

## **A popularização do futebol, o papel da mídia e a construção da identidade nacional brasileira<sup>1</sup>**

Lucas Lisboa Peths<sup>2</sup>

Paulo Roberto Figueira Leal<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **Resumo**

Várias são as formas e estratégias que podem servir para a divulgação e consolidação de uma prática esportiva como o futebol. Mais do que ações comerciais, há elementos que, de acessórios, passam a principais, como a paixão, o nacionalismo ou elementos históricos, que possuem sua manifestação máxima na Seleção nacional. É neste sentido que o presente artigo pretende contribuir, identificando e questionando de que maneira isso se deu na popularização do esporte e na construção da identidade brasileira.

**Palavras-chave:** futebol; seleção; identidade nacional; mídia.

### **1. INTRODUÇÃO**

O presente artigo busca questionar as diferentes formas e estratégias que acabaram por popularizar e alavancar o futebol a sinônimo da identidade nacional brasileira. Seja por contextos históricos – como as migrações para o Brasil – ou sociais, com a valorização do mestiço como mito fundador da especificidade nacional, o esporte acabou ganhando o gosto dos brasileiros.

É razoável ressaltar que o esporte acabou sendo popularizado também pelo uso político feito pelas elites governantes do país, principalmente em se tratando de períodos ditatoriais como o Estado Novo e o Regime Militar. Tudo isso contribuiu para a visão do futebol no país, especificamente no que diz respeito à Seleção brasileira, como o próprio Estado nacional – a “pátria de chuteiras”.

Mais do que um time do coração entrando em campo, a Seleção seria a própria nação brasileira; neste sentido, torcer contra seria negar a própria nacionalidade, e vencer a competição seria nada menos do que reafirmar a posição de “melhor do mundo” – ainda

---

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

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCom) da UFJF, na linha de pesquisa Comunicação e Poder. Jornalista graduado em Comunicação Social pela UFJF. E-mail: lucaslpeths@gmail.com

<sup>3</sup> Professor associado da Faculdade de Comunicação e do PPGCom da UFJF. Mestre e doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (Iuperj). E-mail: pabeto.figueira@uol.com.br.

que considerado apenas o âmbito esportivo. “Uma Copa do Mundo é muito mais que um mero torneio de futebol: ela é uma chance de se colocar a própria nação em perspectiva comparada com o resto do mundo” (GASTALDO; GUEDES, 2006).

Os meios de comunicação de massa também exerceram um papel decisivo na consolidação do esporte no país – e continuam a exercer na atualidade, com amplas coberturas, investimentos em equipes especializadas e o desenvolvimento de novas estratégias que vão além do engessamento das grades de programação e das estruturas dos programas, inclusive dos próprios telejornais. É a busca pela compreensão deste contexto que motiva o presente trabalho.

## **2. FUTEBOL E IDENTIDADE NACIONAL**

A construção da imagem do brasileiro e da identidade nacional passa, necessariamente, por um processo histórico que envolve o samba, as chamadas religiões “afro-brasileiras” e também pelo futebol. Mais do que auxiliar na compreensão de nuances do Brasil, a modalidade acabou se consolidando, desde o final do século XIX, como “esporte nacional”, reflexo de diferentes momentos da história. Contudo, como apontam Édison Luis Gastaldo e Simoni Lahud Guedes (2006), a vinculação entre esporte e identidade nacional não é um fenômeno recente, pelo contrário: teria sua origem nos Jogos Olímpicos, com a “separação dos atletas em equipes nacionais, que ‘competem’ no quadro de medalhas”. A identificação com o futebol também tampouco é exclusividade brasileira – a prática e popularidade em países como Inglaterra (considerado o país berço da modalidade) e Argentina são prova disso.

A atual popularidade do futebol no país nem sempre foi assim: o esporte chegou ao país em meio a um século XIX conturbado, de transformações políticas e sociais, principalmente nos centros urbanos, e muitos questionavam seu potencial agregador. Até mesmo Graciliano Ramos, em sua crônica “Traços a esmo”, duvidou da popularidade da nova prática. Para ele, o país possuía “esportes em quantidade”. No texto ele ainda questiona: “Para que metermos o bedelho em coisas estrangeiras? O futebol não pega, tenham a certeza”.

Neste sentido, para entendermos a relação do futebol com o Brasil atual é preciso ir além: é necessário abordar também a própria formação da identidade nacional, marcada pela mistura de matrizes étnicas muito distintas, e que após séculos de convivência lado a

lado acabaram por originar um novo povo. Renato Ortiz (2012) destaca que as mudanças do século XIX acabaram por exigir novos olhares e interpretações sobre o Brasil, e destaca que “a questão da raça é a linguagem através da qual se apreende a realidade social, ela reflete inclusive o impasse da construção de um Estado nacional que ainda não se consolidou”.

Desta forma, tendo como base autores como Gilberto Freyre, Nina Rodrigues, Euclides da Cunha e Sílvio Romero, Ortiz realiza um debate sobre a cultura e a formação da identidade brasileira, tendo como ponto de abordagem o país enquanto espaço de miscigenação. Outrora visto com uma conotação negativa, em época de valorização dos ideais de “branqueamento da população”, o mestiço – fusão entre negros, índios e brancos – passa a ser símbolo máximo da identidade do brasileiro (daí a importância de obras como *Casa Grande e Senzala*, de Gilberto Freyre, e das publicações do jornalista Mário Rodrigues Filho).

Há, neste momento, o rompimento com a ideia de “cópia” das ideias estrangeiras – entre elas o mito da superioridade de raça, como aponta Ortiz:

O mito das três raças torna-se então [no século XX – com os estudos culturais] plausível e pode se atualizar como ritual. A ideologia da mestiçagem, que estava aprisionada nas ambiguidades das teorias racistas, ao ser reelaborada pode difundir-se socialmente e se tornar senso comum, ritualmente celebrado nas relações do cotidiano, ou nos grandes eventos como o carnaval e o futebol. O que era mestiço torna-se nacional. (ORTIZ, 2012, p.40).

Darcy Ribeiro também escreveu sobre o “novo” povo brasileiro: “Novo porque surge como uma etnia nacional, diferenciada culturalmente de suas matrizes formadoras, fortemente mestiçada, dinamizada por uma cultura sincrética e singularizada pela redefinição de traços culturais delas oriundos” (RIBEIRO, 1995, p. 19).

A maneira de o brasileiro jogar futebol seria, neste contexto, um reflexo da sua própria identidade e formação cultural. A “ginga”, a espontaneidade, os dribles que lembrariam a capoeira, tudo isso seria reflexo da mistura de raças na formação do brasileiro, em contraposição à maneira fria, quase matemática, do futebol europeu, como aponta Gilberto Freyre:

O mesmo estilo de jogar futebol me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de brilho e de espontaneidade individual em que se exprime o mesmo mulatismo de que Nilo Peçanha foi até hoje a melhor afirmação na arte política. Os nossos passes, os nossos pitus, os nossos despistamentos, os nossos floreios com a bola, o alguma coisa de dança e capoeiragem que marcam o estilo brasileiro de jogar futebol, que arredonda e às vezes adoça o jogo inventado pelos ingleses e por eles e por outros europeus jogado tão angulosamente, tudo isso parece exprimir de modo interessantíssimo para os psicólogos e os sociólogos o mulatismo flamboyant e, ao mesmo tempo, malandro que está hoje em tudo que é afirmação verdadeira do Brasil. (FREIRE, 1945).

A própria “malandragem” do brasileiro, descrita por Sérgio Buarque de Hollanda em “Raízes do Brasil”, acabaria por se refletir dentro de campo, que seria um palco de ritualizações de diversos elementos da cultura nacional. “Embora o contexto histórico e social contemporâneo tenha relegado o ‘malandro’ ao passado, sua figura emblemática continua presente no imaginário da sociedade brasileira” (GASTALDO; GUEDES, 2006).

É necessário também refletirmos, ainda que brevemente, sobre o significado do conceito de identidade, alvo de reflexão de diferentes áreas do conhecimento, da sociologia à própria comunicação. Neste caso, tem-se nos Estudos Culturais uma perspectiva possível. De acordo com esta corrente, as identidades são fenômenos simbólicos, que emergem das relações sociais da vida cotidiana e das discursividades. Neste contexto, estudar a cultura (e o que a permeia, como os meios de comunicação) se tornaria essencial.

De acordo com Bianca Alvin Silveira (2010), “qualquer identidade nacional (mesmo antes da globalização) sempre se produziu como narrativa capaz de gerar o sentimento de pertença. Mais do que a fatos objetivos, é ao processo de adesão simbólica ao ‘discurso da nação’ que se referencia a construção da identidade nacional” (p. 20-21). À luz dos pensamentos de Stuart Hall, a autora destaca que as culturas nacionais são compostas por símbolos e representações, e não apenas de instituições culturais. Ao produzirem sentidos sobre a nação (sentidos com os quais podemos nos identificar), construiriam identidades.

De maneira contrária, a globalização seria um dos riscos que representariam risco à manutenção de uma identidade própria à nação, de acordo com Hall. Neste contexto, as ideias de Kathryn Woodward são relevantes. Essencialmente, elas destacam que identidade depende da diferença, e que nas relações sociais elas são estabelecidas, ao menos em parte, por meio de sistemas classificatórios. Como seriam discursos, identidades e diferenças

seriam marcadas também por relações de poder. Baumann, por sua vez, ao abordar as identidades, diz que elas são mutáveis, revogáveis.

Neste contexto, e inserido nos debates sobre a formação e a consolidação de uma identidade nacional está o próprio Estado – tema discutido a seguir.

### **3. O ESTADO EM CAMPO: A “PÁTRIA DE CHUTEIRAS”**

Mais do que a visão do campo de futebol como espaço de reflexos e representações de nuances da cultura nacional, o esporte também acabou por se tornar a representação do próprio Estado nacional, por meio da seleção brasileira. Se o futebol entre clubes já encanta, o futebol entre seleções envolveria, além dos sentimentos de uma comunidade, de pertencimento, também o próprio nacionalismo.

Acerca do clubismo futebolístico, Arlei Damo (2006) ressalta que a adesão afetiva dos torcedores a um time de futebol é um fenômeno complexo, “tendo como desdobramento a constituição de comunidades de sentimento”. Desta forma, defende, acaba-se por criar uma percepção estética (e, por conseguinte, até mesmo espetacularizada) do jogo. Ele completa: “ao estádio não se vai para ver um jogo, mas para torcer pelo time que representa o clube do coração”.

Neste contexto, pode-se dizer que as Copas do Mundo, além de incorporarem a lógica do clubismo, vão além: o embate passa a ser entre nações, personificadas pelas seleções em campo. Mais do que representarem uma parcela de torcedores, a equipe seria a representação de uma nação. “Esta imaginária comunidade de milhões parece mais real na forma de um time de onze pessoas com nome” (DAMO, 2006, p. 52 *apud* HOBBSAWM, 1990, p. 171). Certos termos utilizados no futebol acabam por corroborar esta ideia: é o caso, por exemplo, da “convocação” do time – termo utilizado também no próprio serviço militar, que tem como objetivo a defesa da nação.

O Brasil pode ser deficitário em quase tudo, quando comparado aos EUA, por exemplo, mas se o time de futebol representando os brasileiros perder para os norte-americanos, será motivo para os brasileiros achincalharem o técnico e os jogadores. Sob este aspecto, um time de futebol não se diferencia, enquanto entidade significante, de outros tantos elementos que podem ser tomados para tal fim de modo mais ou menos arbitrário, como é o caso de um cântico que se transforma em hino, de um pano colorido que se faz bandeira, de um animal que se torna totem e assim por diante. (DAMO, 2006, p. 52).

Isto explica, em grande medida, o fato de pessoas que originalmente não torcerem para um clube de futebol assistirem os jogos durante a competição – “não por acaso até os avós acompanham a Copa”, observa Damo (2006). Como destacado por Lévi-Strauss, “os homens não agem, enquanto membros de um grupo, de acordo com aquilo que cada um sente como indivíduo: cada homem sente em função da maneira pela qual lhe é permitido comportar-se” (DAMO, 2006, *apud* Lévi-Strauss, 1975, p. 76).

A popularização das Copas do Mundo conta também com ações que ultrapassam (mas não eliminam, pelo contrário) o universo simbólico, como a existência de regras específicas criadas pela FIFA. Por exemplo, as seleções não podem contratar ou utilizar jogadores de nacionalidade diferente – a menos que eles sejam naturalizados – neste caso não podendo, então, voltarem a defender o país de nascimento.

Muito do desenvolvimento da prática futebolística no país se deu em função das mudanças acontecidas no século XIX e início do século XX, entre elas os movimentos migratórios para o Brasil, bem como o movimento de expansão do capital internacional, pela rápida modernização da economia e da própria sociedade brasileira (RIBEIRO, 2003).

Foi nesta época em que houve o fim do trabalho escravo (1888), substituído pela mão de obra dos imigrantes, e o início da República (1889). Tudo isso fez com que uma reestruturação de toda a sociedade fosse necessária – e o futebol acabou chegando justamente neste momento. Como afirma Ribeiro (2003), “desse modo, o desenvolvimento de práticas esportivas em geral passou a ser considerado uma forma de atenuar as tensões políticas. Contudo, ele pondera:

Apesar da intenção disciplinadora, ao longo das três primeiras décadas do século XX, houve pouca intervenção direta no Estado no esporte. É somente a partir do final dos anos vinte, e principalmente nos anos trinta, que se produz um discurso centralizador e se objetiva uma forma mais atuante do Estado em relação as organizações esportivas (RIBEIRO, 2003, p. 4).

Além da proximidade do futebol com o Estado, há também uma que possui lógica mais perversa: a utilização do esporte como arma ideológica a serviço de um governo que se apresentaria como a nação.

Nestes casos (e foram muitos, da Squadra Azurra de Mussolini, em 1938, aos jogadores de Videla, em 1978, sem esquecer a seleção-canarinho de 1970), símbolos nacionais de diferentes ordens se fundem, bandeiras, hinos, cores, gerais, bolas e discursos se tornam uma só metáfora da nação, cada elemento tornado peça em uma unívoca ideologia da superioridade nacional sobre o resto do mundo. O futebol entra como o fiel da balança, o resultado estampado no placar é a prova numérica, quantitativa, irrefutável, da superioridade da Pátria amada, salve, salve, sobre o restante da humanidade. (GASTALDO; GUEDES, 2006, p. 8).

Não só o futebol foi utilizado para a conquista do apoio político junto ao povo durante o século XX. No período, talvez o exemplo mais evidente tenha sido os Jogos Olímpicos de Berlim em 1936, durante o regime nazista (CHAIM, 2014, p.9). No caso do Brasil, entretanto, certamente a modalidade assumiu uma função chave, principalmente no que diz respeito ao governo Costa e Silva e à Copa do Mundo de 1970.

Chaim (2014) cita como exemplo uma reunião entre João Havelange, Paulo Machado de Carvalho, então presidente e vice-presidente da Confederação Brasileira de Desportos (CBD) e o próprio presidente Costa e Silva. Na ocasião, o presidente externou a preocupação com o bom andamento do esporte brasileiro, especificamente com a Copa de 1970. A fala do governante foi replicada na edição de quatro de dezembro de 1968 da *Gazeta Esportiva*:

Eu acho, realmente, que o Brasil não pode perder este campeonato. Temos que dar um jeito, de qualquer forma. Em 1970 o Brasil estará disputando a taça do mundo. Como presidente, gostaria que o povo brasileiro, ainda na minha gestão, festejasse a conquista. Precisamos combinar bem tudo isso, pois afinal de contas em 1970 eu ainda estarei no governo e não vou gostar nada de ter perdido este campeonato.

A publicação do Ato Institucional nº5 acabou sendo uma espécie de divisor de águas na relação entre política e futebol no Brasil, já que aprofundou a relação entre os dois (já existente anteriormente). “O esporte – notadamente o futebol – passou a possuir o papel de ser agente do fortalecimento da identificação dos cidadãos brasileiros com a Nação, e conseqüentemente com os governantes” (CHAIM, 2014, p. 54). Isso não significa, contudo, que o esporte acabou por “alienar” a população brasileira frente aos problemas vividos naquele momento – mas certamente serviu como um calmante temporário para o momento, marcado por intensas ondas de protestos.

A apropriação do futebol pelo Estado brasileiro certamente ajudou a popularizar ainda mais o esporte, mesmo no contexto de uma Ditadura Militar. Exemplo disso é a

música “Pra frente Brasil”, até hoje lembrada como símbolo e hino do tricampeonato – que acabou por coroar a estratégia de autopromoção desenvolvida pela Arena.

Noventa milhões em ação  
Pra frente Brasil  
Do meu coração

Todos juntos vamos  
Pra frente Brasil  
Salve a Seleção

De repente é aquela corrente pra frente  
Parece que todo o Brasil deu a mão  
Todos ligados na mesma emoção  
Tudo é um só coração!

Todos juntos vamos  
Pra frente Brasil, Brasil  
Salve a Seleção

Desta forma, por possuir forte caráter mobilizador e ser parte da cultura e identidade nacional do brasileiro, pode-se afirmar que o futebol foi (e talvez ainda seja) objeto de interesse de governos e políticos (MAGALHÃES, 2011), principalmente em se tratando da seleção. (Magalhães, contudo, observa que “diferente do que é comum pensar-se não são somente regimes autoritários que utilizam o esporte a seu favor, existem também casos de governos democraticamente eleitos que não perderam a oportunidade de se beneficiar com a imagem futebolística”).

Mais do que a identificação de um grupo de torcedores, portanto, o grupo reuniria representantes da nação, e seria confundida, por vezes, como a própria “pátria de chuteiras”. É preciso destacar que, novamente, o fenômeno não é exclusividade brasileira, mas possuiu suas especificidades de acordo com o contexto político e ideológico vivido pelo país.

#### **4. O PAPEL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NO PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DO FUTEBOL NO BRASIL**

Mas por que justamente o futebol foi considerado o carro-chefe do esporte brasileiro e já é, atualmente, uma prática mundializada? Para Gastaldo e Guedes (2006), à luz das ideias de Roberto DaMatta, a prática, além de envolver diversos atores sociais (especialistas ou não), “replica, amplia ou reinventa significados, ideias, valores e crenças plenamente inseridos no processo sociocultural da sociedade ou parte da sociedade que o realiza”.

O surgimento e a consolidação da influência dos meios de comunicação de massa e da própria programação transmissão pelos veículos é uma das razões pelas quais o esporte tanto se popularizou ao redor do planeta. No Brasil, por exemplo, a cobertura da mídia ao esporte é ampla, especialmente nos anos em que há a realização de uma Copa do Mundo. Neste período o foco dos jornais diários se modifica, a estrutura de cobertura é ampliada e a grade de programação de grandes emissoras e de telejornais são alterados.

Exemplo é o Jornal Nacional, o mais antigo e assistido do país (Sousa, 2011). Priscila Andreatta de Sousa (2011) destaca que ele “não apenas adequa seu horário e estrutura em função da competição, mas chega algumas vezes a dedicar ao assunto quase todo seu tempo de duração, como observou Gastaldo (2009), sobre a cobertura da Copa de 1998”. O mesmo foi identificado pela autora em análise posterior, da cobertura da competição realizada em 2006.

Pode-se dizer, portanto, que ao longo dos anos o noticiário se constituiu como referência para a própria cobertura jornalística, além de se tornar um importante ator na sociedade brasileira, lançando luz à representação da própria identidade nacional, como aponta Itania Gomes.

O modo como o JN apresenta seus mediadores, como organiza e distribui as notícias, os recursos técnicos que põe a serviço do jornalismo, os recursos da linguagem televisiva, os formatos de apresentação da notícia, sua relação com as fontes de informação, o texto verbal propõem à sociedade brasileira, ao mesmo tempo, um pacto sobre o papel do jornalismo e uma perspectiva sobre a identidade nacional (GOMES, 2007, p.1).

Ou seja, a alteração (ainda que temporária) de toda a estrutura de um dos jornais mais importantes do país (dado o seu poder de influência e tempo de exibição), é forte indício da atual relevância do esporte (especialmente quando se trata da copa do mundo) para o brasileiro.

A própria espetacularização nas transmissões televisivas do futebol acaba sendo um fator a ser considerado relevante na popularização do esporte – além dos próprios objetivos sabidamente comerciais, de manutenção de audiências e divulgação de determinados produtos. De acordo com Diniz,

A espetacularização dos esportes pela televisão, principalmente o futebol, se faz com o intuito de cada vez mais prender o telespectador nesta ou naquela emissora. São dezenas de câmeras, microfones de captação de som ambiente, replays, tira-teima, comentaristas esportivos, especialistas em arbitragem, convidados especiais, dentre outras atrações para deter o telespectador nas transmissões. Essa guerra tecnológica entre as emissoras acaba seduzindo o telespectador a ficar na comodidade de seu lar, em frente ao seu televisor. (DINIZ, 2008, p. 7).

O poder de penetração da televisão também pode ser considerado para justificar tamanha influência na popularização do futebol. Em 2009, havia mais televisores do que geladeiras nas residências brasileiras, inclusive na zona rural, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) realizada em 2009. Eram 56.043 contra 54.716, em um total de 58.577 domicílios visitados durante a pesquisa; ou seja, a TV estava presente em 95,67% dos lares brasileiros, e a geladeira em 93,4%.

Segundo definição de Luís Carlos Lopes, contemporaneamente ela é “a mais poderosa máquina já inventada para se tentar obter o consenso social voltado para o consumo”, e acrescenta: “a TV está na casa de todos e suas emissões são, para o bem e para o mal, a principal fonte atual de formação e de veiculação da cultura brasileira” (LOPES, 2006, p.3).

À luz das ideias de Dominique Wolton, pode-se dizer que a televisão, além do alto poder de penetração, representaria um “laço social”, contribuindo também para a consolidação de uma identidade nacional.

Em que a televisão constitui um laço social? No fato de que o espectador, ao assistir à televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível. É uma espécie de *common knowledge*, um duplo laço e uma antecipação cruzada. “Assisto a um programa e sei que outra pessoa o assiste também, e também sabe que eu estou assistindo a ele”. Trata-se, portanto, de uma espécie de laço especular e silencioso. (SILVEIRA, 2010, p. 39 *apud* WOLTON, 1996, p.124)

## 5. O PAPEL DA SELEÇÃO BRASILEIRA

Tendo sido definida a importância do futebol como um dos cenários de manifestação da identidade brasileira (surgindo, por vezes, a partir de visões estereotípicas),

bem como seu papel e potencial de multiplicador de visões sobre o povo do Brasil, é necessário se considerar especificamente (ainda que brevemente) a Seleção brasileira. Historicamente ela é um importante fator de integração do país – tendo sido utilizada, inclusive, para fins políticos, como já apresentado.

Desta forma, é fato inegável sua importância para o estabelecimento e consolidação de um imaginário sobre a identidade do brasileiro. Roberto DaMatta (1997), inclusive, destaca este papel do futebol e da Seleção, e reitera que assim a sociedade poderia mudar suas percepções, e ver o país (e o próprio povo) como motivo de orgulho. O brasileiro poderia modificar (considerando aí a participação da veiculação midiática), assim, o discurso que faz de si mesmo.

Bianca Alvin Silveira (2010), ao pesquisar as veiculações do Jornal Nacional sobre a Seleção brasileira, confirmou a hipótese de que a cobertura da mídia seria vinculada a um conjunto de características usualmente atribuídas aos brasileiros. Dentro de campo, os jogadores representariam a encarnação dos estereótipos da brasilidade, e a cobertura acabou se utilizando e, como consequência, realimentando ainda mais essa visão. “Essa cobertura se constituiu numa ilustração de como o discurso das identidades nacionais projeta-se como algo natural e essencial, não como mera construção simbólica (apesar de efetivamente assim o ser)” (SILVEIRA, 2010, p. 145).

Silveira destaca ainda que a mistura das três raças, considerada como uma característica inegável da brasilidade por autores como Gilberto Freyre, foi diretamente relacionada com a maneira brasileira de jogar – visão que não é nova (pelo contrário, já foi utilizada ainda no início do século XX para descrever o futebol nacional). Desta forma, considera a autora, o discurso da democracia racial no futebol ainda persiste, décadas após sua formulação, como elemento importante para reiterar a narrativa da integração nacional, principalmente quando consideramos a Seleção.

Na visão de Silveira, “diante da necessidade de ofertar discursos facilmente identificáveis e assimiláveis, reforça-se a narrativa da ‘Pátria de Chuteiras’: a Seleção é o objeto no qual o Brasil ainda corporifica a visão essencialista do que é, supostamente, o ser brasileiro” (SILVEIRA, 2010, p. 147).

Contudo, o problema de evidenciar determinadas características estereotípicas do povo brasileiro em detrimento de outras é, segundo Silveira, restringir a visão do que é o

Brasil. Foca-se na alegria, na malandragem, no herói, no malicioso, no cordial e no alegre<sup>4</sup>, no mulatismo decorrente da mistura de negros, índios e brancos, ao mesmo tempo em que se exalta a ginga dos negros, mas sem que outros elementos (talvez ainda mais representativos) surjam no campo ou nas coberturas jornalísticas. Silveira vai além, e lembra também que a construção de determinada imagem ou exaltação de determinadas características podem ter sido inventadas, mas produzindo efeitos como se reais fossem, na medida em que *pareceriam* reais<sup>5</sup>.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho buscou levantar algumas maneiras pelas quais o futebol foi alçado a sinônimo de brasilidade. Da elitização da prática à participação do “verdadeiro” brasileiro (segundo as visões estereotípicas) em campo, fruto da mestiçagem entre negros, índios e brancos europeus, muito se passou<sup>6</sup>. Outrora visto como um “intruso” na cultura brasileira, que já convivia com outras práticas esportivas, a prática já se tornou símbolo da identidade nacional, junto com o samba e outras manifestações culturais, como o carnaval.

A própria aproximação do Estado com a modalidade, criando a ideia da “pátria de chuteiras” – do campo como extensão do território nacional, como zona de combate entre nações –, contribuiu para a disseminação do esporte por meio da identificação emocional, da paixão, mas também pelo nacionalismo trazido à tona pela Seleção brasileira. Mais do que onze jogadores, os atletas em campo representariam parte essencial da própria nação. E não é a toa que é prática comum o recebimento dos atletas, quando vitoriosos, pelos presidentes da República do Brasil, com cerimônias formais permeadas por cumprimentos e discursos.

Seja analisando fatores históricos, o uso político ou, mais recentemente, a evolução e maior desenvolvimento dos meios de comunicação de massa no Brasil, fato é que o futebol merece ser estudado enquanto reflexo social – principalmente durante a realização da Copa do Mundo, campeonato de alcance mundial durante a qual o ufanismo fica ainda

---

<sup>4</sup> Bianca Alvin Silveira destaca que, durante a cobertura do Jornal Nacional no período analisado, Robinho seria o modelo “ideal” de brasilidade. A alegria, habilidade, criatividade e descontração se manifestariam no “futebol-arte” dos brasileiros, segundo a autora.

<sup>5</sup> Maquiavel, na obra “O Príncipe”, já considerava a importância do *parecer ser*, no lugar do *ser*. A comunicação teria papel central nesse processo, segundo “A Sociedade do Espetáculo”, de Guy Debord.

<sup>6</sup> Neste contexto é inevitável considerarmos a obra “O Negro no Futebol Brasileiro” (1947), do jornalista Mário Rodrigues Filho, e o texto “Football Mulato” (1938), do antropólogo Gilberto Freyre, como referências na origem das construções sobre a brasilidade.

mais projetado na sociedade. Na competição de 2014, por exemplo, não raras eram as manchetes de portais, jornais e revistas comparando a eliminação do Brasil pela Alemanha, com um placar de 7 x 1, como uma humilhação nacional. De heróis, os jogadores ali presentes passaram a vilões, cujo carrasco foi o próprio treinador, Luiz Felipe Scolari.

Pode-se dizer, então, que o trabalho atua apenas como uma breve e superficial orientação das nuances que ainda podem (e devem) ser analisadas em profundidade, tendo em vista o potencial agregador e a relevância social, política e econômica da modalidade.

## 7. REFERÊNCIAS

CHAIM, Aníbal Renan Martinot. **A bola e o chumbo: futebol e política nos anos de chumbo da ditadura militar brasileira**. São Paulo, USP, 2014.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis** – para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DINIZ, Rafael Carlos. **A relação entre o futebol brasileiro e os meios de comunicação**. Revista Digital EF Deportes, Buenos Aires, 2008.

MAGALHÃES, Livia Gonçalves. **Futebol em tempos de ditadura civil-militar**. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História, São Paulo, 2011.

FREYRE, Gilberto. **Sociologia**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1945, p. 432.

GASTALDO, Edison Luis; GUEDES, Simoni Lahud. **De pátrias e de chuteiras**. In \_\_\_\_\_. (Orgs.) **Nações em Campo: Copa do Mundo e identidade nacional**. Niterói: Intertexto, 2006.

GOMES, Itania Maria Mota. **Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão**. 2007.

GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol – dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões**. São Paulo: Nova Alexandria, 1999.

LOPES, Luís Carlos. **A TV aberta brasileira: economia política, cultura e comunicação**. Rio de Janeiro, UNIrevista - Vol. 1, nº 3, julho de 2006.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. 2ª ed. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

RIBEIRO, Luís Carlos. **Futebol e identidade nacional**. Revista Digital EF Deportes, Buenos Aires, janeiro de 2003.

SILVEIRA, Bianca Alvin de Andrade. **A materialização midiática da brasilidade: a cobertura do Jornal Nacional sobre a seleção de futebol e a narrativa da identidade brasileira**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, Juiz de Fora, 2010.

SOUSA, Priscilla Andreato. **A pátria em chuteiras no Jornal Nacional: decifrando o discurso sobre futebol como símbolo da identidade nacional**. Anais: Seminário Internacional “Análise de telejornalismo: desafios teórico-metodológicos”. Salvador, 2011.