

“De la magia a la merde’ – O olhar da imprensa argentina sobre a seleção brasileira na Copa do Mundo de 2006”¹

Alvaro do Cabo²

Ronaldo Helal³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Resumo

O artigo analisa o discurso da imprensa argentina sobre a seleção brasileira durante a Copa do Mundo de 2006 nos jornais *Clarín*, *La Nación* y *Olé*. Com a consciência argentina – por meio de leitura dos jornais brasileiros na internet - de que os brasileiros geralmente “torcem” contra sua seleção, questionamos: Estaríamos observando uma mudança no “olhar” argentino sobre o nosso futebol ou a mudança estaria centrada na atitude de “torcer” ou não “torcer” para o Brasil? Nossa hipótese é que houve um acirramento da rivalidade, principalmente depois do surgimento de *Olé* na Argentina e *Lance!* no Brasil, a partir de 1996. Contudo, os argentinos demonstram uma admiração explícita pelo futebol brasileiro, mesmo que já não “torçam” mais pelo Brasil. As informações da falta de reciprocidade do “outro” lado teriam gerado uma mudança de atitude por parte dos argentinos.

Palavras-chave

imprensa argentina; seleção brasileira de futebol; Copa do Mundo; jogo bonito

Introdução

O objetivo deste artigo é analisar o discurso da imprensa argentina sobre a seleção brasileira de futebol durante a Copa do Mundo de 2006. Desta forma, apresentaremos uma análise das matérias publicadas nos jornais *Clarín*, *La Nación* y *Olé*⁴, desde 01/06/2006 até 09/07/2006. Nosso foco estará centrado em três momentos distintos: a) as narrativas sobre a seleção brasileira antes da competição; b) durante a Copa do Mundo e c) depois da eliminação para a França nas quartas de final.

Países vizinhos e com tradição de rivalidade que se acirra no campo esportivo⁵, Brasil e Argentina são muitos semelhantes nas formas como se utilizaram do futebol para “construir” o sentido de pertencimento à nação. Tanto em um país quanto em outro, o

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

⁴ O material utilizado foi coletado por Ronaldo Helal, durante seu estágio de pós-doutorado na *Universidad de Buenos Aires*.

⁵ Sobre a formação histórica da rivalidade entre Brasil e Argentina e seus reflexos na “construção” do “argentino” em jornais de Santa Catarina e Porto Alegre ver Jacks, N., Machado, M., e Muller, K. (2004).

futebol foi entendido como um espaço singular de manifestações que seriam típicas das identidades nacionais. As “construções” destas manifestações apresentam características semelhantes nos dois países. Como Helal demonstrou em outra ocasião (Helal, 2007), existe na Argentina um sentimento dominante: o futebol brasileiro é superior ao argentino; o Brasil é uma fábrica de craques, a Argentina de grandes jogadores. O futebol do Brasil, dito pelo próprio Maradona, estaria um degrau acima do argentino⁶.

Helal observou também que, em muitas Copas do Mundo, a imprensa argentina “tendia” para o Brasil quando a seleção jogava contra uma equipe europeia, sem que este fato tivesse reciprocidade nos jornais brasileiros⁷. Além disso, em um universo onde as rivalidades são mais exacerbadas, como é o caso da relação Brasil-Argentina no campo futebolístico, foram verificados vários estereótipos no “olhar” de “um” para o “outro” e vice-versa. No “olhar” argentino sobre o Brasil os estereótipos dominantes estão relacionados a características positivas como “alegria”, “diversão” e “habilidade” como marcas intrínsecas do futebol brasileiro, denominado por eles como “jogo bonito”, escrito assim, em português (Helal 2007).

No entanto, com a globalização e, conseqüentemente, com a consciência argentina – por meio de leitura dos jornais brasileiros na internet e das matérias enviadas por correspondentes argentinos no Brasil - de que os brasileiros geralmente “torcem” contra a Argentina, questionamos: Será que os argentinos ainda “torcem” ou “tendem” para o Brasil quando este joga contra uma equipe europeia. Estaríamos, hoje em dia, observando uma mudança no “olhar” argentino sobre o nosso futebol ou a mudança estaria mais centrada exclusivamente nos afetos, ou seja, na atitude de “torcer” ou não “torcer” para o Brasil? Nossa hipótese é que houve um acirramento da rivalidade, principalmente depois do surgimento dos jornais *Olé* na Argentina e *Lance!* no Brasil, a partir de 1996. Contudo, os argentinos demonstram uma admiração explícita pelo futebol brasileiro, mesmo que já não “torçam” mais pelo Brasil como antes. As informações da falta de reciprocidade do “outro” lado teriam gerado uma mudança de atitude por parte dos argentinos.

A seleção brasileira era a favorita à conquista da Copa de 2006 na Alemanha. Além de ser a única equipe pentacampeã, título conquistado em 2002, contava com jogadores considerados fenomenais por grande parte da imprensa especializada mundial,

⁶ Os discursos retóricos sobre a superioridade se estruturam sob a forma polêmica. Para uma análise sobre a retórica jornalística na “construção” do debate Pelé-Maradona, ver Lovisolo y Helal (2009).

⁷ Exceto na Copa de 1986, quando se observou uma preferência pela Argentina nos jornais brasileiros, principalmente devido ao encantamento pelo futebol de Maradona.



ídolos em mega-equipes europeias como Ronaldinho Gaúcho, Kaká e Ronaldo. Além disso, a seleção vinha atuando bem nas partidas amistosas e, no ano anterior, havia sido campeã da Copa das Confederações na Alemanha, derrotando na final justamente a seleção argentina por 4 a 1,⁸ o que fez aumentar ainda mais seu favoritismo.

A seleção argentina, por seu lado, também era uma equipe forte, que tinha grandes jogadores como Riquelme, Messi, Sorín, todos atletas reconhecidos internacionalmente. No entanto, seu valor era encoberto pelas grandes expectativas e pelos elogios contundentes ao Brasil, mesmo entre os jornalistas argentinos.

1. Favoritismo, festa e alegria – a expectativa da “magia” antes da Copa

“ Un equipo que parece tenerlo todo: solidez, variantes, potencia, juego, magia, gol. Un equipo que, sin vericuetos tácticos y con mucha circulación de pelota irá por el hexacampeonato. Un equipo que atrapa. Convoca. Emociona. Enamora. El encanto verdeamarelo nace en los pies de sus cracks y su seducción es a priori, de índole visual: Brasil entra por los ojos”.⁹

Com esta declaração de “amor” ao futebol brasileiro o cronista Miguel Bossio do *Clarín* apresenta a seleção brasileira em crônica intitulada “El candidato que enamora”, publicada no suplemento especial que apresentava todas as equipes que participariam da Copa de 2006. O mesmo suplemento publica uma análise do jornalista Miguel Angel Bertolotto sobre as expectativas do campeonato que estava para começar. A crônica, cujo título é “Argentina Cree, Brasil asusta , todos sueñan”, demonstra o favoritismo da seleção brasileira:

“Si le puede ganar a Brasil? Ese es el desafio capital. Y no sólo de Argentina. Para la cátedra, para los espectadores, para la opinión unánime – hasta para los mismísimos adversários, que lo respetam y los temen como a nadie- , el cuadrado que lidera el mágico Ronaldinho es el candidato de todos. Nadie (o casi) imagina un campeón que no sea Brasil en la final del domingo 9 de Julio en Berlin. Las otras 31 selecciones pelearán para ver quien és segunda, se suele escuchar de bocas sin distinción de nacionalidades”¹⁰

O jornal esportivo *Olé*, conhecido por sua ironia e jocosidade com que estimula tanto as rivalidades da Argentina com Brasil e Inglaterra quanto as disputas locais, sobretudo, o “super-clássico”, Boca Juniors x River Plate, também considera o Brasil como

⁸ Sobre a narrativa argentina sobre esta partida, ver, outra vez, Helal (2007).

⁹ *Clarín*. Suplemento deportivo mundial. 01/06/2006, página 52

¹⁰ Idem, página 2.

o grande favorito. No entanto, *Olé* registra o clima de “festa” que existia na concentração em Weggis, Suíça e um episódio constrangedor envolvendo alguns jogadores que teriam ficado até tarde da noite em uma boate suíça. No dia 2 de junho, a reportagem de *Olé* sobre o Brasil dizia: “Quien podrá parar este Carnaval antes del 9 de Julio? Ya están de fiesta”¹¹, registrando a participação de Ronaldo, Dida, Júlio César, Emerson, Adriano, Robinho e Roberto Carlos em uma “noitada” em uma discoteca em Lucerna, mas, ao mesmo tempo, afirmando que a seleção também se diverte durante o dia, já que o clima de descontração nos treinos antes do início da Copa era muito grande. Ou seja, a reportagem mistura elogios ao talento dos jogadores brasileiros com críticas sutis à “festa” que alguns jogadores da seleção teriam participado na noite anterior. É uma matéria que, supomos, também deve ter sido publicada nos jornais brasileiros com o mesmo tom. Não observamos, até este momento, provocações ao Brasil. Os elogios à seleção são o tom que predominam, mesmo com o registro do episódio deste episódio.

De uma forma geral, a cobertura do Brasil no *Olé* registrava os treinos e os esquemas táticos. São matérias que podemos qualificar como sendo as de um jornalismo mais “neutro” e “investigativo”. No entanto, no alto das páginas referentes ao Brasil, aparecia sempre a irônica mensagem: “Atención: Esta página contiene mensajes satánicos”. Ou seja, os repórteres escrevem reportagens supostamente “imparciais” – e muitas vezes até “favoráveis” ao Brasil – mas a edição das mesmas busca manter a linha editorial que caracteriza o jornal, qual seja, a ironia e a “zombaria”. Podemos destacar como exemplo, a reportagem do dia 4 de julho, quando o peso do ataque brasileiro vira manchete: “Ya gana por peso. El duo de ataque de Brasil suma 169 kilos y es el mas pesado de Alemania. ¿Argentina? Liviano.”¹². Porém, o texto da matéria era muito favorável ao futebol brasileiro¹³, evidenciando que a provocação do *Olé* ao Brasil está mais centrada nas edições das matérias e não nas matérias em si mesmas, que se alternam entre um jornalismo mais “imparcial” e “investigativo” com outro mais “favorável” ao Brasil.

A goleada brasileira de 4x0 no amistoso contra a Nova Zelândia, equipe considerada fraca pela mídia especializada e mal colocada no ranking de seleções da FIFA, foi analisada pela imprensa argentina como mais uma demonstração da força e do favoritismo da seleção brasileira. As reportagens nos principais jornais, inclusive no *Olé*,

¹¹ *Olé*. 02/06/2006, página 12

¹² *Olé*. 04/06/2006, página 17

¹³ *Olé*, idem.

exaltam a atuação brasileira. No *La Nación*, a manchete foi: “ En su última prueba, Brasil fue la síntesis del brillo y la efectividad”¹⁴. En *Clarín* a ênfase recai no favoritismo: “ A media máquina, Brasil igual golea. Creó 20 situaciones y despachó a Nueva Zelanda con un 4-0. Lleva 25 goles en tres amistosos y da la sensación de que nada le cuesta esfuerzo”¹⁵. *Olé* se utiliza do estereótipo de que o “brilho” do futebol brasileiro se deve aos negros da equipe: “ Los All Scratch. Otra exhibicion del Penta, esta vez ante Nueva Zelanda y con el estilo arrollador de los All Blacks”. Seu correspondente, Antonio Serpa, inicia sua crônica indagando: “Todavía estamos a tiempo de evitar el papelón. El papelón dos demás, por supuesto. Hace falta jugar este Mundial? ¿Es serio? No parece haber competencia para este Brasil en el camino hacia otra Copa”¹⁶

Neste sentido, observamos que nas reportagens anteriores ao início da Copa, predominam uma exaltação à seleção brasileira, ao futebol-arte associado à figura de Ronaldinho Gaúcho, à alegria durante os treinos, às “brincadeiras” cotidianas e à certeza de que o Brasil é incontestavelmente o grande favorito. Ademais, Ronaldinho foi comparado inclusive com o maior ídolo argentino Diego Maradona. A equipe do jornal *Olé* entregou uma camisa de Maradona autografada para o brasileiro. Deste episódio saiu uma matéria exaltando o jogador brasileiro, sua “genialidade” e afirmando que ele é o “verdadeiro 10 da atualidade”, que poderia superar inclusive Maradona. Para muitos argentinos, Maradona é melhor que Pelé, mas nessa polêmica discussão surge aqui uma variável “risonha” e bem quista, inclusive entre os argentinos: Ronaldinho Gaúcho pode chegar a ser melhor que ambos?

No dia 9 de junho inicia-se o torneio mundial e nas reportagens sobre o Brasil, os três jornais analisados ressaltam o clima de festa do último treino, a expressiva marca de 25.000 pessoas presentes que teriam pagado até 50 euros por ingressos que deveriam ser gratuitos, a ausência de Ronaldo e o amplo favoritismo do Brasil para conquistar o título de campeão. O diário *Olé*, por exemplo, estampou: “Fiebre Amarilla. Sin un engripado Ronaldo, Brasil reunió seis veces más gente que Argentina y dejó embobados a fanáticos que compraron entradas...! gratuitas!”¹⁷.

As reportagens, de uma maneira geral, evidenciam o favoritismo do Brasil e as fotos de ambos os jornais - *Clarín* e *Olé* exploram os sorrisos de Ronaldinho Gaúcho e as

¹⁴ *La Nación*. Cuaderno deportivo mundial 05/06/2006, página 12

¹⁵ *Clarín*. Cuaderno deportivo mundial. 05/06/2006, página 14.

¹⁶ *Olé*. 05/06/2006, página 16.

¹⁷ *Olé*. 09/06/2006, página 24.

brincadeiras durante os últimos treinos antes de deixaram a concentração na Suíça e disputarem o último amistoso contra Nova Zelândia. Assim, podemos concluir que a ideia de “alegria brasileira” estava muito presente e foi bastante utilizada nos jornais argentinos. Ou seja, não eram somente narrativas de favoritismo da seleção brasileira, mas havia também um tom de encantamento e uma expectativa de que o Brasil iria mostrar o seu conhecido “jogo bonito”.

2. Desencanto, Delírio, Decepção, Derrota e “Zombaria” – “La Merde”

Durante a Copa, a cobertura dos jornais argentinos sobre as seleções mundiais se concentrava nas partidas disputadas. No entanto, a seleção brasileira era a única equipe estrangeira que gerava reportagens diárias. Obviamente que as matérias mais amplas e contundentes são verificadas nos dias posteriores aos jogos da seleção. Este fato indica que a atenção da imprensa argentina estava muito voltada para o Brasil. Isto não significa que a imprensa “torcia” para o Brasil, mas que havia uma expectativa de saber o que acontecia com a equipe rival e, supostamente, por ver o que eles denominam de “jogo bonito”.

As dúvidas com relação à “mágica equipe” já podem ser observadas nas matérias escritas após a estréia brasileira. Os jornalistas argentinos destacam a má atuação e principalmente a ausência de “festa” e de “brilho”. A capa do *Olé* tenta desmistificar a superioridade dos brasileiros estampando em letras garrafais, com a foto de Kaká ao comemorar o gol: “SON HUMANOS. Brasil es de este planeta. Croacia lo dominó pero no tuvo llegada. La diferencia fue el golazo de Kaka: 1-0. Ronaldo no la tocó y salió, Ronaldinho hizo poco. Adriano nada. Sufre en el medio: (...)”¹⁸. O detalhe mais curioso é que na foto do jogador, setas direcionadas para seu corpo confirmam el processo de desmistificação: “tienen dos manos, también ojos...orejas y se les hinchan las venas cuando gritan gol.”¹⁹

A condição de “humanidade” dos jogadores brasileiros inicia um processo de “desencantamento” dos jornalistas do *Olé* com a “grande favorita”. Na análise tática do jogo, o cronista Antônio Serpa continua considerando o Brasil como um forte candidato, ainda que tenham surgido dúvidas sobre alguns jogadores e o conhecido “quadrado

¹⁸ *Olé*. 14/06/2006, página 1.

¹⁹ *Idem*.

mágico”²⁰. O destaque nas reportagens do *Olé* tinha sido a ausência do elemento que os argentinos mais admiram no Brasil, o “jogo bonito”: “ KAKÁNDIDATO. Apagados los demás, sólo Kaká se encendió y Brasil se quedó con la victoria mostrando la chapa, pero nada del **jogo bonito**”²¹. (Os grifos são nossos).

A capa do *Clarín* já demonstra que a expectativa em torno do futebol brasileiro começa a não ser correspondida: “Brasil ganó, pero sin la fiesta prometida. Definió con un golazo de Kaká. Debió luchar más de lo esperado ante el duro equipo croata. Le faltaron brillo y llegadas de gol. Y sus estrellas no funcionan a pleno.”²² Na crônica da partida, feita pelo correspondente Miguel Bossio, inferem-se as dúvidas com o “quadrado mágico” e a ausência da prática de um “jogo bonito”, porém ainda se espera muito da seleção brasileira. O jornalista começa sua análise com uma metáfora ao muro de Berlin:

“Así como entre 1961 y 1989 hubo aquí un Muro que encerró mucho más que desencuentros, ayer subía a escena un cuadrado, mágico, que encarcelaba una promesa: dar espectáculo para lo que vieran desde los cuatro costados. El problema para Brasil, fue que se iluminó apenas uno de los cuatro costados”²³.

O desfecho da crônica demonstra o respeito pelos jogadores brasileiros apesar do desapontamento com a partida e, sobretudo, com uma declaração de Cafu: “‘Es tiempo del juego práctico, no del juego bonito’ filosofa Cafu. Brasil fue un mínimo triunfo y nada más. Tampoco es para que ande llorando detrás de los muros. Como va a llorar Brasil si aún tiene tres ases bajo la manga que todavía ni utilizó...!”²⁴.

Do mesmo, As manchetes do *La Nación* também destacam a ausência de “brilho” da equipe brasileira: “ Brasil dejó una pálida imagen. Derrotó por 1 a 0 a Croácia, pero su juego no alcanzó el brillo esperado.”²⁵ E: “ Brasil dejó el brillo para otra ocasión y logró un triunfo austero”.²⁶ Na mesma edição, o jornalista Juan Pablo Varsky, ao exaltar o desempenho de Kaká, descreve vários estereótipos sobre jogadores brasileiros em sua crônica “Kaká, el craque que no parece brasileño.”:

²⁰ O chamado “quadrado mágico” era o ataque brasileiro composto por Kaká, Ronaldinho Gaúcho, Adriano e Ronaldo, além de Robinho quando entrava no lugar de um dos titulares.

²¹ *Olé*. 14/06/2006, páginas 24-25.

²² *Clarín*. 14/06/2006, página 1.

²³ Idem, página 10.

²⁴ Idem. *Ibidem*

²⁵ *La Nación*. 14/06/2006, página 1

²⁶ Idem. Cuaderno deportivo mundial, página 10



“No parece brasileño. No sabe bailar samba. No sale de noche. No le gustan las discotecas. No tiene una vida privada escandalosa. No participa de los carnavales. No es fanático de la playa. No polemiza con sus entrenadores. No llega tarde a las prácticas. No le gusta tocar para atrás. No es individualista.....No parece brasileño. Nació en Brasília, probablemente la ciudad menos futbolera del Brasil. No padeció la pobreza durante su infancia”²⁷

A imagem estereotipada do brasileiro como um tipo “festeiro”, fanático por Carnaval e praia, de origem humilde e individualista contrastaria com o religioso filho de classe média, bem educado, elegante, representado por Kaká. Observemos que, subjacente ao texto da narrativa, se encontra um exemplo dos estereótipos “construídos” sobre os jogadores brasileiros, como craques devido somente a fatores intrínsecos e étnicos, desqualificando os intensos treinamentos que muitos são submetidos ao longo de suas carreiras profissionais²⁸. Kaká seria aqui o antagonista da suposta “brasilidade”.

Um dado divulgado pelo *Olé* dois dias após a partida demonstra a grande expectativa na Argentina para assistir a estréia brasileira que teve uma audiência expressiva numa terça-feira à tarde. A notícia foi veiculada em uma nota cujo título era “Brasil es argentino” e explicita novamente o estereótipo que está associado à maneira do brasileiro se apresentar no futebol e é o que se espera da seleção: o “jogo bonito”:

“ La expectativa por ver el debut de Brasil superó todo lo imaginado en nuestro país: el partido con Croacia, que transmitió Canal 13 midió 34,8 puntos, un martes a las cuatro de la tarde. Y tuvo un pico de 43,5. Algunos lo habrán para verlo perder, pero la mayoría para disfrutar de un **jogo bonito** que por el momento no apareció. 34,8 puntos por Canal 13. És lo que marcó Brasil vs. Croacia, en lo que fue la tercer medición más alta del año después del partido Argentina y los Martin Fierro. Por su parte Itália-Ghana hizo 20,3 (Canal 13) y Francia vs Suiza 12,3 (América).²⁹ (Os grifos são nossos)

A grande expectativa gerada sobre as partidas do Brasil e as esperadas exibições espetaculares continuarão sendo cobradas, e até mesmo alguns jogadores reforçam com suas declarações essas perspectivas. No dia 15 de junho, Ronaldinho escreve no *Clarín* como colunista especial uma crônica intitulada: “El mundo espera más de nosotros, y se lo daremos” onde chega a afirmar categoricamente:

²⁷ Idem, página 20.

²⁸ Isto também ocorre na imprensa brasileira. Ver, por exemplo, Soares, Helal y Santoro (2003) para uma análise do acionamento de uma memória “romântica” e “mistificada” da seleção brasileira de 1970 nos jornais locais durante as Copas do Mundo de 1998 e 2002.

²⁹ *Olé* – 15/06/2006, página 3.

“Esta victoria nos dará tranquilidad para demostrar nuestro potencial. Todo los jugadores contribuimos a la victoria, todos trabajamos para que Brasil ganara el encuentro. Es verdad que el mundo esperaba más de Brasil, eso és bueno, porque en el primer partido ganamos y ahora tenemos todo el Mundial para darle al mundo todo lo que espera de Brasil”³⁰

Apesar de não termos como objetivo analisar aqui as entrevistas e afirmações dos jogadores brasileiros, visto que estamos interpretando o discurso da imprensa argentina, é interessante registrar como um jornal tradicional argentino abre espaço para uma coluna exclusiva do jogador brasileiro em algumas edições. Um dado que, acreditamos, seja desconhecido da maioria dos brasileiros, é que Pelé foi colunista do *Clarín* durante várias Copas do Mundo desde 1978. Além disso, em todas as Copas, a partir de 1978, se observou que sempre houve um colunista brasileiro escrevendo nos jornais argentinos, mas não encontramos reciprocidade por parte dos jornais brasileiros analisados (Helal, 2007). Por quê? Que significa esta ausência do “outro” no universo do “nós”? Será que o “outro” argentino “construído” pelos brasileiros tem uma importância maior, talvez por ser o único “outro”³¹?

Constatamos que após a goleada argentina sobre a Sérvia Montenegro por 6 x 0 no dia 16 de junho, o tom das reportagens começa a mudar. Algumas “provocações” são feitas, sobretudo pelo jornal *Olé*.

Outra vitória brasileira com fraco desempenho intensifica o processo de desencantamento dos argentinos com o “quadrado mágico”, conforme podemos perceber por meio das manchetes dos três jornais analisados. O *Clarín* afirma: “Brasil gana, pero la magia no aparece. Derrotó 2-0 Australia y pasó a octavos de final. La dupla Ronaldo-Ronaldinho sigue sin funcionar. Fue un partido muy parejo: Austrália estuvo varias veces cerca del empate”³². No *La Nación* a manchete principal estampa: “Brasil sin el sello del campeón. Se clasificó con un opaco éxito ante Austrália por 2-0”³³. E *Olé* afirma: “Es Penta y espanta. Austrália lo complicó y Brasil jugó mal, pero te emboca en cualquier momento, ganó 2-0, se clasificó sin goles en contra y Roberto Carlos dijo: ‘No necesitamos

³⁰ *Clarín*. 15/06/2006, página 3.

³¹ Observemos que a Argentina tem distintos “outros” tradicionais além dos brasileiros, como por exemplo, os ingleses, os uruguaios e os chilenos. Em contrapartida o Brasil já teve o Uruguai como um “outro” “construído” após a derrota na final de 1950. Porém, com o declínio do futebol uruaio nas Copas, estamos observando a “construção” intensa do “outro” Argentino como sendo o mais importante para os brasileiros.

³² *Clarín*. 19/06/2006, página 1

³³ *La Nación*. 19/06/2006, página 1.

seis, con uno o dos goles llegamos a la final”³⁴. Nas matérias específicas sobre a partida são ressaltadas as provocações de Roberto Carlos, que dois dias antes teria respondido a um jornalista argentino que somente falava do Brasil, pois era o virtual campeão do mundo (2002) da América (2004) e da Copa da Confederações (2005)”. Este registro é curioso, já que, de uma forma geral, um dos estereótipos “construídos” no Brasil sobre os argentinos é a “soberba”. Seria este registro uma retaliação dos argentinos? Afinal, quem é soberbo?

O correspondente do *Clarín*, Miguel Bossio, analisa a partida a partir de uma ironia. Segundo ele os craques brasileiros Ronaldo e Ronaldinho estariam sem magia perdidos no quadrado das bermudas:

“ Cualquiera lo imaginaba perfecto, con esas perfecciones dignas de mirarla desde los cuatro costados. Pero resultó que no, que el **Cuadrado Mágico** de los brasilenos sigue en problemas: cero encantamiento, poca lucidez, alguna que outra Duda. Como si, en vez de **Mágico** pareciera el **Cuadrado de las Bermudas**, con gente perdida en su interior. Ronaldo y Ronaldinho? Sí, justamente ellos son los que siguen desapareciendo en el tan mentado **Cuadrado** de ataque...”³⁵ (Os grifos são do jornal)

A frustração pela ausência do “belo” futebol que deveria ser praticado pelos jogadores da seleção, faz com que o enviado especial do *La Nación*, Daniel Arcucci afirme em reportagem sobre os primeiros jogos disputados pelo Brasil e esperando mudanças na equipe: “ En ninguno de los encuentros ni en Berlin, ni en Munich, Brasil fue Brasil... Habrá que ver si, una vez más, Brasil es fiel a su historia.” Ou seja, a expectativa do “jogo bonito”, da “magia”, do “futebol espetáculo”, perdura apesar das rivalidades e fica claro que o fato do Brasil não estar jogando bem não somente acirra as provocações e críticas, como também causam “desencanto” na mídia especializada argentina que já tinha uma visão pré-concebida do que esperar do grande favorito. Se causam “desencanto”, estariam os argentinos ainda “torcendo” por Brasil em 2006?

Em reportagem do *Clarín*, dois dias após a partida brasileira que confirmou a classificação para as oitavas-de- final, observamos o registro: “ Esperando el **jogo bonito**. El técnico Parreira y los jugadores admiten que es mas importante ganar y avanzar hacia el título que dar espectáculo.”³⁶ (Os grifos são nossos).

Ressaltemos o registro de que a segunda partida brasileira teve a maior audiência televisiva até então com 38,3 pontos, superando inclusive os canais que transmitiram a

³⁴ *Olé*. 19/06/2006 página 1

³⁵ *Clarín*. 19/06/2006, página 12.

³⁶ *Clarín* 21/06/2006, página 22

partida da Argentina, cuja maior audiência foi de 31,9, porém é necessário esclarecer que enquanto o jogo Brasil x Austrália passava em apenas um canal (Telefê), os jogos argentinos eram veiculados em quatro canais privados (Canal 13, Telefê, Canal 9 e América) e a soma dos quatro daria um total de 69,5 pontos.³⁷

O Brasil ao enfrentar o Japão na terceira partida da primeira fase já estava classificado e jogou com diversos jogadores reservas, entretanto foi a melhor exibição do selecionado e a boa atuação, além dos dois gols de Ronaldo ensejaram um “delírio” fugaz entre os jornalistas argentinos. Finalmente o “jogo bonito” tinha aparecido. O teor das matérias vão repentinamente voltar a exaltar o “mágico” futebol brasileiro. O correspondente do *Clarín* vai afirmar categoricamente em uma reportagem intitulada “Volvió el show. Brasil pasó a octavos con puntaje ideal y ante los japoneses de Zico, cerró la primera fase a toda orquesta con fútbol y gole” que:

Por fin subió a escena el tan esperado show do Brasil. Se fue a casa la copia trucha de Ronaldo y volvió el verdadero, el implacable. Hubo **espectáculo**. Taquitos. Asistencias de Ronaldinho. **Jogo bonito** y gambetas. Goles para tirar para arriba. Clasificación con puntaje ideal (el martes se la verá con Ghana, también acá en Dortmund). **Alegría**, primera cuota de la deuda paga y fiesta.”³⁸ (Os grifos são nossos)

O tão esperado “jogo bonito” e a “festa”, finalmente aconteciam. Estava sendo paga a “dívida” brasileira com o mundo de dar “alegria” e “espetáculo”, segundo os jornalistas argentinos. O correspondente do *Olé*, Antônio Serpa, que mesmo nas fracas atuações brasileiras continuava exaltando o futebol da seleção vai afirmar em seu artigo “El banco Mundial”:

“Hay un estilo que no se rompe. Una escuela que, con leves diferencia humanas, produce en cadenas folhas secas, gambetas, cambios de frente de 50 metros, sombreros, canos, tacos... Una técnica exquisita. Y así como no se notan diferencias a lo largo de los años, tampoco los hay entre titulares y suplentes..... No hay riqueza como la de Brasil. Es el Banco Mundial, el que tiene billetes de todos colores”.³⁹

A própria capa do *Olé* estampou após essa partida que os brasileiros “Son Galácticos” contrastando com a primeira capa pós-estréia com a Croácia “Son Humanos”.

³⁷ *Clarín*. 20/06/2006. Cuaderno Espectáculos. página 3.

³⁸ *Clarín*, 23/06/2006, página 11.

³⁹ *Olé*. 23/06/2006, página 23. Este tipo de matéria foi observada muitas vezes na pesquisa de Helal (2007), que a etiquetou como fazendo parte da categoria de análise “Brasil es siempre Brasil”, que é uma categoria positiva e de reforço de uma suposta “tradição” do futebol brasileiro visto pelos argentinos.



O encantamento pela seleção estava de volta. Brasil voltava a ser o grande favorito. Seria a redenção por meio do retorno do “jogo bonito”?

O encantamento foi efêmero. A partida contra Gana pelas oitavas de final não permite a continuação destas narrativas de exaltação a Brasil. Apesar de ter vencido por 3 a 0, a seleção não jogou bem. Com isso, o tom de decepção e a ironia voltam a aparecer nas narrativas jornalísticas nos jornais argentinos. Independente da vitória, a pergunta era: Onde estava o “jogo bonito”? Regozijo ou desencantamento pela ausência deste suposto “estilo”?

A capa mais “zombeteira” e estereotipada do *Olé* foi publicada no dia seguinte desta partida. Uma fotografia de uma bunda de uma mulata, trajando um micro-short com a bandeira brasileira e um torcedor com um pandeiro olhando fixamente para a abundante nádega da torcedora com os dizeres abaixo. “O mais grande do mundo”. Acima em pequenas letras, breves informações sobre a partida: “Brasil jugó mal, pero tiene la suerte del hexacampeón: Ghana lo dominó pero no emborcó el arco. Ronaldo hizo un gol y llegó a 15. Record em mundiales: 3-0.”⁴⁰ Nas matérias internas, a decepção estampada em afirmações como: “ El Penta goleó a Ghana y confirmó que puede ser Hexa sin el juego bonito”⁴¹ ou “Por que juega feo?”⁴² e a “zombaria”, ainda que carregada do estereótipo da alegria, sobre a atuação de Ronaldinho “¿Y la sonrisa dónde está?”⁴³.

No *Clarín*, o “delírio” ensejado pela atuação contra o Japão cede lugar novamente ao discurso do desencanto e da desconfiança: “Verás que todo es mentira. No hubo 3 goles de diferencia con Ghana. El cuadrado mágico impresiona mucho pero resuelve poco. El juego bonito le interesa, aunque digan que no. Brasil, pregona que no es candidato, pero sigue siendo el más favorito de todos.”⁴⁴

Com a vitória sobre Gana, o Brasil teria de enfrentar pelas oitavas-de-final a França que havia imposto a última derrota em uma Copa do Mundo na final do torneio de 1998 e contava com Zidane que, apesar de estar em fim de carreira, era conhecido como o “carrasco” daquele jogo. Nos dias anteriores a partida, ocorre um acionamento da memória desta partida. A maior parte das reportagens versam sobre o 12 de julho de 1998 e sua repercussão no Brasil. O jogo passa a ser tratado como uma revanche no discurso argentino.

⁴⁰ *Olé*. 28/06/2006, página 1.

⁴¹ *Idem*. Pág 22

⁴² *Idem*, página 25

⁴³ *Idem*, página 26

⁴⁴ *Clarín*. 28/06/2006, página 12.

Além disso, a expectativa era muito grande no que concerne a partida da seleção Argentina contra a anfitriã Alemanha. Com a derrota argentina, nos pênaltis, um dia antes do jogo do Brasil, a atenção se voltou para o duelo Brasil-França. Os argentinos tinham “morrido de pé” conforme afirmou a capa do *Olé* e toda a imprensa exaltava o comportamento da equipe que se despediu invicta do torneio. Houve também registros das manchetes dos jornais brasileiros “festejando” a derrota Argentina. Suspeitamos que foram estes registros que levaram a imprensa argentina que tanto “ama” o “jogo bonito” brasileiro a “festejar” a derrota do Brasil. A manchete do *Olé* dizia: “MERDEAMARELA. Zidane, igual que en el 98, le dio un baile histórico a Brasil, con Ronaldo, Ronaldinho y Kaká, y el Penta quedó pintado, fuera de Alemania. Hoy cantamos la Marsellesa. Francia, suerte en la semi.”⁴⁵ Ya *Clarín* publicou:

“Francia le dio pasaje de vuelta al Pentacampeón. Zidane y Compañía le ganaron, como en el 98, y con un gol de Henry despedieron al máximo candidato. Fracaso de Brasil, que se va del Mundial, en la misma instancia que Argentina, pero derrotado en los 90 minutos. Zidane volvió una noche y brindó con fútbol champan”⁴⁶.

A irônica crônica do *Clarín* ao comentar a derrota brasileira demonstra que, desta vez, os argentinos, “torceram” contra o Brasil:

“El sentir argentino, desesperado de dolor por los manotazos de Lehman y la eliminacion del Mundial decidió cortar por lo sano. Nada de tecito, nada de aspirinas, nada de vahos con eucaliptus. Con ojos aún llorosos, más el corazón partido al medio por una tibia Alemania, el pueblo de Ayala, Sorín, y Crespo se encontró con un vecino llamado Brasil. Vecino que sin saber, era farmaceutico y tenía un santo remedio llamado **Adíos Penta**.”⁴⁷ (Os grifos são do jornal).

O “jogo bonito” que eles tanto admiram não foi apresentado e dessa maneira ficou mais fácil “odiar” o Brasil no âmbito futebolístico, fato que acabou confortando a eliminação da Argentina, um dia antes do revés brasileiro.

⁴⁵ *Olé*. 02/06/2006, página 1

⁴⁶ *Clarín*. 02/06/2006. Cuaderno deportivo mundial, página 2

⁴⁷ Idem.

Considerações Finais (Ou Quase)

A tese proposta por Helal (2007), a partir de uma frase do sociólogo Pablo Alabarces de que “os argentinos odeiam amar o Brasil⁴⁸” ocorre, sobretudo, no que concerne às “boas” exibições da seleção brasileira, porém entendemos que o amor pode ser diluído quando a seleção brasileira não atende às expectativas, principalmente em um momento onde as rivalidades estão mais acirradas. Da parte do Brasil suspeitamos que “o argentino” é o “outro” “construído” com muita intensidade nas últimas décadas como uma necessidade brasileira de marcar sua alteridade. Esta “construção” que se utiliza, muitas vezes, de estereótipos negativos em relação à moral dos argentinos⁴⁹, aparece nos jornais brasileiros que, hoje em dia, podem ser lidos na internet, bem como nos registros feitos nos jornais argentinos pelos seus correspondentes no Brasil. Isto teria provocado uma mudança de atitude dos argentinos em relação ao Brasil, ainda que a admiração pelo futebol do rival continue aparecendo de maneira explícita. De fato, observamos que as expectativas sobre as partidas do Brasil estavam sempre direcionadas à ideia do “jogo bonito”, que seria a marca do futebol brasileiro.

É muito difícil, neste contexto, que a imprensa argentina faça uma análise racional, baseada em critérios táticos ou técnicos. Pode-se perceber pelas reportagens argentinas que descreveram a campanha brasileira durante a Copa de 2006 que os temas passeiam pelo Carnaval, os esperados “shows” brasileiros, a “festa” que até o último apito era anunciada, mas não ocorreu. A irregular campanha do Brasil fez com que todo favoritismo e “festa” anteriores ao torneio se dissipassem a cada partida. No confronto contra o Japão, observamos um “delírio” efêmero e diante da derrota contra a França, a transformação peremptória da “magia” em “la merde”.

Ou seja, com a eliminação, Brasil foi rebaixado a “la merde”. As expectativas em torno do jogo bonito e o acirramento das rivalidades fizeram com que a “razoável” campanha do selecionado nacional fosse retratada de maneira “zombeteira”. O amplo favoritismo escorreu pelo ralo do escárnio. Como se esperar pouco da “pátria de chuteiras”? O “mais grande do mundo” seria apenas as grandes nádegas da torcedora brasileira?

⁴⁸ A frase completa é: “os argentinos odeiam amar os brasileiros, enquanto os brasileiros amar odiar os argentinos”.

⁴⁹ Como por exemplo, “empáfia”, “arrogância” e “soberba”. Ver, uma vez mais, Helal (2007).

Referências Bibliográficas

HELAL, Ronaldo. “Jogo Bonito y Fútbol Criollo. La relación futbolística Brasil-Argentina en los medios de comunicación”. In GRIMNSON, Alejandro (compilador). *Pasiones Nacionales: Política y Cultura en Brasil y Argentina*. Buenos Aires, Editorial Edhasa, 2007.

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 y HELAL Ronaldo. “Pelé y Maradona: periodismo y contradicciones entre los héroes y las sociedades”. Trabajo aceptado para el grupo de trabajo “Sociología Del Deporte, Ocio y Tiempo Libre del *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*, 2009.

SOARES Antonio, HELAL Ronaldo e SANTORO, Marco. “Futebol, Imprensa e Memória”. *Revista Fronteiras*, volume 6. São Leopoldo, Unisinos, 2004.

Diarios Clarín, La Nación y Olé. Desde el 01/06/2006 hasta el 09/06/2006.