

## **Imprensa e Representação da Seleção Brasileira nas Copas de 1950 e 2014: Apontamentos sobre a tese de doutoramento “Maracanazo e Mineiraten”<sup>1</sup>**

Francisco Ângelo BRINATI<sup>2</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ  
Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, MG

### **Resumo**

O esporte é meio de expressão das construções acerca da identidade nacional. No Brasil, a Seleção de futebol funcionou historicamente como instrumento unificador de nação. Ao representar os atletas e equipe, os meios de comunicação acabam por construir imagens que influenciam nos sentidos de pertencimento em relação ao objeto retratado. O trabalho apresenta os resultados da tese de doutoramento em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro “Maracanazo e Mineiraten: Imprensa e Representação da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo de 1950 e 2014” defendida em dezembro de 2015. Busca-se entender como foram construídas as representações da equipe e quais amostras que podem identificar a relação de aproximação ou afastamento com os torcedores nas competições que marcaram as duas principais derrotas da Seleção em cem anos de história.

**Palavras-chave:** Comunicação; Esporte; Representação; Identificação; Seleção Brasileira.

### **INTRODUÇÃO**

Entendendo que presenciamos, dentro da relação Comunicação e Esporte, um ambiente onde se negociam identificações construídas por discursos produtores de sentidos, o trabalho – um recorte de trechos da tese de doutoramento em Comunicação Social “Maracanazo e Mineiraten: Imprensa e Representação da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo de 1950 e 2014” (BRINATI, 2015), aprovada em dezembro de 2015 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - analisa como dois dos principais jornais impressos do país (*O Globo* e *Folha da Manhã / Folha de S. Paulo*) representaram a imagem da Seleção Brasileira de futebol como instrumento simbólico de identidade nacional nos dois mundiais disputados no país. E se essa representação apresentou elementos de identificação ou desvinculação do torcedor com a equipe nacional.

Os enquadramentos noticiosos adotados pela mídia ajudam os indivíduos a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Email: chicobrinati@ufs.edu.br.

elaborarem uma percepção do mundo à sua volta – o que inclui suas percepções sobre a realidade. Os veículos jornalísticos escolhem abordar alguns eventos em detrimento de outros, o que configura um “cotidiano” construído por eles, já que não relatam todos os fatos ocorridos por todos os ângulos possíveis. As narrativas das disputas entre nações em Copas do Mundo feitas pelos meios de comunicação possuem, em grande parte, uma construção que pode inferir na identificação ou no afastamento entre representantes e representados. É nos recursos acionados pelos meios que são construídos personagens com os atributos daquilo que “essencializamos” como sendo “tipicamente brasileiro”.

O futebol é, então, um dos elementos representativos do sentimento de identificação nacional, integrante fundamental da Cultura Brasileira. Desde os primeiros anos, ele foi utilizado de maneira relevante em questões de busca do “ser brasileiro”. Produtor de sentidos de fascínio e idolatria pelas equipes e jogadores (GUMBRECHT, 2007), já que a trajetória do atleta se assemelharia muito a do herói, com várias proezações pelo caminho e, no fim, compartilhando a vitória com os seus semelhantes (CAMPBELL, 1995).

Jogar em casa, diante “dos seus” catalisaria essa representação identitária dos ídolos. Além do fato de que, ao atribuir sentidos sobre-humanos aos jogadores na forma de representação de suas histórias, os considerando heróis por feitos esportivos, os jornais contribuem para uma identificação com a torcida, já que ele lutaria numa batalha pela nação desse torcedor, por exemplo. Contudo, nas últimas décadas, temos verificado uma queda de interesse e importância da Seleção Brasileira<sup>3</sup>, influenciada por fatores como a globalização, que “liberou as fronteiras” culturais e esportivas, entre outras, diminuindo o sentimento de pertencimento a um único Estado-nação.

A mídia, então, como produtora de determinados significados e de representações da realidade, tem alguma capacidade de interferir nas relações sociais. Ela usa códigos e símbolos, de forma incessante, que contribuem para a formação de visões do mundo. As mensagens transmitidas pelos meios influenciarão, em alguma medida, as escolhas dos cidadãos. Entre os meios de comunicação, os jornais impressos apresentam-se como um objeto de estudo de valor acadêmico inegável, à medida que usualmente servem de fonte para os demais veículos e falam diretamente a um público formador de opinião. Por mais que o leitor reelabore as informações, a matéria-prima com a qual trabalha é dada, pelo menos parcialmente, pelos meios. E mesmo os códigos culturais que este leitor manipula são produzidos num ambiente social em que a presença da mídia é significativa.

---

<sup>3</sup> Cf. HELAL; GORDON JÚNIOR (2001), HELAL; SOARES (2004), HELAL (2010).

Por isso, a necessidade de se analisar como a imagem representada pelo discurso dos jornais impressos *O Globo* e *Folha da Manhã / Folha de S.Paulo* pode contribuir para essa relação. Em tese, portanto, os atores e instituições esportivas acabam por produzir relações de identificação com determinados públicos a partir dos sentidos que a eles são associados nas coberturas midiáticas. Os meios de comunicação, ao colarem certos sentidos à Seleção Brasileira com base na repetição de uma mesma chave de enquadramentos, abrem a possibilidade de que segmentos de torcedores se identifiquem ou não com ela.

## 1. DISCURSO DOS JORNAIS: A ESCOLHA DOS DISPOSITIVOS ANALÍTICOS

Ao pensarmos em um parâmetro metodológico para este trabalho, foi construído um dispositivo utilizado para analisar os discursos dos jornais impressos nas Copas de 1950 e 2014 embasado em pensamentos de autores da Análise do Discurso. Nesta tradição, procura-se entender a língua como construtora de sentidos – com as suas representações simbólicas – do ser humano e da sua história, de imaginários sociodiscursivos. Visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos. Desse modo, um discurso não é apenas de transmissão de informação, mas, sim, de um complexo processo de constituição de sujeitos e produção de sentidos. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade entre outros.

Entre as mais variadas vertentes da AD, a Teoria Semiolinguística, idealizada pelo linguista francês Patrick Charaudeau, seria a que melhor se adapta ao quadro metodológico construído para este trabalho. A análise dessas construções de imaginários pelos discursos levará em conta os textos publicados em dois periódicos, escolhidos pelos lugares institucionais onde se encontram – o eixo Rio-São Paulo - e por serem dois dos principais jornais impressos de maior circulação no Brasil: *O Globo* e a *Folha de S. Paulo*.

Assim, analisaremos o processo de produção do discurso e as possíveis intencionalidades de interpretação. Aqui, pretendemos entender o *pathos*, que seriam as emoções, os efeitos possíveis que aqueles textos provocam nos leitores, o que os deixariam mais propícios a aceitarem os argumentos e significados construídos por aqueles discursos.

As emoções despertadas pelo discurso seriam a garantia da coesão social, permitiriam ao indivíduo constituir seu sentimento de pertencimento a um grupo, por exemplo. Neste estudo, é analisado o processo discursivo pelo qual a emoção pode ser colocada, ou seja, tratar esta como um efeito visado (ou suposto), sem nunca ter a garantia sobre o efeito produzido. Trabalha-se, principalmente, relações de emoções

(CHARAUDEAU, 2007b) como: dor (tristeza, vergonha, humilhação, orgulho ferido etc.) e alegria (satisfação, contentamento, orgulho); angústia (aborrecimento, medo, terror) e esperança (confiança, desejo); antipatia (indignação, acusação, denúncia, ódio) e simpatia; atração (admiração, fervor, maravilhamento, encantamento – aqui, encaixamos a construção do “herói”) e repulsa (desprezo, desgosto, aversão, fobia – a desaprovação, os “vilões”).

No caso específico da representação da Seleção Brasileira de futebol, foram trabalhadas as construções de emblema, estereótipos e mitos relacionados às participações dela nas Copas do Mundo sediadas no país. Foi desenvolvido para este trabalho um dispositivo analítico influenciado pelo autor Henri Boyer (2010) que trata questões relacionadas à construção de estereótipos, emblemas e mitos no discurso das mídias.

O **estereótipo** é considerado aqui como uma espécie de representação instaurada em todos os pertencentes a uma comunidade (ou um grupo dentro da comunidade). Os estereótipos, inegavelmente, têm uma função identitária em uma determinada comunidade. Eles seriam da ordem da categorização, já que classificam os objetos retratados. Não apenas os atletas da Seleção Brasileira podem ser estereotipados, já que não é apenas usado para representar grupos humanos. O futebol, em si, o país, espaços urbanos, comportamentos etc. podem ser figurados. O **emblema** já seria da categoria da simbolização. O discurso, nesta orientação, concentra as principais características de uma categoria representada num único objeto. Também opera em atores (por exemplo: a “Era Dunga”, representando toda a equipe de 1990) e em produtos culturais (Seleção da CBF como símbolo do país) que representam um sentimento de identificação com um grupo de pessoas. A própria Seleção, portanto, pode ser um emblema do Brasil. Outra categoria de simbolização é o **mito**. Ele seria reforçado pela mídia ao vincular histórias e características a um determinado feito/pessoa produzindo sentido identitário. Uma espécie de exaltação idealizada de atletas e campanhas, que seria um modelo ou representação ideal. As participações da Seleção Brasileira em Copas do Mundo, em parte, assim como os grandes craques, são mitificados pelas mídias. Como exemplo, temos a derrota da equipe mitificada como “futebol-arte” no Mundial de 1982, conhecida como “Tragédia do Sarriá”. Além das conquistas e a história mitificada de craques como Pelé, Garrincha, Romário e Ronaldo – só para citar alguns nomes - e como esses atletas tornam-se heróis.

Portanto, a análise dos textos dos jornais impressos trabalha os tipos de representação da Seleção Brasileira e dos próprios jogadores que dela fazem parte: o estereótipo, o emblema, o mito. E como essas representações funcionam como instrumento

simbólico de construção de identidade nacional, principalmente durante as Copas do Mundo disputadas no país. Mesmo que no trabalho não se realize pesquisa de recepção, sem podermos calcular seus efeitos produzidos, pode-se inferir, pela análise dos textos, quais são as representações projetadas sobre aquelas equipes e como elas produzem mecanismos de identificação com segmentos da população brasileira desejosos pela repetição desse mesmo discurso – talvez encarnado, em momentos históricos anteriores, por outros nomes em outros terrenos da cultura<sup>4</sup>.

## 2. MARACANAZO: A DERROTA DO *SCRATCH* NO ESTÁDIO MUNICIPAL

O Brasil sediou a Copa do Mundo pela primeira vez em 1950. Com uma campanha regular na primeira fase, conseguiu duas vitórias por goleadas no quadrangular final contra Suécia (7x1) e Espanha (6x1). Os resultados colocaram a equipe como favorita ao título diante do último desafio: precisava de apenas um empate com o Uruguai no Maracanã. Mas com a derrota por 2x1<sup>5</sup> – no episódio que seria conhecido posteriormente como “Maracanazo” – a equipe terminou com o primeiro vice-campeonato da sua história.

Na construção dos jornais analisados, observamos, principalmente, opções por textos que reverberam sentimentos de dor, tristeza, indignação, repulsa, orgulho ferido. E uma equipe categorizada como “sem entusiasmo” ou “garra” e que não sabe jogar em equipe. Como nas manchetes “Campeão o Uruguai - Numa esplêndida demonstração de combatividade, a seleção oriental conquistou a Taça Jules Rimet – Baqueou o esquadrão brasileiro, ao termo de empolgante arrancada”; ou nos trechos: “A verdade é que o ‘onze’ que vimos esmagar a Espanha, tornado a famosa ‘fúria’ domesticada e inofensiva, mostrou-se irreconhecível e, por seu turno, inofensivo”; “a vitória foi justa e premiou os que se portaram melhor em campo, senão tecnicamente pelo menos, pelo ardor combativo” (O GLOBO, 17/07/1950, capa - p. 6); “faltaram aos brasileiros e indispensável ‘elan’, o entusiasmo e o ardor que sobraram aos orientais” e “Mais uma vez, a falta de sadio entusiasmo, do entusiasmo que nasce espontaneamente, e não das circunstâncias ou dos proventos materiais, golpeou profundamente o futebol de nossa terra” (FOLHA DA MANHÃ, 18/07/1950, p. 4). O que poderia tender a um afastamento do torcedor em relação à Seleção.

---

<sup>4</sup> Neste trabalho, ao contrário da tese de doutoramento, optamos por trabalhar com um escopo menor de material de análise: apenas as edições dos jornais no período de dez dias após as derrotas para o Uruguai em 1950 e para a Alemanha em 2014.

<sup>5</sup> Gols: 2º Tempo: Friaça (Brasil), 1 min, Schiaffino (Uruguai), 21 min e Gigghia (Uruguai), 34 min.

A derrota no Maracanã é colocada como “a **maior decepção** de que se tem memória na história do futebol nacional” e que acarretaria “prejuízos morais e materiais irreparáveis. Foi, enfim, em terreno esportivo, um **desastre**, o que ocorreu domingo em Maracanã” (FOLHA DA MANHÃ, 18/07/1950, p. 4, grifos nossos).

“Parece um pesadelo”, foi como definiu o treinador Flávio Costa a partida em entrevista a *O Globo*. O treinador, contudo, adota uma postura de que não seria o responsável pela derrota (“**A derrota não é só minha – declara Flávio – é de todo o Brasil**”): “- Quem perdeu a batalha não foi o Flávio Costa, o homem exposto, o homem para o qual se voltam todos os indicadores, todos os olhares. Não, não foi eu só, foi o Brasil todo, foi o Brasil inteiro. Se houve uma desgraça é esta” (O GLOBO, 17/07/1950, edição vespertina, p.12, grifos nossos). Uma opção de abordagem que pode gerar um afastamento dos torcedores em relação ao técnico, mas que trabalha a Seleção de futebol como emblema de todo o país. Em outros trechos, vemos a exaltação da campanha e da equipe, além da importância do esporte para a população:

Afinal, o Brasil ainda não foi, desta vez, o campeão mundial de football. Os que olham com desdém os esforços que fizemos para conquistar o título, argumentando que o nosso país precisa de cuidar de coisas mais sérias, estão fora do mundo dos nossos dias. **O esporte é uma das maiores preocupações dos povos mais adiantados e constitui elemento para uma propaganda inestimável. Os Estados Unidos, por isso, dedicam aos seus esportistas um carinho todo especial. Dempsey, Tunney, Jesse Owen, Tilden, Joe Louis, Babe Ruth e tantos outros fizeram mais pelo seu país que muitos americanos ilustres.** Marcel Cerdan foi um verdadeiro ídolo nacional francês. Max Schmeling teve atrás de si, quando venceu o campeonato mundial, toda a Alemanha. **O polo é o grande orgulho da Argentina, que afirma o valor de sua raça nos gramados da Europa e dos Estados Unidos. Por que o Brasil não se iria valer do pendor de seus filhos para o football, do virtuosismo dos seus jogadores, do valor dos seus “scratches”?** (O GLOBO, 17/07/1950, edição vespertina, capa, grifos nossos).

Assim, verificamos um apelo ao reconhecer a Seleção como um “valor” nacional, um dos símbolos do país. O texto ainda pede que se utilize as características observadas nos torcedores e jogadores na realização do Mundial, na sociedade, como um todo:

Agora, passados esses dias eletrizantes de sobressaltos e de emoções, voltamos todos à atividade em outros setores, na luta incessante não só pela subsistência de cada um, como pela emancipação do país no esforço comum de fazer do Brasil um país libertado desse humilhante pauperismo em que nos debatemos. **O ardor, o entusiasmo que soubemos despender no setor esportivo, deve ser aplicado, ainda com maior intensidade, nesse campeonato que ainda com maiores razões precisamos vencer. O brasileiro, que construiu o maior estádio do mundo em tempo “record”, que soube dar uma demonstração de civismo em torno do nome esportivo**

do país, **será capaz de promover o milagre de vencer todos os males que nos afligem, desde que se saiba nele despertar a vibração cívica e o entusiasmo de que é capaz. A vibração cívica e o entusiasmo tão expressivamente demonstrados naquele Hino Nacional ontem novamente entoado por mais de duzentas mil vozes** (O GLOBO, 17/07/1950, edição vespertina, capa, grifos nossos).

Com isso, usa-se construções de patriotismo observados no ato de participar da realização da Copa e de torcer pela Seleção Brasileira no torneio.

Individualmente, temos a escolha de retratar dois jogadores, especificamente, como responsáveis pelas falhas que culminaram com a perda do título. O goleiro Barbosa e, neste recorte de análise, principalmente Bigode.

Aquele silêncio que sucedeu aos dois goals uruguaios explica tudo. Em todos os lares desse vasto território que é o Brasil estava sendo preparada a comemoração da vitória, e **a falha de Bigode, logo seguida de outra falha inexplicável, de Barbosa**, permitindo que o ponta direita uruguaio selasse a derrota do Brasil, estragou todo o programa. A festa nacional ficou adiada sine die... (O GLOBO, 17/07/1950, capa - p. 6, grifos nossos).

Na cobertura dos dias pós derrota, constatamos três tipos de construções na imprensa: 1) a busca por explicações para a derrota (na maioria, textos com críticas aos jogadores e seleção, o que poderia causar “indignação” e “repulsa”); 2) Seleção Brasileira, a “melhor do mundo”, mesmo sem o título (com exaltação à campanha no torneio e futebol apresentado); 3) e o de criticar/ressaltar um estilo brasileiro de se jogar futebol (construções de equipe técnica, mas sem conjunto ou de estilo acrobático e veloz, revolucionário para a época). N’*O Globo* do dia 18 de julho, a opinião da imprensa italiana destaca dois desses sentidos: 2) “[...] ‘Il Messagero’, depois de exprimir sua surpresa, escreveu: - “Não obstante esse resultado, a equipe brasileira continua, para nós, sendo a seleção mais brilhante que vimos no campeonato”; 3) e “Seu jogo muito rápido e preciso, todo feito de virtuosismo e acrobacia, permanecerá sempre gravado em nosso espírito. Eis porque – podemos dizer – a equipe brasileira representa o que o football mundial produziu de melhor” (O GLOBO, 18/07/1950, p. 11).

Essas mesmas características seriam exaltadas no texto assinado pelo jogador da Inglaterra, Jack Milburn, com o título “Os ingleses devem aprender football com os brasileiros - Dentro de cinco anos serão os reis do football”:

Quatro de nós – Matthew, Mortensen, Wright e eu – estávamos olhando o Rio, da janela de nosso hotel... Em baixo, na rua, um garotinho, com as mãos nos bolsos das calças, estava encostado ao muro, de repente deixou cair uma laranjinha, chutando-a com o pé esquerdo e displicentemente

rebatendo-a com o pé direito. Desde então, nós quatro observamos, fascinados. E abrimos a boca! Aquele menino mantinha a bola no alto, dansando, impulsionando-a nitidamente com os dedos dos pés – algumas vezes até à altura da cabeça, outras vezes até o joelho. Quarenta e duas vezes ele quicou a laranja e, finalmente, a título de floreio, enviou-a sobre os ombros, apanhando-o calcanhar. Ele se aborrecera com sua pequena performance. [...] Para os “espíritos superiores” que encolhem os ombros e dizer: “Isso é football, um jogo sem importância”... repito que isso é de importância vital. Se você pode ser “bom no esporte” pode ser bom em qualquer coisa. **E o Brasil, com toda certeza, está indo bem em football. Através de todo o país, milhares de menores como aquele garotinho, que mantivera, sem saber, quatro footballers ingleses de bocas abertas, em sua exibição de controle de bola, estão utilizando todos os momentos de folga para aperfeiçoar seus truques. Isso é mais do que uma loucura que está tomando conta do país, é uma cruzada. O Brasil está determinado a ser bom em football. E em cinco anos o Brasil liderará o football mundial** (O GLOBO, 25/07/1950, p. 12, grifos nossos).

Um texto que mostra o interesse do brasileiro pelo futebol e a busca do país em ser campeão do mundo. Ao optar por dar destaque a essa opinião do atleta inglês, notamos uma construção que visa sentimentos de esperança, encantamento e admiração com os jogadores nacionais.

Assim, mesmo com os sentimentos negativos e de afastamento do torcedor após a derrota, ainda encontramos textos que buscam uma imagem positiva da Seleção. Nos quais verificamos a exaltação da representação do país por meio do futebol e da importância deste esporte para o Brasil. Tenta-se, também, construir uma imagem mitificada de que a Seleção de 1950 seria o paradigma de um novo futebol, mais técnico em relação às Copas disputadas anteriormente.

### 3. MINEIRATZEN: 7X1, A “DERROTA DAS DERROTAS”

A XX Copa do Mundo Fifa foi a segunda realizada no Brasil. A Seleção foi eliminada do Mundial de 2014 na semifinal para a Alemanha. A derrota por 7x1<sup>6</sup> no Mineirão<sup>7</sup> é marcante não só no campo esportivo, mas também na representação da equipe pelos jornais. Os dois periódicos representam a Seleção com o estereótipo de uma equipe fracassada, que falhou diante dos seus torcedores. Palavras como “vexame” e “humilhação” passam a categorizar a eliminação em 2014. Ao contrário do que fora verificado em 1950,

<sup>6</sup> Gols: 1º Tempo: Müller (Alemanha), 11 min, Klose (Alemanha), 23 min, Kroos (Alemanha), 24 min e 26 min, Khedira (Alemanha), 29 min; 2º Tempo: Schürrle (Alemanha), 24 min e 34 min, e Oscar (Brasil), 44 min.

<sup>7</sup> A palavra “Mineiratzen” seria um neologismo que faria paridade ao “Maracanazo” de 1950 e serviria para nomear a derrota histórica de 2014.

não temos o sentido de “tristeza” representado em maioria: “E a seleção fez história - A pior derrota em 100 anos da equipe - O pior revés de um anfitrião de Mundial - A maior goleada em uma semifinal - A pior derrota de uma seleção campeã - O maior vexame do futebol brasileiro - **Os jogadores de 1950 estão redimidos**’ (O GLOBO, 09/07/2014, Copa 2014, p. 1, grifos do jornal).

Essas comparações com 1950 foram encontradas em variados momentos, numa construção de que a derrota de 2014 teria demonstrado que a queda diante do Uruguai há 64 anos, não fora um vexame ou humilhação, como os próprios jornais colocaram durante anos. Na reportagem “Duro golpe 64 anos depois – Em escombros”, de Pedro Motta Gueiros, temos a frase: “**Vexame que torna honrosa a derrota de 1950** suscita debate para que o futebol brasileiro recupere a identidade perdida junto com as linhas de um Maracanã que foi reformado para a festa alheia” (O GLOBO, 09/07/2014, Copa 2014, p. 4, grifos nossos).

Encontramos, também, trechos que demonstram o uso da ironia diante do revés. A Seleção passa para o plano do risível, o que contribui para minimizar a derrota dentro do campo de futebol:

[...] O que o **riso permite é justamente o esfacelamento dessa falsa construção (trágica) de um “povo” em torno de um time e de uma bandeira**. Se as manifestações desde junho de 2013 abriram-nos os olhos para a crise da representação na esfera política, agora enfrentamos outra, esportiva (FOLHA DE S.PAULO, 13/07/2014, Ilustríssima, p. 4-5, grifos nossos).

Ao tratar com humor a derrota, podemos inferir que temos – além de uma aceitação menos traumática da perda – uma diminuição de interesse pelo desempenho da Seleção.

Os jornais evidenciaram sentidos de “repulsa”, “desaprovação”, “indignação” do torcedor em relação ao time, ao questionarem nos textos os jogadores junto com representantes da comissão técnica e da coordenação da Confederação Brasileira de Futebol. Uma representação com escolhas semânticas que tendem a afastar o torcedor desta equipe. Luiz Felipe Scolari é o que mais aparece como “culpado”.

[...] **Felipão assumiu a responsabilidade pela tragédia**, disse que as escolhas foram suas, mas em momento algum admitiu que se equivocou ao optar pela entrada de Bernard no lugar de Neymar. [...] O técnico brasileiro falou, falou e **não convenceu ninguém**. Sua justificativa deixou os presentes à coletiva de queixo caído.

- Vocês da imprensa estavam todos lá e iam passar o que treinamos para os alemães. Queria confundir o técnico deles, mas o Bernard já sabia que iria jogar.

[...] Com sua estratégia de tentar confundir Joachim Löw, **o máximo que Felipão conseguiu foi confundir seu próprio time**. Os jogadores não se encontraram em momento algum da partida, e o Brasil acabou levando um passeio como jamais levava em sua história. [...] **Apesar do passeio que a seleção levou, principalmente na parte tática, Felipão não vê o futebol brasileiro e seus treinadores defasados em relação às grandes forças do futebol na atualidade**. Para o técnico brasileiro, o que houve no Mineirão foi fatalidade (O GLOBO, 09/07/2014, Copa 2014, p. 5).

No entanto, a responsabilidade recai também na conduta de dirigentes e em fatores como a formação dos atletas e o momento do futebol nacional. A torcida, inclusive, é retratada em postura contra a Seleção Brasileira, com relatos de vaias e gritos de “olé” favoráveis ao adversário. O time recebe ainda estereótipos de “despreparado emocionalmente”, “geração sem talento” que participou da derrota mais vexatória em cem anos.

No sentido apresentado de mito, como um modelo ideal, não identificamos determinada representação sobre a Seleção na Copa de 2014, apesar de entendermos que a trajetória de Neymar, com algumas atuações elogiadas e a não participação nas duas derrotas finais, podem representar uma simbolização de modelo ideal, único representante da técnica historicamente vinculada ao jogador brasileiro.

O time de 2014 – assim como em outros momentos históricos, como vimos no capítulo anterior - teria “perdido a identidade” do futebol brasileiro, segundo a imprensa, pois atuaria fugindo às características atribuídas a ele ao longo dos anos, de “habilidade”<sup>8</sup>.

[...] **Ao mesmo tempo, deve-se sepultar a ilusão de que o Brasil tem o monopólio da habilidade e do brilhantismo no futebol**. Mito. Nem Pelé deixou de treinar e trabalhar com afinco para desenvolver suas habilidades. Antes de tudo, **é preciso reconhecer que fomos ultrapassados por outros países**. Pois, sem admitir que existe o problema, ele nunca será resolvido (O GLOBO, 10/07/2014, p. 18, grifos nossos).

Temos, assim, a construção de que o esporte no país estaria “ultrapassado”, sendo localizados discursos de necessárias mudanças para reencontrar o estilo e as conquistas, mas que não seria um resgate imediato.

A construção de que o futebol seria um esporte e que não teria tanta importância na sociedade, como historicamente fora tratado, está presente em recortes que visam modificar

---

<sup>8</sup> Desde 1970, parece haver um consenso na imprensa que somente a Seleção de 1982 teria jogado o que chamamos de nossa “essência”, de um futebol mais técnico. Ou seja, talvez o que chamamos de “essência” poderia ser visto como “exceção”. É o que aponta Helal (2011; 2012).

a relação do futebol como um dos principais símbolos do Brasil, como no editorial da *Folha de S. Paulo*, “Pátria sem chuteiras”:

**Derrota brutal da seleção brasileira diante da Alemanha talvez possa representar o fim de uma era dentro e fora do futebol**

[...] O vexame histórico, ainda que não numa final de campeonato, **vem eclipsar o famigerado ‘maracanazo’ de 1950.** [...] A frustração – mas o termo é leve demais para descrever o que aconteceu – talvez possa, com o tempo, enquadrar-se num contexto diverso daquele que marcou, até hoje, as relações do brasileiro com seu esporte mais popular. Já constituía um fenômeno curioso que, no chamado país do futebol, tenham se observado movimentos expressivos, ainda que isolados, de oposição a que a Copa do Mundo se realizasse por aqui. **A ideia de uma “pátria em chuteiras”, na célebre formulação de Nelson Rodrigues, terá provavelmente sofrido um subterrâneo desgaste ao longo dos anos.** Um país mais diversificado, plural e rico foi deixando de ver, nos campos de futebol, sua única fonte de compensação diante dos muitos insucessos do seu projeto econômico e social. [...] **Injustificado, talvez, tenha se provado o hábito de depositarmos tanto de nossa identidade nacional num único esporte, num único campo, num único jogo – que sempre é o de hoje.** A paixão futebolística sobreviverá, é claro, ao pesadelo de ontem. Mas **o massacre, no que teve de brutal e inesquecível, não maculou apenas a mística da camisa verde-amarela; talvez venha a significar também o encerramento de uma época em que país e estádio, povo e torcida, governantes e técnicos, nação e seleção tendem a ser vistos como a mesma coisa.** [...] Talvez se possa dizer, a partir de agora, que **o Brasil é maior que seu futebol – e que tem desafios mais importantes, e maiores, a vencer** (FOLHA DE S.PAULO, 09/07/2014, p. A2, grifos nossos).

Neste texto, temos a desconstrução do epíteto “pátria de chuteiras”, representando a Seleção Brasileira de futebol como algo de importância menor do que tratamos historicamente. A derrota por 7 a 1, além de superar em trauma a derrota de 1950, pode ter representado, segundo o editorial, o fim da relação do time nacional como emblema de todo o país. Essa identificação que seria menor, de acordo com a representação dos jornais analisados, e a desconstrução de Seleção como símbolo da nação são encontradas também no artigo “Balanço”, de Antônio Prata:

[...] Por muito tempo, fomos um arremedo de país com uma seleção deslumbrante. Eu não cairia no exagero de dizer que a equação se inverteu: estamos longe de ser um país deslumbrante – socialmente, economicamente, eticamente -, mas o que percebi em meio à muvuca e me salvou da depressão foi que, hoje, **o Brasil é melhor do que a sua seleção.** Dado o peso que o futebol tem entre nós, tendemos a supervalorizar a sua interpretação. Se a seleção ganha, é o brasileiro mostrando ao mundo o quão incrível ele é. Se a seleção tem um desempenho pífio, é essa porcaria do brasileiro que não consegue mesmo fazer nada que preste. O fracasso do time serve para escancarar o atraso, a incompetência, a ganância, a burrice e a má-fé que administram o nosso futebol, mas **não deve ser estendido ao país como um todo.** [...] **Não sei**

**quanto a você, amigo, mas esse futebol não me representa** (FOLHA DE S.PAULO, 13/07/2014, p. D6, grifos nossos).

O discurso dos jornais em 2014 foi, na maioria, no sentido de afastamento do brasileiro em relação à Seleção. Uma escolha que pode influenciar numa eventual perda de identificação entre torcedores e equipe.

## CONCLUSÃO

Acreditamos na importância histórica do futebol como esporte de integração nacional, uma das expressões culturais e simbólicas que contribuíram para o sentido de um país unificado. Ao ser uma representação imaginária de mediação e contato entre as diversas classes sociais no Brasil, ele funcionaria como um aglutinador da nação. Por meio do jogo, então, temos formas de projeções de etnias, classes e do país como um todo, essencializando, em parte, questões inerentes à identidade nacional. O povo brasileiro seria representado por meio de construções realizadas neste campo de conflitos simbólicos.

Ao ser disseminado no país, o esporte foi assimilado e ressignificado com elementos brasileiros e se tornou, então, um dos principais instrumentos de unidade nacional, parte substancial da Cultura local. A Seleção Brasileira de futebol surge, neste contexto, em julho de 1914, entre outras funções, como um novo elo de diplomacia entre nações. A equipe representaria o Brasil em certames entre seleções nacionais, se tornando, assim, um recurso de representação e significação do povo brasileiro.

Um dos principais palcos, onde verificamos a exacerbação desta identificação, são as disputas das Copas do Mundo, criadas pela Fifa. A emulação entre Estados-nação é onde vemos a relação de identidades “dentro” e “fora”, com sentimentos de pertencimento entre uma pessoa e o seu território representado em confronto com alteridades.

Com a disputa dos primeiros Mundiais, nos anos 1930, a Seleção Brasileira passa, então, a se tornar um veículo perfeito para dar concretude à idealização de democracia social, verificada, naquele momento, no Estado Novo. O fato da equipe ser composta, também, por atletas mestiços que representavam um único país consolidou o vínculo simbólico entre a relação de nação com o desempenho do time nacional de futebol. A Seleção passa a ocupar um papel de “elemento-síntese da nação” em cada competição que participaria.

Essa construção deve-se, em parte, às formas de atração e imaginário que o esporte desenvolve entre as torcidas. Os sentimentos relacionados à disputa futebolística são

destaque nos meios de comunicação. Os acontecimentos diretamente ligados à vida desses torcedores são retratados pela mídia, o que contribui para o surgimento de um novo ambiente de debate público, onde são negociadas as imagens construídas pelos enquadramentos e enfoques acionados pelos veículos de comunicação sobre determinado assunto. Mesmo sabendo das influências externas e dos conhecimentos que as pessoas trazem para essa experiência, isso acaba por plasmar a imagem de determinado ator ou instituição na sociedade, como o exemplo da Seleção Brasileira de futebol.

Portanto, a percepção de que muitos indivíduos têm da realidade é, em grande medida, construída pelos filtros e escolhas feitas pela mídia. Essa concepção pode inferir numa afinidade identitária com indivíduos ou grupos. Os meios de comunicação, deste modo, surgem como elemento importante nessa reconfiguração dos processos de identificação cultural. A mídia, a partir de enquadramentos noticiosos e discursivos, influencia de tal forma na percepção de identificação e, logo, na criação de vínculos de pertencimento com outros indivíduos, com os jogadores e a própria Seleção.

As narrativas em torno da Seleção de 1950, mostram, após a derrota para o Uruguai – o Maracanazo – construções em três sentidos, sendo dois deles de sustentação da identificação com a Seleção: 1) já que fora atribuída a imagem de “melhores do mundo” àquela equipe vice-campeã e 2) um outro que ressaltava um estilo brasileiro de se jogar futebol que seria mais técnico em relação aos outros países, principalmente os da Europa. Apenas um desses sentidos é negativo, no qual busca-se explicações para a derrota com críticas ao time. Ao longo do torneio, inclusive, a equipe de Zizinho, Ademir, Barbosa e cia. é colocada como a melhor Seleção Brasileira de todos os tempos, com as exibições que mais geraram encantamento entre os torcedores. Tem-se que, mesmo o campeão Uruguai, teria vencido os brasileiros apenas na “garra, na raça, na vontade”. Algumas representações de desapontamento com o desempenho do time são notadas, também, mas mais no sentido de buscar explicações para o revés e criticar o mesmo estilo técnico que não seria eficaz e vitorioso. A tristeza e a dor que marcariam a caracterização dos sentimentos dos brasileiros pela derrota dividem espaço nos jornais com textos que exaltam a representação do país por meio do futebol e a importância do esporte para o Brasil. Tenta-se, pelo período após a derrota neste Mundial, construir uma imagem de que a Seleção de 1950 seria o paradigma de um novo futebol, mais técnico em relação às Copas disputadas anteriormente.

Na XX Copa do Mundo FIFA, o Brasil, após a derrota para a Alemanha por 7 a 1 – o Mineiraten –, tem a categorização de equipe fracassada que causa vexame, vergonha

evidenciada. A derrota é, ao contrário da tristeza de 1950, uma humilhação. O feito dos vice-campeões daquele primeiro torneio no país passa, então, após décadas de críticas, a ser reverenciado pela imprensa. A eliminação não despertaria tanta dor pois, além da construção de que o futebol seria um esporte e que não teria tanta importância na sociedade, como historicamente fora tratado, a Seleção seria “apenas” uma equipe de futebol, não mais um representante de cada brasileiro (um reflexo do que vinha ocorrendo desde a década de 1990). O povo do país não mais vê a equipe como espelho da nação, não se enxergaria mais nela. Com isso, a queda diante dos alemães foi retratada também no campo do risível, onde o humor, o deboche nos afastariam mais ainda destes atletas que foram derrotados. Notamos relatos de torcida brasileira contra a Seleção, fato que pode reverberar essa tese.

Ao atuar fora dos padrões historicamente vinculados à equipe nacional, teríamos, em mais uma oportunidade, perdido essa essência do que seria o jogo brasileiro, o que também limitaria a identificação da torcida. Outro motivo para esta causa seria o de representar o futebol do país como ultrapassado, o qual precisaria passar por uma mudança estrutural na organização do esporte no Brasil.

Ao desvincular nação e Seleção, vemos que os discursos dos periódicos, no período analisado de 2014, são no sentido de distanciamento do povo brasileiro em relação ao selecionado de jogadores. Ao se afastar, perde-se a ideia de identidade nacional pela equipe, que passa a não mais ser fator de unificação de nação.

Obviamente que não pretendemos negar o interesse social pelo futebol no Brasil, contudo destacamos que, neste processo analisado para a tese de doutoramento em Comunicação Social “Maracanazo e Mineiraten: Imprensa e Representação da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo de 1950 e 2014” - e que apresento uma parte aqui neste texto -, temos uma quebra desta simbolização da Seleção como um dos principais instrumentos da Cultura nacional, elemento importante na sociedade brasileira.

O estereótipo edificante de “pátria de chuteiras” sofre com um processo de desconstrução ao longo dos anos que é reforçado pelos discursos da imprensa, nos quais não temos mais a ligação entre Seleção e torcida como ideiação majoritária.

Com isso, podemos inferir que presenciamos uma queda num dos campos de representação simbólica nacional, que foi solidificado durante quase cem anos, mas que enfrenta, agora, o seu momento de maior vicissitude.

## REFERÊNCIAS

BOYER, Henri. **Stéréotype, emblème, mythe. Sémiotisation médiatique et figement représentationnel.** Mots. Les langages du politique [en ligne], 88 | 2008, mis en ligne le 01 novembre 2010. URL : <http://mots.revues.org/index14433.html>.

BRINATI, Francisco Ângelo. **Maracanazo e Mineiraten:** Imprensa e Representação da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo de 1950 e 2014. 2015. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces.** São Paulo: Cultrix, 1995.

CHARAUDEAU, Patrick. **Les stéréotypes, c'est bien, les imaginaires, c'est mieux.** In: BOYER, Henri. Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène. Langue(s), discours. vol. 4. Paris: Harmattan, 2007a, p.49-63.

\_\_\_\_\_. **A patemização na televisão como estratégia de autenticidade.** In: MENDES, E. & MACHADO, I.L. (org.). As emoções no discurso. Mercado Letras, Campinas (SP), 2007b.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética.** Tradução de Fernanda Ravagnani. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HELAL, Ronaldo. **As Novas Fronteiras do “País do Futebol”.** Rio Pesquisa (FAPERJ), v. 11, p. 37-40, 2010.

\_\_\_\_\_. **Mitos e Verdades do Futebol (que nos ajudam a entender quem somos).** Insight Inteligência, Rio de Janeiro, v. 52, p. 68-81, 2011.

\_\_\_\_\_. **Futebol, Comunicação e Nação: a trajetória do campo acadêmico.** In: MARQUES, José Carlos; MORAIS, Osvando J. de. (Org.). Esportes na Idade Mídia: diversão, informação e educação. 1. ed. São Paulo: Intercom, v. 1, p. 139-168, 2012.

\_\_\_\_\_; GORDON JUNIOR, César. **A Crise do Futebol Brasileiro e a Pós-Modernidade: perspectivas para o século XXI.** In: Reunião Anual da Associação Nacional dos Programas Pós-Graduação em Comunicação - A Crise do Futebol Brasileiro e a Pós-Modernidade: Perspectivas para o Século XXI, 10. 2001, Brasília. X Reunião Anual da Associação Nacional dos Programas Pós- Graduação em Comunicação. Brasília, 2001.

\_\_\_\_\_; SOARES, Antonio Jorge G. **O Declínio da Pátria de Chuteiras: imprensa, futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002.** In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lucia Follain de. (Org.). Comunicação, Representação e Práticas Sociais. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2004, v. 1, p. 257-277.

### Jornais:

**FOLHA DA MANHÃ.** São Paulo, 1950.

**FOLHA DE S. PAULO.** São Paulo, 2014.

**O GLOBO.** Rio de Janeiro, 1950 e 2014.