publicaram matérias com fotos nas primeiras páginas. No *Clarín*, quase toda a capa está ocupada por uma foto de Crespo e Riquelme e o título: “Argentina Gozó con Brasil y va al Mundial”. Na seção de esporte lemos que “el brillo propio de la selección apagó a las estrellas de Brasil” e que “por eso la alegría esta vez fue sólo Argentina” (*Clarín*, 8 de junho de 2005). Em *La Nación*, Daniel Arcucci diz que: Hoy la Argentina debe recurrir más que nunca al conjunto para oponerse a las individualidades” (*La nación*, 9 de junho de 2005)

O material mais emblemático deste período foi publicado nas páginas 20 e 21 do *Olé* de 10 de junho: uma foto “maquiada” dos onze jogadores argentinos. Todos estão escurecidos, com os lábios grossos, como se fossem negros. Embaixo da foto, no canto direito, está escrito: “Jogo Bonito”. Era como se a foto estivesse dizendo tudo que Farinella e outros estavam colocando. Algo como nesta partida “nós” fomos “vocês”.

Brasil e Argentina se classificaram para a final da Copa das Confederações realizada na Alemanha em 2005. Por conta da vitória nas eliminatórias, as matérias antes da partida eram mais otimistas e o elemento “europeu” foi menos acionado.

Em *La Nación* do dia 28 de junho, Daniel Arcucci fala de “duelo de estilos, los nombres de los dos más grandes jugadores de la historia como reyes. O texto não especifica quais estilos são do Brasil e da Argentina, mas prevalece o tom de igualdade.

No dia 29 de junho lemos em *Olé* que depois de muito tempo a Argentina “enfrentará a Brasil a la brasileña o a la argentina (...) Brasil siempre es Brasil, con cualquier DT. Argentina varió su identidad cada vez que asumió un técnico. Y la elegida en este caso se asemeja muchísimo a la brasileña”. Aqui temos a crença de que Brasil nunca abandonou seu estilo e a afirmação que esta Argentina se parece com o Brasil. Estaria o “fútbol criollo” se aproximando do “jogo bonito”?

Após a derrota por 4 a 1 e a conquista do Brasil, *Clarín* e *La Nación* do dia 30 de junho colocaram fotos dos jogadores argentinos de cabeça baixa, recebendo a medalha de vice-campeões, na primeira página de suas edições. *La Nación* tituló a foto: “La alegría fue sólo brasileña”. Daniel Arcucci escreve: “La imagen era la misma, repetida tantas veces en los últimos años (...) Brasil levantando una Copa por allá, Argentina lamentándose por acá. Los cracks con camiseta *verdeamarela*, los buenos jugadores con camiseta argentina”. ”. Arcucci aponta “Los diez golpes que llevaron al knock-out”. A Razão número 10 fala que “la máxima de Simeone, tiene más vigencia que nunca: Brasil tiene cracks. La Argentina buenos jugadores.” Outros jornais apontam na mesma direção.

*Olé* publicou uma de suas capas mais famosas. Jornais brasileiros noticiaram o fato e, segundo o *Olé*, jornais de todo o mundo. Na capa só havia o seguinte texto em um fundo amarelo: “ERROR: 30-06-2005. Por razones técnicas no se pudo imprimir esta tapa. Disculpen, hasta mañana” (*Olé*, 30 de junho de 2005). Dentro do jornal, a reportagem de Marcelo Sottile, tinha como título: “Felicitaciones: por un rato dan ganas de aplaudir a Brasil”. E o texto começa advertindo ao argentino fanático para não ler a nota pois “por un día, o por un rato dan ganas de aplaudir a Brasil con más envidia que odio por el talento ajeno”. E diz que:

“Así se muestran. Bailando con sus mejores sonrisas, cantando ante ojos extraños como un grupo que se **divierte** sin que los rivales le saquen la pelota. Porque son así, son **profesionales del juego bonito** (...) Como supo decir Simeone: Brasil tiene varios cracks. La Selección grandes jugadores. (...) A decirlo de una vez: **felicitaciones. Igual. Maradona es argentino. Y fue mejor que Pelé...**” (grifos nossos)

As narrativas louvam o futebol brasileiro, com os estereótipos de “alegria” e “diversão”. No final, logo após os “parabéns”, vem a frase que “Maradona é argentino e foi melhor que Pelé”. Se no “olhar” argentino, a marca do futebol brasileiro é o “jogo bonito” – que talvez seja o ideal do “fútbol criollo” -, o jogador que mais soube jogar desta forma é argentino.

Na análise do material ficou evidente a estereotipização positiva no “olhar” argentino sobre o futebol brasileiro. Características como “alegria”, “diversão” e “individualismo” são marcas do futebol brasileiro e que resultam no “jogo bonito”. O futebol argentino foi “construído” com atributos como “gambeta” e “futebol-arte” em oposição à “rigidez de esquemas táticos”, entendida como “futebol-força”, onde o principal antagonista seria o inglês. O que fazem então os argentinos quando “olham” para seu vizinho que “construiu” seu futebol em bases semelhantes?

Pela análise do material da Copa de 1970, o “olhar” marca uma identificação com o Brasil. 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) e “Brasil es siempre Brasil” (categoria de reforço de uma “tradição”). O “Brasil no se parece a Brasil” nunca é visto como regozijo. E no “Brasil es siempre Brasil” admira-se o “estilo de jogo”, “construído” com atributos presentes na “construção” do “fútbol criollo”. Nas Copas de 1998 e 2002 (principalmente nesta) observamos a categoria que denominamos de “provocação ao Brasil”. Ainda assim, mais no *Olé* do que no *Clarín*. No entanto, o “Brasil es siempre Brasil” não desapareceu.

Nas análises dos confrontos de 2005, percebemos uma “mudança” na identidade argentina. Elementos mais secundarizados vem à tona: a “força”, o futebol coletivo, que seriam nas “construções” do passado, típicas do futebol inglês. Seja na identificação ou na marcação de uma “outra singularidade” argentina (mais européia), a admiração pelo futebol brasileiro é explícita na maioria das matérias analisadas.

### **3- A Argentina desde o Brasil**

No material relativo aos dois Mundiais vencidos pela Argentina as narrativas oscilavam entre “Argentina jogando de forma européia” e outras que a vêem jogando o “futebol-arte”. A “Argentina Europeizada” é narrada como um abandono de suas “origens” e a Argentina com “futebol- arte” representa a “escola sul-americana”. Não há reportagens provocativas. Pelo contrário, em 1986, as matérias evidenciavam a torcida pela Argentina, principalmente por Maradona, demonstrando que a “provocação” ao rival também é recente no jornalismo brasileiro.

Na Copa de 1978 a tensão entre dois estilos de futebol apareceu com frequência. No dia 3 de junho de 1978, em “Argentina derrota a Hungria com a arma dos europeus” lemos que “embora pareça paradoxal, o triunfo argentino foi conquistado mais com as qualidades geralmente atribuídas as equipes européias – a força e a preparação física do que com a técnica decantada dos sul-americanos”. A narrativa se adequa à categoria “Argentina europeizada”, mas ao falar do que se esperava do futebol argentino o engloba dentro da “técnica sul-americana”. Esta identificação é semelhante à narrativa argentina sobre o Brasil neste período.

Na Copa de 1986, as reportagens exaltavam Maradona e identificavam o “estilo de jogo” da Argentina, como um “estilo” da “escola sul-americana. Em 22 de junho, o noticiário sobre Argentina e Inglaterra titulava: “Força contra a arte na ‘guerra’ do futebol” com o texto dizendo “Os ingleses são a **força** (...) os argentinos a **arte**” e que “estarão em confronto as **escolas sul-americanas**, comandada por Diego Maradona, e a **européia**, liderada pelo apoiador Hodge.” (grifos nossos). Notemos o uso da palavra arte para adjetivar o futebol argentino e que seu “estilo” aparece englobado pelo sul-americano.

Após a vitória sobre a Inglaterra, *Jornal do Brasil* de 23 de junho, colocou na primeira página uma foto no alto de Ayrton Senna vencendo uma corrida de Fórmula 1 e outra, embaixo, de Maradona com a legenda: “Maradona dá o drible final em Shilton no gol mais belo da Copa”. A vitória de Senna aparece com mais destaque do que a vitória Argentina. Esta “edição” pode estar “compensando” o fato de que Brasil tinha sido eliminado pela França. Aí a narrativa tende para “Argentina europeizada”, porém em tom elogioso. Temos ainda a manchete “Genialidade e esperteza no ‘show’ de Maradona”. São varias fotos de Maradona driblando com a legenda: “Segurar Dieguito era impossível e aos ingleses só restou a alternativa de caçar o dono da bola e do jogo”. A narrativa junta “talento” com “esperteza” características muito cultuadas nas narrativas de trajetórias de vida de nossos ídolos esportivos Talvez, se a jogada tivesse sido executada por um brasileiro, a palavra “esperteza” seria substituída por “malandragem”. De fato, ambas as culturas se crêem “donas” desta característica. A imprensa brasileira enaltecia o futebol de Maradona e o colocava como o sucessor de Pelé. Desde momento em diante, as narrativas sobre a Argentina são quase todas englobadas pelas de Maradona. Estamos sempre diante uma narrativa “romântica”, “nostálgica”, que considera “superior” um futebol mais “espontâneo”, mais “próximo dos princípios do jogo”. É uma narrativa semelhante às que foram “construídas” no Brasil e Argentina.

Para as Copas do Mundo de 1990 a 2002, o jornal utilizado foi *O Globo*. Nestas Copas, as categorias observadas anteriormente voltam a aparecer. Porém, em 1990 e 1994, as narrativas estão ainda mais centradas em Maradona. Definimos estas narrativas como “Argentina de Maradona”. Em 2002, predomina a categoria “Provocação a Argentina”, apesar de que ela aparece também, ainda que timidamente, em 1990, 1994 e 1998. Em 1990, antes da partida contra o Brasil, aparecem estereótipos como “catimba” e “violência”. O encantamento pelo futebol de Maradona aparece misturado à visão de que os argentinos são

“catimbeiros” e “violentos”. A “catimba” quando feita por brasileiros é narrada no Brasil como “malandragem”, como algo positivo, mas para falar da “catimba” dos argentinos o tom é moralista, como “deslealdade”. A vitória da Argentina sobre o Brasil é a “vitória de Maradona”, gerando narrativas que dizem que o talento “destrói esquemas táticos”.

No dia 8 de julho, antes da partida contra a Alemanha a manchete era: “Alemanha x Maradona”, enfatizando que a Argentina é o “time de Maradona”. No mesmo dia, em “Um italiano que queria ser inglês”, os estereótipos permeiam a narrativa:

“Diz a lenda que os argentinos são italianos que falam espanhol, agem como franceses e gostariam de ser ingleses. Como todo bom italiano, é **dramático** e faz de tudo uma tragédia, fonte inspiradora do tango. Como francês saber ser **agressivo** no contato pessoal. E, como os ingleses, é **arrogante**. O lado latino é imposto pela realidade do país (grifos nossos).”

“Dramático”, “agressivo” e “arrogante”. É uma narrativa “provocativa” que, apesar de não ser predominante nesta Copa, utiliza estereótipos que virão à tona na Copa de 2002.

Mesmo que suavemente, a imprensa brasileira “provoca” a Argentina desde a Copa de 1990. O contexto era mais favorável à Argentina que havia encostado no “placar” com a conquista da Copa de 1986 e que tinha Maradona em sua equipe. Se levarmos em conta os contextos e as conjunturas, poderíamos dizer que as “provocações” ocorrem mais do lado de quem está em situação mais desfavorável. No entanto, as “provocações” recentes de ambos os lados – e ainda mais forte do lado brasileiro - ocorrem em um momento em que a situação é mais favorável ao Brasil, demonstrando que estruturalmente “nós” implicamos mais com “eles” do que “eles” “conosco”. O que motivaria a maior implicância brasileira quando além de ser o mais forte é admirado pelo seu principal adversário?

No Mundial de 1998, as narrativas se encaixam na categoria “Argentina europeizada”. Não encontramos narrativas provocativas em relação à Argentina, exceção feita em algumas colunas do jornalista Renato Mauricio Prado. As colunas de Prado geralmente possuem um tom irônico e até agressivo, mesmo nas partidas locais. Não podemos afirmar que seja algo deliberado contra a Argentina. Sua coluna é para ser “lida” da mesma forma como “lemos” *Olé*.

Na reportagem sobre a vitória Argentina lemos que “a Argentina ficou devendo, pois foi ameaçada pelo Japão (...)”. A idéia de que a Argentina ficou devendo é semelhante à que vimos em narrativas argentinas sobre o Brasil. No entanto, após a vitória sobre a Jamaica por 5 a 0, *O Globo* de 22 de junho, em uma narrativa repleta de analogias relacionadas ao tango.

É uma narrativa “romântica” que mistura futebol com tango, produzindo “essencializações” semelhante às que os jornais argentinos fazem com o Brasil, ao juntar futebol e samba.

Após a vitória da Argentina sobre a Inglaterra *O Globo* de 1 de julho de 1998 diz que “se a Argentina **tocava a bola**, tentando abrir espaços, a arma inglesa era Owen. Veloz e talentoso, ele lembra **craques sul-americanos**.”(grifos nossos). O texto mistura “garra inglesa”, “toque de bola argentino” e ao se referir ao jogador inglês Owen diz que ele lembra “craques sul-americanos”. O “talento” parece ser mesmo uma marca “indelével” na “construção” do futebol destes países. Na reportagem sobre a desclassificação da Argentina contra a Holanda *O Globo* de 5 de julho de 1998 registra “Argentinos saem da Copa calados, mas sem empáfia” . Mesmo com a “explicação”, a narrativa reforça um dos estereótipos sobre os argentinos: a “empáfia”.

No material da Copa de 2002, predominam reportagens que se encaixam na categoria “provocação à Argentina” – tal como ocorreu no material argentino sobre o Brasil. No dia 3 de junho de 2002, *O Globo* registra que “Cariocas viram a noite para torcer contra a Argentina” Na edição do mesmo dia, Arnaldo Bloch escreve: “nestes tempos em que a África corre para a ponta, quando é que a racista Argentina vai ter, enfim, um jogador negro?”<sup>11</sup> Esta narrativa “provoca” e estimula uma “visão negativa” do vizinho. Destaquemos que *Olé* consegue se tornar uma referência para o jornalismo brasileiro. Interessante é a matéria do *Zagalo* do dia 4 de junho, posta como reação ao *Olé*.<sup>12</sup> O material indica que *Olé* passa a comandar a festa das reações, sendo ele mais significativo para os jornais brasileiros não especializados do que, por exemplo, o *Lance!* para os mesmos jornais argentinos.

Na análise do material coletado, e aqui altamente resumido, 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”. 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”. Porém, com adjetivos menos

---

<sup>11</sup> De onde a Argentina selecionaria negros para sua seleção é difícil de responder demograficamente. De onde Bloch tira a vigência do racismo na Argentina é outra incógnita.

<sup>12</sup> Entre outras coisas, escreve Zagallo: “*Olé* tenta ridicularizar o Brasil” e “vão debochar de novo dizendo que vencemos graças ao juiz, mas é melhor ganhar com os pés do que com as mãos, como naquele gol do Maradona em 86”. Zagallo fala ainda do “escândalo do resultado armado contra o Peru no Mundial de 1978” e conclui: “só nós somos tetra.”

laudatórios 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, seu lugar pareceria estar ocupado pela figura de Maradona. Os elogios, a exaltação e o tom emocionado nestas narrativas eram evidentes, porém, o “alvo” era Maradona. 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 subseqüentes 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 a Argentina e as “rememorações” daquele período na copas subseqüentes continuam fazendo o mesmo.

Em termos de estereótipos, encontramos alguns como “empáfia”, “arrogância”, “racismo” e “reis da catimba”. Não verificamos um estereótipo predominante em relação ao “estilo de jogo”. Notemos também que foi só no material de 2002 que identificamos um predomínio de matérias que “provocavam” a Argentina, da mesma forma como ocorreu em relação ao material argentino sobre o Brasil. No entanto, chamou-nos a atenção o fato do jornal analisado ser *O Globo*, com uma linha editorial mais próxima do *Clarín*. Observamos também que *Olé* tornou-se um referencial nestas narrativas e *O Globo* registrava muitas de suas reportagens. Neste período foi possível perceber sentimentos “anti-argentino”, que pareciam extrapolar o universo esportivo. Fato que não havíamos verificado até 1998.

#### **4 – Considerações finais**

Em um terreno onde as rivalidades estão mais acirradas, como é o caso da relação Brasil-Argentina no universo futebolístico, evidenciamos vários estereótipos no “olhar” de “um” para o “outro” e vice-versa. 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 brasileiro. Características que se denominou chamar de “jogo bonito” e cuja equipe símbolo seria a seleção brasileira de 70. Na verdade, apenas características positivas e que os brasileiros podem partilhar até com orgulho. No “olhar” da imprensa brasileira não encontramos uma definição clara, uma marca intrínseca ao futebol argentino. Havia certa tendência a identificá-lo como “futebol-arte” ou “toque de bola”, mas de uma forma muito genérica, geralmente

englobado na expressão “futebol sul-americano”. Também não observamos a “eleição” de uma equipe como referencial do futebol argentino. Após 1986, a referência ao futebol argentino está toda centrada na figura de Maradona. Em termos estritamente futebolísticos encontramos os estereótipos “garra” e “catimba” (sendo que este último apareceu de forma negativa em 2002). Em termos extra-futebolísticos encontramos, em 2002, estereótipos negativos como “empáfia”, “arrogância” e “racista”. Ou seja, a narrativa brasileira enfatiza características negativas, sobretudo, do ponto de vista moral. As narrativas sobre o futebol brasileiro na imprensa argentina são 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 jornalismo. Podemos arriscar a hipótese de que uma conjugação de fatores contribuiu para este acirramento:

- 1 – A suspensão de Maradona na Copa de 1994 e seu declínio pessoal desde aí até 2004;
- 2 – A conquista do tetra pelo Brasil justamente no Mundial em que Maradona foi suspenso, se distanciando outra vez da Argentina em Copas do Mundo;
- 3 – O fato do Brasil ter ido às finais da Copa de 1998 e de 2002, tendo vencido a última e se distanciando ainda mais da Argentina;
- 4- A eleição da FIFA sobre o “melhor de todos os tempos” vencida por Maradona;
- 5 – A eleição de vários jogadores brasileiros como “melhores do mundo”;
- 6 – O surgimento dos jornais esportivos *Olé* e *Lance* a partir de 1996.

De fato, os enunciados 1, 2, 3 e 5 teriam que ter provocado reações fortes no jornalismo argentino. Apenas o enunciado 4 poderia afetar aos brasileiros. Contudo, a análise mostra que a provocação é mais forte do lado brasileiro que usa categorias negativas sobre o futebol, os jogadores e os argentinos de modo geral. O inverso não ocorre de parte dos jornalistas argentinos sobre o futebol brasileiro, os jogadores e os brasileiros de modo geral e os estereótipos, com suas características, são positivos e poderiam ser partilhados pelos brasileiros. Observamos que a “implicância” brasileira é maior do que a argentina, principalmente se levarmos em conta de que os fatores acima mencionados são mais favoráveis ao Brasil. Chamou-nos a atenção as provocações explícitas, muita vezes carregadas de “preconceitos”, nas reportagens e colunas de *O Globo*. Por que isso e porque os jornais brasileiros não especializados se preocupam em responder a um jornal especializado como é o *Olé*?

Uma hipótese contundente seria a de afirmar que “talvez nós precisemos mais “deles” para marcar nossa alteridade que “eles” de nós”. E esta “necessidade” pode ser devida ao fato de que a idéia de “nação brasileira” foi “construída” em grande parte por meio do futebol enquanto que na Argentina o “nacional” já existia antes do futebol, principalmente por meio das escolas públicas.<sup>13</sup> Ou, em outros termos, os brasileiros teriam ainda uma identidade em construção ou menos sólida que os argentinos?

Há um segundo aspecto recorrente entre os cientistas sociais que trabalham com as relações entre as identidades argentina e brasileira. Duas frases são o centro dessas elaborações: “Os argentinos odeiam amar os brasileiros” e “Os brasileiros amam odiar os argentinos”.<sup>14</sup> Não é difícil entender o ódio por aquilo que se ama ou admira (uma mulher ou um colega de capacidade excepcional). Entretanto, amar odiar é de difícil compreensão. Este sentimento apenas vigorou na América Latina, de modo geral, e na Argentina, de forma particular, em relação aos “ianques”. E isto basicamente porque se lhes atribuía a produção de nossos males a partir de seu poder ou superioridade. Certo ou errado, havia um motivo para “amar odiar” os ianques. Mas, qual seria o motivo brasileiro para “amar odiar” os argentinos? Estaríamos diante da piada que se conta dos chilenos, que gostam muito do tango porque em cada tango morre um argentino? Ou será que estamos diante de uma reação do humor debochado e da ironia dos argentinos? Será que os brasileiros não podem dizer: “que percam os dois”, como *Clarín* brincou na copa 2002 antes da partida entre Brasil e Inglaterra?

## 5- Referências Bibliográficas

**ALABARCES, Pablo.** *Fútbol y Pátria: el fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina.* Buenos Aires, Prometeo Libros, 2002.

**ARCHETTI, Eduardo.** *Masculinidades: fútbol, tango y pólo en La Argentina.* Buenos Aires, Editorial Antropofagia, 2003.

**HELAL, Ronaldo.** “Futebol, Mídia e Nação: as narrativas sobre a seleção brasileira na imprensa argentina”. Relatório de Pós-Doutorado enviado para a CAPES, 2006.

**HELAL, Ronaldo.** “Jogo Bonito versus Fútbol Criollo: Imprensa e ‘olhar’ argentino sobre nosso futebol” in GASTALDO, Édison e GUEDES, Simoni (orgs.) *Nações em Campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional.* Niterói, Intertexto, 2006.

**HELAL, Ronaldo.** “Jogo Bonito: el fútbol brasileño en la prensa argentina”. Buenos Aires, *Lecturas*, vol.88, 2005 (meio eletrônico)

---

<sup>13</sup> Ver Lovisolo (2000)

<sup>14</sup> Ver Helal em Gastaldo e Guedes (2006) e Helal (2005).

**HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio y LOVISOLO, Hugo.** *A Invenção do País do Futebol: mídia, raça e idolatria.* Rio de Janeiro. Mauad: 2001.

**JACKS, Nilda., Machado, Márcia., Muller, Karla.** – *Hermanos, pero no mucho: el periodismo narra la paradoxa de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina.* Buenos Aires, La Crujía, 2004.

**LOVISOLO, Hugo.** *Vizinhos distantes: universidade e comunidades científicas em Argentina e Brasil.* Rio de Janeiro, EdUERJ, 2000

**SOARES, Antonio e Lovisolo, Hugo.** “Futebol: a construção histórica do estilo nacional”. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, volume 25, número 1, Campinas, Editora Autores Associados, 2003.