

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO PROFESSOR MARIANO DA SILVA NETO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)

MARIA DO SOCORRO DE SOUSA CRUZ

**IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA CONSTRUÍDA NAS REVISTAS
CARTACAPITAL E VEJA DURANTE A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL 2014**

TERESINA
2016

MARIA DO SOCORRO DE SOUSA CRUZ

**IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA CONSTRUÍDA NAS REVISTAS
CARTACAPITAL E VEJA DURANTE A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL 2014**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI) como requisito para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Fortes Said

TERESINA
2016

MARIA DO SOCORRO DE SOUSA CRUZ

**IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA CONSTRUÍDA NAS REVISTAS
CARTACAPITAL E VEJA DURANTE A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL 2014**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI) como requisito para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Dissertação aprovada em: ___ / ___ / _____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Gustavo Fortes Said – UFPI
Presidente

Profa. Dra. Dacia Ibiapina da Silva - UnB
Examinadora Externa

Profa. Dra. Monalisa Pontes Xavier – UFPI
Examinadora Interna

AGRADECIMENTO

Agradeço, em especial, a Deus, meu companheiro fiel de todas as horas, sempre presente na minha vida e responsável por me conduzir nessa trajetória acadêmica. O meu sentimento de gratidão é imenso pelo amor que sempre recebi do Senhor. Não tenho palavras para defini-lo diante de tantas graças recebidas vindas do poder de Deus, com a intercessão de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, a quem eu tenho uma grande devoção. Conseguir chegar a esse momento, planejado e sonhado há décadas, realmente, é um presente de Deus.

Agradeço, também, a minha família, em especial a meus pais – Mamédio Neto e Maria Creuza - por tudo o que proporcionaram na minha vida; aos meus irmãos – Demerval Cruz, Francival Cruz, Lourival Cruz, Edival Cruz e Mamédio Filho – cuidadosos e sempre atentos ao meu desempenho acadêmico; aos meus sobrinhos, que tanto torcem por mim – representados pela Kyria Jayanne Cruz – a qual divide comigo as suas experiências acadêmicas; ao meu namorado – José Reinaldo – pelo amor e compreensão nos momentos difíceis; e aos demais membros da minha família que tanto me incentivaram a buscar meus objetivos.

Também seria impossível concluir esse trabalho sem a colaboração do meu orientador, professor Dr. Gustavo Fortes Said, a quem tenho muito apreço. Agradeço pela paciência, atenção e por me passar seus conhecimentos e suas experiências. Sempre serei grata pelas suas contribuições que me proporcionaram grande experiência acadêmica.

Os meus sinceros agradecimentos à professora Dra. Monalisa Pontes Xavier, que ao longo do mestrado se tornou minha co-orientadora. Obrigada, professora, pela sua disponibilidade, suas considerações foram fundamentais para a minha pesquisa. Foram muitos aprendizados, pois a cada conversa consegui adquirir um pouco da sua experiência.

Ao professor Paulo Fernando, sempre atencioso à minha pessoa. Obrigada, professor, por ter me oportunizado a fazer parte do seu grupo de estudo, por meio do qual eu consegui dá os primeiros passos para participar da seleção do mestrado em Comunicação. Os seus ensinamentos colaboraram com a minha aprovação no mestrado. Obrigada pela preocupação, pelas dicas de leitura que foram importantes para ampliar os meus conhecimentos.

Ao professor Dr. Orlando Berti e a professora Dra. Ana Maria Rodrigues, pelos ensinamentos e disponibilidade de colaborar com meus estudos. Agradeço, também, aos demais professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, os quais foram fundamentais para o meu aprendizado no mestrado. À

professora Dra. Dacia Ibiapina Silva, por aceitar o convite de compor a banca de defesa da minha dissertação.

Não poderia deixar de citar a importância dos amigos, representados pelo Fábio Soares, a quem devo meus sinceros agradecimentos pela atenção, incentivo e colaboração; a Érica Maciel Paz, Eugênia Ribeiro, Ana Karinne Vale e Lindalva Miranda, que sempre acreditaram comigo na possibilidade de conquistar o sonho de me tornar mestre em Comunicação. O incentivo de todos vocês e dos demais amigos foi essencial para que eu buscasse esse sonho.

Agradeço, também, aos meus amigos de turma do mestrado, em especial Thamyres Sousa e Caroline Reis. Saibam que a colaboração e a companhia de vocês foram importantes para conseguir superar as dificuldades, assim como nas conquistas alcançadas.

Agradeço a Angélica Paz, pelo carinho precioso de mãe e por ter contribuído com a doação das principais revistas utilizadas por mim na minha pesquisa.

Por fim, agradeço ao Capes pelo recurso disponibilizado durante o mestrado. Essa ajuda financeira contribuiu decisivamente para com as minhas pesquisas acadêmicas.

RESUMO

O futebol chegou ao Brasil no começo do século XIX e se popularizou entre mestiços, pobres e excluídos da população. Em meados dos anos de 1920, apresentou-se como um fenômeno sociocultural no país. Diante da sua importância, enquanto elemento de forte identificação com o projeto de nação, o futebol tornou-se um instrumento propagador dos anseios nacionais. Nesse sentido, a seleção brasileira passou a ser a legítima representante do país - a chamada “pátria de chuteiras”, termo criado pelo jornalista Nelson Rodrigues que caracterizava a relação identitária entre a seleção e a nação brasileira. A celebração do sentimento de pertença em torno da seleção nacional se dá, sobretudo, em épocas de Copa do Mundo, competição futebolística que acontece a cada quatro anos. Contudo, diante das nuances históricas e políticas que envolveram o futebol brasileiro em ambientes de descontentamento, como as Jornadas de Junho, que ocorreram durante a Copa das Confederações, em 2013 e na Copa do Mundo de Futebol de 2014, suscitaram-se debates acerca do modelo de identidade nacional brasileira relacionado ao futebol. O objetivo dessa investigação foi analisar as narrativas midiáticas nas revistas CartaCapital e Veja em torno dos protestos das Jornadas de Junho, ocorridas durante a Copa das Confederações em 2013 e na Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as suas referências lançadas na construção da identidade nacional com base no futebol. O objeto de estudo foram os conteúdos jornalísticos (reportagens, editoriais, textos de colunas, fotografias e legendas) relacionados aos destaques e chamadas de capa das revistas estudadas, referentes aos dois eventos futebolísticos, publicados no período de junho de 2013 a julho de 2014. O método de investigação utilizado foi a Análise de Conteúdo Categrorial proposto por Bardin (2011). No primeiro momento da pesquisa, foram selecionadas 24 edições das revistas, sendo 15 da Veja e nove da CartaCapital. Nessas edições foram encontradas 58 matérias relacionadas à Copa das Confederações de 2013 e a Copa do Mundo de Futebol de 2014, sendo 39 da Veja e 19 da CartaCapital. No segundo momento, identificou-se as temáticas mais predominantes nas 58 matérias encontradas sobre a identidade nacional brasileira relacionada ao futebol. Essas matérias foram quantificadas, analisadas, definidas em categorias e interpretadas. Tomando como parâmetro a frequência e o critério de similaridade, foram identificadas as categorias: *Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa, dois Países?; Dicotomia Identitária: O Adeus à Pátria de Chuteiras?; Falência do Futebol-Arte e Ausência de Craques?; Cordialidade Social: Para Além do Campo?; Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?* Diante da análise dessas categorias, conclui-se que as revistas CartaCapital e Veja revelam que, embora o futebol seja elemento constituinte da identidade nacional brasileira, já não apresenta caráter unificador da nação e de representação do país. Os periódicos apontam a perda de vínculo e de interesse do brasileiro pela seleção de futebol.

Palavras-chave: Futebol. Identidade. Identidade Nacional. Copa do Mundo. Mídiação.

ABSTRACT

Football, an elitist practice that arrived in Brazil in the early nineteenth century and became popular among people with mixed race, poor people and excluded population. In the mid 1920s, it presented itself as a social – cultural phenomenon in the country. Because of its importance as an element of strong identification with the project of the nation, football has become a disseminator instrument of national aspirations. In this sense, the Brazilian Team became the authentic representative of the country the so-called “football boots homeland”, the expression coined by the journalist Nelson Rodrigues that characterized the identity relationship between the selection and the Brazilian Nation. The celebration of the sense of belonging around the national team takes place specially in World Cup season, football competition which happens every four years. However, the historical and political overtones involving the Brazilian football in a discontent environment such as the Day of June which occurred during the Confederations Cup in 2013 and the Football World Cup 2014, raised discussions about the Brazilian national identity model related to football. The purpose of this research was to analyze how CartaCapital and Veja magazines built the Brazilian national identity during the Confederations Cup 2013 and the Soccer World Cup in 2014. The object of this study were the journalistic content (articles, editorials, columns of text, photos and captions), related to highlights and cover stories of magazines about the two events, published between June 2013 and July 2014. The research method used was the Content Analysis Categorical proposed by Bardin (2011). In the first part of the survey, 24 editions of the magazines were selected, 15 of Veja and nine of CartaCapital. In these issues were found 58 articles related to Confederations Cup 2013 and the Soccer World Cup 2014, 39 of Veja and 19 of CartaCapital. In the second phase, we identify the most prevalent themes in the 58 articles found on the Brazilian national identity related to football. These materials were quantified, analyzed, defined in categories and interpreted. Taking as parameter the frequency and similarity criterion the categories were identified: *Football and Social Contradictions: A Cup, two countries?; Identity dichotomy? ; Bankruptcy of the football-art and absence of axes? ; Social Warmth; Beyond the Field: Football and Politics: Na Ideological Instrument?* After analyzing these categories, we conclude that the two magazines show that, although football remains as a constituent element of the Brazilian national identity, no longer presents unifying character of the nation and the country representation. Newspapers paint the loss of bond and interest in the football team.

Keywords: Football. National Identity. WorldCup. Media. Media Coverage.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Copa Futebol e Política.....	57
Figura 2: O Novo País do Futebol.....	58
Figura 3: O Paradoxo do Moleque no País do Futebol	60
Figura 4: Craquelândia	64
Figura 5: Pobres Meninos Ricos.....	65
Figura 6: O Time dos Senões	68
Figura 7: Cidade Partida.....	71
Figura 8: Os Sete Dias que Mudaram o Brasil	74
Figura 9: Os Sete Dias que Mudaram o Brasil.....	74
Figura 10: A Escola Brasileira/Quem vai Driblar <i>os Black Blocks</i> ?	76
Figura 11: Sem Direitos Não Vai Ter Copa	77
Figura 12: As Ameaças à Copa	78
Figura 13: Adeus à Pátria de Chuteiras	81
Figura 14: O Hino, as Vaias e Neymar.....	84
Figura 15: O Jogo das Caneladas	85
Figura 16: Vai Sobrar para Ela?	86
Figura 17: O Bom e o Mau Humor	87
Figura 18: Os Bons Ares do Brasil.....	89
Figura 19: Milhões de Vitoriosos.....	91

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 IDENTIDADE NACIONAL	17
2.1 IDENTIDADE.....	17
2.2 IDENTIDADE NACIONAL E CULTURA BRASILEIRA	20
2.3 FUTEBOL E IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA.....	22
2.4 IDENTIDADE NACIONAL, MÍDIA, MEMÓRIA E COPA DO MUNDO DE 2014	27
3 COPA DE FUTEBOL 2014 E IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA	33
3.1 COPA DAS CONFEDERAÇÕES E IDENTIDADE NACIONAL	33
3.2 JORNADAS DE JUNHO E OS PROTESTOS CONTRA A COPA DO MUNDO DE 2014	34
3.3 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A COPA DE 2014	37
4 PERCURSO METODOLÓGICO	41
4.1 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS DA INVESTIGAÇÃO	41
4.1.1 Natureza da Pesquisa	41
4.1.2 Métodos e Técnicas Empregados no Estudo	42
4.1.3 Corpus de Análise.....	47
5 ANÁLISE DAS REVISTAS CARTACAPITAL E VEJA	52
5.1 CATEGORIAS IDENTIFICADAS	52
5.1.1 Dicotomia Identitária: O Adeus à Pátria de Chuteira?	52
5.1.2 Futebol-Arte: Falência e Ausência de Craques?	59
5.1.3 Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa, dois Países?	69
5.1.4 Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?	79
5.1.5 Cordialidade Social: Para Além do Campo?	88
CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
REFERÊNCIAS	102
ANEXOS	104

1 INTRODUÇÃO

O futebol chegou ao Brasil no começo do século XIX por meio de Charles Miller, descendente de ingleses que difundiu a prática da modalidade entre a elite burguesa do país. À época, não se imaginava que esse esporte poderia ganhar dimensão em terras brasileiras, sobretudo se fosse concretizado o que defendia o escritor Graciliano Ramos: “o futebol não pega, tenha certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra de espinhos” (MASCARENHAS, 2014, p.24). Contudo, ao longo dos anos, o futebol despertou interesse dos brasileiros e, progressivamente, foi sendo difundido em todos os extratos sociais.

Na década de 1920, o futebol já mobilizava a sociedade por meio de campeonatos e torneios promovidos por clubes e ligas da classe alta. Por outro lado, jovens da periferia das grandes cidades jogavam futebol nas escolas, nas fábricas e nos campos de várzeas, onde aglomeravam-se as classes mais pobres. Essa popularização do futebol no Brasil ocorreu em um momento de transformação do país, provocada pela industrialização e a urbanização, fenômenos que contribuíram com o processo de migração do campo para as cidades.

Nesse ambiente, a prática esportiva, sobretudo o futebol, passou a ter um papel preponderante nas relações pessoais e interpessoais. Como destaca Giulianotti (2002):

O futebol é uma das grandes instituições culturais como a educação e os meios de comunicação de massa, que formam e consolidam identidades nacionais no mundo inteiro. A difusão internacional do futebol durante o final do século XIX ocorreu quando a maior parte das nações na Europa e na América Latina estava negociando suas fronteiras e formulando suas identidades culturais. Grandes e pequenas cidades estavam em construção, para serem ocupadas por novos cidadãos provenientes das áreas rurais ou do exterior. Os processos característicos da modernização (industrialização, urbanização e migração) desoveredavam os velhos laços sociais e culturais das comunidades rurais. As nações modernas requeriam a descobertas de novos caminhos de unificação de povos fundamentalmente diferentes em uma comunidade imaginada (GIULIANOTTI, 2002, p. 42).

No novo cenário urbano e industrial, o futebol no Brasil passou a ser visto como atividade de progresso, modernidade, representação simbólica e identificação. O futebol se tornou a preferência no Brasil, desde a classe operária aos intelectuais da época. Esse esporte se expandiu ao ponto de se transformar em elemento de integração e definição da brasilidade, sobretudo a partir dos anos de 1930, quando o profissionalismo substituiu o amadorismo e fortaleceu o futebol como atividade central de sentimento nacional. Em 1933, quando foi instituído o profissionalismo, a imprensa esportiva brasileira começa a apresentar sinais de maior valorização do esporte. O jornalista Mário Filho intensificou a cobertura sobre futebol, principalmente no Rio de Janeiro, proporcionando uma maior mobilização das torcidas e das

escolas de samba em torno desse esporte. Nesse contexto, Da Silva; Santos (2006, p.30) destacam o papel desempenhado por Mário Filho na divulgação de notícias de esporte:

Com o seu próprio suplemento, o *Jornal dos Sports*, Mário Filho consegue galvanizar em torno do futebol não mais o mero resultado das rodadas do esporte. Bem mais que isso, cria toda uma vida em torno do futebol. Escreve um livro sobre o papel do negro no futebol brasileiro, enfim, torna-se no país um dos mais importantes estimuladores entre o futebol, coletividades populares e a forte ideia, para muitos mítica, de uma identidade nacional a partir da fusão étnica.

A presença de negros e mulatos no futebol foi fundamental para torná-lo um fenômeno sociocultural no país de forte identificação com a nação. Negros como Leônidas da Silva, Domingos da Guia, Pelé e Garrincha brilharam nos gramados pelo mundo afora e se tornaram ídolos e referências nacionais desse esporte, antes destinado apenas à elite brasileira. Esse papel do negro na formação da identidade brasileira está relacionado com a própria história do Brasil. Maranhão (2011, p.4) sintetiza essa relação ao destacar que:

A identidade brasileira foi construída sobre a base de uma série de trocas simbólicas em que um dos principais protagonistas foi o mulato/negro de origem africana. Em um curto espaço de tempo a figura do negro afro-brasileiro surge a partir da humilhação contínua (que lida com a escravidão, perseguições, torturas, marginalização social, etc.) para ocupar um espaço diferente no folclore e na cultura popular da nação. E as manifestações lúdico-festivas como o Samba, o Carnaval e o Futebol, constituíram o espaço privilegiado para realizar essa transformação, ou invenção.

O mulato, símbolo da brasilidade, mediava essas relações de conflitos, os quais estão ligados ao aspecto social do futebol e à construção da identidade nacional. Como aponta Da Silva; Santos (2006, p.188), o futebol “esporte-rei insere-se na sociedade brasileira, não apenas como uma instituição social, mas também política, econômica e, sobretudo cultural no que se refere a uma identificação com a nossa brasilidade”. É nessa perspectiva que o sociólogo Roberto DaMatta observa o futebol enquanto elemento cultural presente na sociedade brasileira. DaMatta considera que o futebol seja o caminho para entender o Brasil. Apresenta esse esporte como um lugar democrático, de justiça social, que privilegia as relações sociais e se torna produtor de identidade nacional. Assim como o carnaval, o futebol se tornou presente na busca do entendimento do que é ser brasileiro (DAMATTA, 1982).

Quando eu defini o “brasileiro” como sendo um amante do futebol, da música, do carnaval, da comida misturada, dos amigos e parentes, dos santos e orixás, usei uma fórmula que me foi fornecida pelo Brasil. Isso nos indica que é a sociedade que nos dá a fórmula pelo qual traçamos esses perfis e com ela fazemos desenhos mais ou menos exatos. Tudo isso nos leva a descobrir que existem dois modos básicos de construir a identidade brasileira: o de fazer o Brasil, Brasil (DAMATTA, 1986, p. 18).

O historiador Gilberto Freyre busca uma definição do brasileiro e apresenta a mestiçagem como base da construção identitária relacionada ao futebol. Freyre defende que o brasileiro é identificado pelo futebol-arte, que se constitui com a ginga, jogo de cintura, criatividade, bravura, improviso e espontaneidade, características próprias do brasileiro. A ginga, a miscigenação, assim como a capoeiragem e o samba, são habilidades inerentes ao brasileiro e fazem parte desse processo histórico do país e de sua formação identitária.

Essa relação da miscigenação com o futebol e a brasilidade é sintetizada nos pensamentos de Maranhão (2011, p.5):

Antes vista como degenerativa e causa dos grandes males comuns, a mestiçagem passa a ser interpretada como um processo positivo em torno de brasileiros que inventam uma nova tradição, a sua própria identidade. Freyre construiu o seu discurso como um processo de pesquisa e preservação da "autenticidade do povo brasileiro" renunciando ao unilateral pensamento europeu e enfatizando a importância de transformar os elementos lúdicos ao atuar onde os indivíduos apresentam suas paixões mais abertamente. Por esse motivo, ele foi o principal responsável pela construção de uma "ideologia racial mista" através da qual se constitui o "jeitinho brasileiro de ser" (brasilidade), que pode ser controlada em sua ativa participação no âmbito do futebol.

Diante desse contexto em que o estilo de jogar futebol passa a ser a expressão que define a singularidade do brasileiro, é importante salientar que, a seleção nacional se tornou a legítima representante do país, ou mesmo a “pátria de chuteira”, termo do jornalista Nelson Rodrigues que definiu a relação identitária entre a seleção de futebol e a nação brasileira. A seleção nacional tornou-se um meio de unificação da nação, ou mesmo como define Bitencourt (2009, p. 181), um “espaço no qual nossa identidade vai ser debatida, inventada e construída. A seleção é a representação de nossas representações sobre nós mesmos”.

Essa representatividade da seleção brasileira junto à nação é evidenciada, sobretudo em épocas de Copas do Mundo, momento importante de celebração dos sentimentos de amor à pátria. Durante a Copa, os brasileiros, representados pela seleção, vestem as cores do país numa demonstração de nacionalismo e patriotismo (GUTERMAN, 2006).

Contudo, as nuances históricas e políticas que envolveram o futebol brasileiro nos últimos anos, têm refletido nessa relação identitária. O futebol brasileiro vive uma crise que se instalou ainda nos anos de 1970, provocada por fatores como instabilidade financeira dos clubes, exportação de jogadores, queda de público e violência nos estádios. A crise continua, sobretudo relacionada aos escândalos de corrupção envolvendo a Federação Internacional de Futebol (FIFA) e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Ex-presidentes da CBF, como Ricardo Teixeira e José Maria Marin, foram inclusos nos processos criminais relacionados à

fraude, lavagem de dinheiro e recebimento de propina direcionada à comercialização e marketing de eventos esportivos.

Esses escândalos de corrupção e, conseqüentemente, o descrédito dessas instituições que controlam o futebol no mundo e no Brasil, refletem e repercutem no futebol enquanto lugar de referencial do povo brasileiro e de constituição de uma representação social.

Nesse sentido, a Copa das Confederações de 2013 e a Copa de 2014, ambas realizadas no Brasil, suscitaram debates acerca do modelo de identidade nacional brasileira relacionada ao futebol. O momento sócio-histórico e político do Brasil, naquele período, foram marcados por um cenário de instabilidade, em que a sociedade reivindicava políticas públicas universais. Jovens protestavam nas ruas durante as Jornadas de Junho de 2013 com discursos direcionados, justamente, às questões políticas e sociais do país, tendo como foco o Movimento do Passe Livre (MPL), que lutava contra o aumento da tarifa do transporte público.

Durante os protestos, a demanda de reivindicação se ampliou às questões relativas à saúde e educação e às críticas contra a realização da Copa do Mundo no Brasil, em 2014. Esse movimento conseguiu mobilizar, nos meses de junho e julho de 2013, um total de 354 cidades do país, dentre elas as principais capitais como São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Brasília. O maior ato ocorreu no dia 17 de junho, quando 28 cidades de 12 Estados aderiram aos protestos. No Rio de Janeiro reuniram cerca de 100 mil pessoas; em São Paulo participaram 65 mil manifestantes; além de Vitória, Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba, que reuniram em torno de 60 mil pessoas, no total. A abertura da Copa das Confederações, em Brasília, também foi marcada por esses atos de protestos, estendidos às cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Fortaleza. Nas duas semanas de jogos desse torneio de futebol, cerca de 860 mil pessoas participaram do protesto (PUJOL; ROCHA; SAMPAIO, 2014).

Essas dissonâncias em torno da realização da Copa do Mundo no Brasil ocorreram, principalmente, em função dos investimentos do dinheiro público para o Mundial no país, sobretudo para a construção dos estádios e obras de mobilidade urbana. Dados do próprio governo federal revelam que foram aplicados R\$ 25,6 bilhões nas obras de estádios e de infraestrutura das 12 cidades-sedes do Mundial no Brasil. Desse total, 83,6% dos recursos saíram dos cofres públicos e apenas 4,2 bilhões de reais da iniciativa privada.

Os protestos continuaram em 2014 - embora numa menor proporção - e provocaram clima de descontentamento em relação à Copa do Mundo no Brasil. A revolta era exposta por meio de cartazes que traziam os dizeres, a exemplo: “Se não tiver direitos não vai ter Copa e “Copa pra Quem? ”. Esses fatos reforçaram o efeito de um Brasil caracterizado por graves

problemas sociais que se sobrepõem ao futebol. Nessa perspectiva, as manifestações, em meio à Copa das Confederações e mesmo com menor expressão no Mundial de 2014, colocaram em questão o “consenso” sobre uma identidade nacional brasileira alicerçada no futebol.

Como destaca Almeida (2014, p.88), na Copa do Mundo de 2014,

O país aproveitou a chance de estar em uma vitrine para mostrar que não quer mais ser reconhecido apenas pelo futebol, carnaval, festa, pobreza e corrupção política. Quer ser visto e reconhecido como um país do presente, sério, com educação, saúde e infraestrutura de qualidade. Um país com menos problemas e contrastes sociais.

Esse cenário de mudanças em relação à problemática social, tomando como base dois momentos importantes - a Copa das Confederações e a Copa do Mundo de 2014 -, provocou discussões sobre a identidade nacional brasileira. Durante esses dois eventos, o simbolismo do futebol, que uniu o brasileiro em torno de um projeto de nação, tornou-se alvo de críticas. A própria nação brasileira foi às ruas questionar a importância dos torneios. O país, cuja identidade se confunde com o futebol, proporcionou uma intensa mobilização contra a Copa.

Como destaca Said (2014, p.8), durante as Jornadas de Junho e na Copa do Mundo de 2014, já foi possível perceber o sentimento conflitivo de celebração e crítica em relação à realização desses torneios futebolísticos.

O Brasil é uma nação inter e multicultural e, mais ainda, uma nação que hoje é composta de extratos sociais diversificados que assumem diferentes atitudes e opiniões com relação à realização da Copa do Mundo no Brasil. Em suma, parece que está claro que os brasileiros se dividem - e também se integram - quando o assunto é a Copa do Mundo. Esse espectro sócio-simbólico está claro se lançarmos nosso olhar para as ruas do país, desde junho de 2013, tomada por manifestantes que expressavam os mais diversos, distintos e às vezes discordantes pontos-de-vista sobre a realidade nacional.

A dissociação do futebol como representação oficial do país foi vista em diversos momentos nas ruas durante as manifestações e em cartazes grafados com frase como: “Futebol que nada, acabou a palhaçada” e “Meu partido é um coração partido”. Percebe-se que o esperado envolvimento em torno da Copa, a qual era aguardada pelos brasileiros desde 1950, quando o país sediou pela primeira vez esse torneio, evidenciou contradições no Brasil, conhecido, mundialmente, como país do futebol. Os atos de protestos possibilitaram reflexões sobre o futebol, enquanto símbolo identitário do país, e sua transformação nos dias atuais.

O cenário em torno da Copa das Confederações de 2013 e da Copa de 2014 foi construído a partir de dois sentimentos. De um lado, aquela sensível às políticas públicas do país e, de outro, o da exaltação do sentimento patriótico presente no futebol. Diante disso, surgiram novos questionamentos: como foi construída a imagem do Brasil, considerado o país

do futebol, em um cenário turbulento causado pelas manifestações contra os investimentos públicos da Copa? A identidade nacional brasileira, em relação ao futebol, é a mesma quando da construção do projeto de nação? O futebol é a maior representação simbólica do país?

Assim, esta investigação propõe questionar se o futebol, considerado elemento sintetizador da cultura nacional, ainda possui valor singular na formação da identidade nacional brasileira. O objetivo dessa investigação foi analisar as narrativas midiáticas construídas nas revistas CartaCapital e Veja em torno dos protestos das Jornadas de Junho, ocorridas durante a Copa das Confederações em 2013 e da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as suas referências lançadas na construção da identidade nacional com base no futebol.

Propõe-se como objetivos específicos dessa pesquisa: identificar o que as revistas CartaCapital e Veja trazem sobre os movimentos contra a Copa do Mundo de 2014; analisar como esses periódicos construíram nos seus textos jornalísticos – relacionados à Copa das Confederações de 2013 e a Copa do Mundo de 2014 – referentes de identificação do país com base no futebol; analisar e categorizar os tipos identitários identificados no material jornalístico das revistas estudadas e relacionadas à Copa das Confederações em 2013 e ao Mundial de 2014.

No sentido de buscar respostas para essas indagações, enfatiza-se a relevância do papel da mídia na construção de narrativas, sobretudo as relacionadas à seleção brasileira de futebol como símbolo da nação. Nesse sentido, o rádio foi um dos primeiros meios de comunicação a cumprir com esse papel de tornar a seleção brasileira a legítima representante da nação. Em 1938, no Mundial da França, as narrações radiofônicas já exaltavam essa relação identitária. Conforme contextualiza Guerra (2012, p.19), naquele momento,

A seleção brasileira começava a representar a pátria, e o futebol era uma robusta manifestação de brasilidade. A união desses dois fenômenos da história brasileira – o futebol que mobilizava a massa de brasileiro cada vez mais urbano, e o rádio que cumpria o papel de levar a essa massa todo tipo de informação e entretenimento ao vivo e com emoção.

A aproximação entre o rádio e futebol, na década de 1930, foi usada por Getúlio Vargas, então presidente do Brasil, para fortalecer a ideia de nacionalismo. Em edições de Copas do Mundo, como as 1950 e 1970, a presença da televisão também contribuiu para criar significados e afirmar a condição do futebol como símbolo principal da nação brasileira. A conquista do título de tricampeão mundial pelo Brasil, em 1970, no México, foi um dos momentos em que o discurso midiático enalteceu a identificação da nação brasileira com o futebol.

Assim, percebe-se a importância de analisar e pesquisar o papel dos meios de comunicação para compreender como são feitas as narrativas midiáticas relacionadas à construção da identidade nacional brasileira. Como assegura Becker (2011, p. 4):

Identificamos que os papéis da mídia e do jornalismo são cada vez mais relevantes na significação e compreensão do mundo modelado por palavras e imagens. Essas construções de sentidos são questionadas por muitos pesquisadores que contribuem para uma percepção mais ampla desses processos em suas investigações, independentemente dos suportes e das linguagens utilizadas no tratamento da informação jornalística.

A pesquisa optou por analisar os conteúdos das narrativas midiáticas construídas nas revistas CartaCapital e Veja, em relação às referências identitárias relacionadas ao futebol durante a Copa das Confederações de 2013 e na Copa do Mundo de Futebol de 2014. Nossas hipóteses partem do pressuposto de que as narrativas jornalísticas dessas revistas estudadas colocaram em xeque o modelo de identidade nacional brasileira baseada no futebol. A perspectiva é de que as narrativas evidenciam sinais de mudanças nas representações simbólicas da nação brasileira, sobretudo relacionada ao futebol como elemento identitário.

A justificativa para a escolha dessa pesquisa se dá pelo fato de o Brasil, país que tem no futebol uma fonte identitária forte, ter realizado a Copa das Confederações de 2013 e a Copa do Mundo de 2014 em um ambiente de protestos que colocou em xeque a representação da nação por meio desse esporte.

Assim, para buscar respostas às nossas inquietações, utiliza-se como corpus as revistas, plataformas discursivas importantes que ofertam um conjunto textual/imagético de representações sociais que orientam comportamentos e constroem identidades, inclusive a identidade nacional, foco dessa pesquisa. Nessa perspectiva, para desenvolver esta dissertação foi necessária uma estrutura em forma de capítulos. O primeiro capítulo trata dos aspectos introdutórios do estudo proposto. O segundo capítulo aborda a definição de identidade, importante para a compreensão e desenvolvimento dessa pesquisa. O terceiro capítulo traz uma discussão sobre a Copa do Mundo de Futebol no Brasil em 2014. No capítulo quatro, constam as estratégias metodológicas, a natureza da pesquisa, os métodos e técnicas empregados no corpus de análise. No capítulo cinco, apresentam-se as análises propriamente ditas das revistas baseadas nos conceitos proposto por Bardin (2011). Nesse capítulo foram analisadas as matérias publicadas nas revistas CartaCapital e Veja relacionadas aos protestos das Jornadas de Junho, à Copa das Confederações em 2013 e à Copa do Mundo no Brasil de 2014. A partir das análises e com base nos resultados obtidos, respondeu-se aos questionamentos revelados durante a pesquisa.

2 IDENTIDADE NACIONAL

Para buscar respostas aos questionamentos levantados nessa pesquisa, apontam-se algumas abordagens teóricas que se considera pertinentes para a realização de tal estudo. Assim, nesse capítulo, o quadro de referencial teórico consta de conceitos e estudos relevantes relacionados à temática da identidade, identidade nacional e a cultura brasileira. Com base nessa conceituação, parte-se para as discussões sobre a construção da identidade nacional brasileira e sua relação com o futebol, objeto de estudo dessa pesquisa.

2.1 IDENTIDADE

Nas discussões iniciais, até ser identificado o conceito de identidade nacional, foi preciso entender o que é identidade. A temática da identidade é um dos debates centrais na contemporaneidade, pois, várias correntes teóricas discutem o fenômeno identitário, inclusive a identidade nacional, foco dessa pesquisa. Assim, discorre-se, inicialmente, sobre os estudos de Stuart Hall, com base no livro *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*.

Hall trabalha a questão da identidade dentro de uma transitoriedade partindo do sujeito do iluminismo, passando pelo sujeito sociológico até o pós-moderno. O autor aponta que o sujeito do iluminismo é um ser centrado, consciente e unificado, o seu eu é a sua própria identidade; enquanto o sujeito sociológico constrói sua identidade na relação e interação com outras pessoas, mediado por valores, sentidos e símbolos no mundo em que vive. Já o pós-moderno, constrói a identidade dependendo dos diferentes momentos e contextos históricos nos quais está inserido. Assim, a identidade torna-se “uma celebração móvel formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1998, p.13).

Dessa forma, para Hall, na pós-modernidade, a identidade já não pode ser vista como singular e plena e tampouco baseada em interesses sociais. Ou seja, o sujeito constrói sua identidade durante a vida. À medida que sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, o sujeito vai se confrontando por uma multiplicidade de identidades.

O sujeito, previamente vivido, como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composta não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias e não resolvidas. Correspondentemente, as identidades que compunham as identidades sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as necessidades “objetivas da cultura” estão entrando em colapso, como resultados das mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de

identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais tornou-se mais provisório, variável e problemático (HALL, 1998, p.12).

As identidades pessoais e as identidades modernas se transformaram em sólidas localizações que fazem os indivíduos sociais estáveis, de identidades fixas, desaparecerem, provocando assim o descentramento do sujeito. Essa fragmentação se dá nas questões culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade.

Esse processo de mudanças em que as estruturas das sociedades se deslocam é o que Hall (2011) chama de crise de identidade, a qual provoca a perda das tradições, referências culturais e possibilita a fragmentação. O sujeito pós-moderno se desintegra, sobretudo, pela globalização, e a identidade fixa torna-se mais plural e diversa. No processo de globalização, o desenvolvimento dos meios de comunicação, sobretudo da internet, que possibilitou as relações em rede, fizeram perder as referências pessoais e aumentou a busca de novos hábitos.

Como destaca Costa (2011, p. 310), as novas formas de sociabilidade acabam:

[...] tornando o mundo uma verdadeira aldeia global como previa o filósofo canadense Marshall McLuhan. Com a aproximação dos povos e aparente abandono de seus traços característicos, a busca pela identidade se tornou uma questão contemporânea especialmente importante.

Segundo Hall, esses descentramentos do sujeito moderno se deram pelos seguintes aspectos: tradições dos pensamentos de Marx a Althusser baseadas na filosofia moderna, para a qual uma é essência universal do homem e a outra que essa essência é própria de cada sujeito; além da descoberta do inconsciente coletivo por Freud e seu desenvolvimento em Lacan, ou seja, da relação do *eu* com o *outro* para internalizar os símbolos e a cultura; a Linguística, em Saussure; o poder disciplinar de Foucault, para controlar e fazer funcionar a sociedade; as revoltas estudantis, os movimentos juvenis, contraculturais e antibelicistas, as lutas pelos direitos civis; e o feminismo que proporcionou forte impacto nas estruturas sociais modernas.

Bauman (2006) considera o momento como modernidade líquida, no qual o sujeito pós-moderno não herda uma identidade fixa, é necessário criar a identidade e redefini-la constantemente. O autor acredita que o pertencer por nascimento como elemento identificador da nacionalidade, é algo construído. Dessa forma, a modernidade pluralista e diversificada leva o sujeito a ocupar um espaço de novas regras, com isso, modifica e define a identidade que é construída de acordo com o meio em que está inserido. As interações sociais e a convivência com outros grupos possibilitam, também, a redefinição da identidade no mundo globalizado constituído de trocas e de experiências. Assim, para Bauman, a pertença na identidade deixa de ser sólida e passa a ser negociável. Conforme o autor:

O “derretimento dos sólidos”, traço permanente da modernidade, adquiriu, portanto, um novo sentido, e, mais que tudo, foi redirecionado a um novo alvo, e um dos principais efeitos desse redirecionamento foi a dissolução das forças que poderiam ter mantido a questão da ordem e do sistema na agenda política. Os sólidos que estão para ser lançados no cadinho e os que estão derretendo neste momento, o momento da modernidade fluida, são os elos que entrelaçam as escolhas individuais em projetos e ações coletivas – os padrões de comunicação e coordenação entre as políticas de vida conduzidas individualmente, de um lado, e as ações políticas de coletividades humanas, de outro (BAUMAN, 2006, p. 12).

Woodward (2000) trabalha a relação entre a identidade e a diferença como algo adquirido através da linguagem e dos meios simbólicos, mas reproduzida pela diferença e pela exclusão. As práticas e as relações sociais definem quem é excluído e quem é incluído na sociedade, ou seja, o lugar em que o sujeito ocupa se dá por meios e comportamentos na sua relação social. Para o autor, a diferença entre *nós* e *eles* é estabelecida por elementos simbólicos e materiais. Assim, identidades são marcadas simbolicamente e reproduzidas por meio de representações. O futebol é uma dessas representações simbólicas que marcou a definição do país, fato que o tornou elemento inerente à cultura e à sociedade brasileira.

Por outro lado, Py; Fraga (2013, p.2) encontram na publicidade, um meio de busca de referências na sociedade para criar estratégias que estabeleçam vínculo com os sujeitos aos quais deseja atingir e suas referências culturais. As autoras argumentam que:

Não existe representação sem haver um objeto referente, sendo esta a representante mental de um objeto que se reconstitui simbolicamente. É a partir da representação que o sujeito consegue compartilhar ideias, ideologias e conceitos, formando a sua própria identidade e interferindo na identidade do grupo cultural ao qual pertence.

A partir dessa concepção, as autoras supracitadas destacam ainda que a identidade do país é construída com base na cultura e, assim, como destaca Ortiz (1985), esclarecem que a identidade nacional:

É um projeto e uma história não necessariamente vivenciada no cotidiano; é de ordem da ideologia, de uma história social, universal. Como projeto, a identidade nacional brasileira foi, através dos tempos, pensada, idealizada, manipulada e articulada para que ganhasse vida por meio, por exemplo, dos discursos midiáticos e das indústrias culturais, tais como a publicidade Py; Fraga (2013, p.4).

O papel da publicidade na Copa do Mundo de 2014, no Brasil, foi utilizar formas discursivas que estimulassem a população a se sentir participante ativo desse megaevento esportivo. Deste modo, foram criados discursos de pertencimento e vínculos identitários com os brasileiros apostando no futebol como elemento constituinte da identidade nacional.

2.2 IDENTIDADE NACIONAL E CULTURA BRASILEIRA

O termo identidade nacional surgiu na Europa a partir do século XVIII e ganhou força no século seguinte no projeto de modernidade que perpassava as esferas do desenvolvimento humano, inclusive pela construção dos Estados Nacionais. A ideia de nação está relacionada à formação de Estados territoriais ou mesmo Estado-nação. Assim, a identidade nacional se baseava em sentimento de pertencimento a um país, partilhado por um grupo de pessoas e se constituía através de alguns pontos simbólicos fundamentais para legitimar o Estado. Associava-se como reconhecimento de uma nação referências como a língua, raças, folclore, bandeira e o hino. Esses fatores de integração nacional se mantiveram até o século XX (FIORIN, 2009).

Hobsbawm e Ranger (1997) criticam esses critérios fundadores de uma nação ao apontarem as questões relacionadas ao desenvolvimento das tradições no processo de construção do contexto do Estado-nação. Os autores defendem que as tradições “são inventadas por elites nacionais para justificar a existência e importância de suas respectivas nações”, ou seja, são regras com formas simbólicas capazes de fazer o sujeito apropriar-se de objetos do passado para incorporar valores e comportamentos.

Esses símbolos oficiais ou populares também fazem dos sujeitos cada vez mais pertencentes a comunidades imaginadas (ANDERSON, 2008), onde são vinculados por um projeto em comum, mesmo que seus integrantes sejam desconhecidos. Nesse sentido, as nações representam uma comunidade onde pessoas se imaginam inseridas e interligadas por elementos simbólicos. Esse poder do imaginário sobre os sujeitos é evidenciado por Hobsbawm e Ranger (1997) por considerar o passado como modo de se apresentar elementos constitutivos da nação, além de serem fundamentais aos interesses do nacionalismo que é associado aos símbolos e traços representativos da identidade nacional.

Conforme os autores supracitados:

O que faz uma nação é o passado, o que justifica uma nação em oposição a outras é o passado, e os historiadores são as pessoas que o produzem. Infelizmente, a história que os nacionalistas querem não é a história que os historiadores profissionais, até mesmo os que estão ideologicamente comprometidos, têm que fornecer (HOBSBAWM E RANGE, 2000, p. 271).

No pensamento pós-moderno de Hall (2003), a cultura nacional é composta por instituições culturais, de símbolos e representações. Há discurso, onde se produz sentidos sobre a nação, com os quais o sujeito se identifica e constrói a identidade. Assim, conforme

exposto em momentos anteriores desse estudo, a identidade, para Hall, enquanto identidade fixa, unificada, baseada em formas culturais tradicionais, está em declínio.

O argumento que estarei considerando aqui é que, na verdade, as identidades nacionais não são coisas com as quais nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação. Nós só sabemos o que significa ser “inglês” devido ao modo como a “inglesidade” (*Englishness*) veio a ser representada - como um conjunto de significados - pela cultura nacional inglesa. Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos - um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da *ideia* da nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu “poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade” (HALL, 2006, p. 48).

Nesse contexto, o sentimento de identificação nacional já não é medido por meio de elementos simbólicos, pela religião ou mesmo língua em comum, mas, sobretudo, pela representatividade na cultura nacional. A identidade nacional, abalada pela globalização, enfraquece os atributos do Estado-nação e se caracteriza por valores culturais (VIEIRA, 2006). Para Vieira, a identidade no Brasil se:

Confundiria com a identidade cultural baseada na grande heterogeneidade de traços culturais ligados à variedade dos grupos étnicos que coexistiam no espaço nacional e que se distribuíam diversamente conforme as camadas sociais. Apesar de sua riqueza, essa abordagem deixa de lado aspectos importantes da questão da identidade nacional no Brasil, talvez o único país da América Latina que não conquistou a independência nacional - ela foi concedida de cima para baixo, sem luta. A República foi uma quartelada a que o povo assistiu “bestializado” (VIEIRA, 2006, p. 76).

Fiorin (2009), ao tratar da constituição da nacionalidade brasileira destaca essa mistura presente na formação do Brasil. O autor aponta a contribuição da literatura, sobretudo de autores românticos como José de Alencar – com a obra *O Guarani* – que trata da paisagem típica do Brasil, a singularidade de sua língua. Para Fiorin (2009, p. 119) tudo “começa no Romantismo, a construir a noção de que cultura brasileira se assenta na mistura”.

Na tentativa de estabelecer o sentido da cultura popular e da identidade brasileira desde meados do século XIX, Ortiz (1994, p. 138) destaca que a identidade nacional é “uma construção simbólica que dissolve a heterogeneidade das culturas populares na homogeneização da narrativa ideológica”. Nesse sentido, a identidade nacional é uma representação do que seria o país e seus habitantes. O mais importante, nesse aspecto, é entender como são construídas as representações simbólicas das nacionalidades.

2.3 FUTEBOL E IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA

Discutir a relação do futebol com a sociedade brasileira, sobretudo na consolidação da identidade nacional do país, é necessário tratar, inicialmente, sobre a gênese desse esporte. Historicamente, o futebol teve origem na Inglaterra no século XIX e chegou ao Brasil em 1894, trazido por Charles Miller, filho de pai britânico e mãe brasileira. Miller trouxe das terras inglesas algumas bolas, camisas, chuteiras e um livro de regras de futebol. Desde então, estimulou a elite paulista a praticar esse esporte como forma de lazer e entretenimento. A partir de 1902, surgiram clubes, ligas, associações, entidades esportivas fechadas e de acesso restrito às famílias brancas de classe dominante. Até então o futebol praticado no país demonstrava-se elitista, pois não admitia a presença de negros e mestiços nesse esporte (FARIAS, 2014, p.46).

Contudo, com o passar dos anos, o futebol deixou de ser um mero divertimento dos ingleses e se expandiu pelo Brasil. Assim, passou a ser praticado nos campos de várzea, subúrbios e nos pátios das fábricas. Nesses locais, embora desprovidos de estrutura ideal para a sua prática, o futebol proporcionava momentos de lazer, sociabilidade e integração. O futebol ainda possibilitou a classe subalterna a ocupar espaço antes reservado à elite do país.

Como salienta Franco Junior (2007, p.63):

As fronteiras sociais do futebol começaram a ser transportadas desde cedo com a formação de times improvisados pelos setores populares que passavam da curiosidade ao mimetismo. Sem equipamentos adequados e com bolas desgastadas, em terrenos ainda não ocupados pelo processo de urbanização, o futebol dos subalternos tornava-se um modo de representação da existência negada em outros campos sociais. E alastrava-se pelo subúrbio proletário. Em pouco tempo, uma série de equipes e clubes foi constituída por iniciativa de pequenos comerciantes, operários e artesão das grandes cidades.

A crescente migração da população rural para as cidades, ocasionada pela Revolução Industrial, contribuiu com essa popularização do futebol no Brasil. A partir de 1930, iniciou-se uma discussão em torno do futebol enquanto símbolo de identificação nacional. Esse período coincidiu com as experiências de democracias populistas e regimes ditatoriais, que vão do fim da República Velha, com a ascensão de Getúlio Vargas, até o fim da Ditadura Civil-Militar, quando se pensava na consolidação da unidade nacional (MAGALHÃES, 2011).

Em 1933, o futebol também passou a ser atividade remunerada e com profissionalização, a qual gerou impacto no Brasil e impulsionou sentimento nacionalista. Nesse mesmo período, Gilberto Freyre publicou o livro *Casa-Grande & Senzala*, que

afirmava positivamente a mestiçagem, antes vista como preconceito e empecilho de desenvolvimento. A partir da possibilidade de miscigenação, ou seja, de mistura das raças, Gilberto Freyre definiu a brasilidade futebolística como um estilo próprio de jogo, caracterizado como dança mestiça e dionisíaca. Em 1938, no artigo *Foot-ball Mulato*, Freyre volta a exaltar as qualidades do futebol brasileiro – priorizando habilidades individuais como drible, ginga e improviso – que passaria a se chamar de futebol-arte. Esse era o estilo que diferenciava e representava o Brasil, em âmbito internacional, frente aos demais países do mundo. Assim, o Brasil passou a ser reconhecido e representado pelas suas qualidades futebolísticas.

Conforme Freyre:

O nosso 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, ou alguma coisa de dança e de capoeiragem que marca 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 (apud SOARES, 2001, p.31).

Na busca pela afirmação desse futebol-arte, cheio de surpresas, de astúcia, de dribles, as coberturas jornalísticas de Mário Filho, principal referência da crônica esportiva nas décadas de 1920 e 1930 e autor do livro *O Negro no Futebol Brasileiro*, contribuíram também para fortalecer esse estilo singular que caracterizava a essência do futebol brasileiro.

Nessa perspectiva, o historiador Denaldo Alchorne de Sousa também considera importante a contribuição de Gilberto Freyre para a integração racial na sociedade brasileira e para a caracterização do seu estilo futebolístico. Denaldo, ao tratar do debate sobre a relação do futebol com a cultura brasileira e a identidade nacional no livro *O Brasil entra em Campo! Construções e Reconstruções da Identidade Nacional (1930-1947)*, destaca que:

Os trabalhos de Gilberto Freyre possibilitaram uma visão original dos fundamentos do povo brasileiro. Neles, o negro, o índio e o colonizador português sempre tiveram fundamental importância numa sociedade ajustadas às condições do meio tropical e da economia latifundiária. Sua mensagem de um Brasil antirracista e democrático representou um divisor de águas no processo cultural brasileiro, influenciando a ideologia oficial do Estado novo de compor a figura da democracia racial (SOUSA, 2008, p.187).

A ideia de miscigenação, no contexto do futebol no Brasil, foi relacionada à seleção brasileira em 1938 que disputou a Copa do Mundo na França. Pela primeira vez jogadores negros e mulatos, como Leônidas da Silva, o qual passou a ser chamado de “Diamante Negro”, e Domingos Da Guia, fizeram parte da seleção nacional. Assim, a presença de negros “retratava o mito da democracia racial brasileira, servindo para exemplificar os ideais nacionalistas e harmonia social e étnica propagados pela ditadura getulista do Estado Novo” (FARIAS, 2014, p. 139).

Apesar da forte presença de negros e mestiços em 1938, na França, o racismo ainda permaneceu no futebol brasileiro, sobretudo na Copa de 1950. A culpa pela derrota para o Uruguai, na final daquele Mundial, foi direcionada aos jogadores negros Barbosa, Juvenal e Bigode. A superação desse ato racista ocorreu apenas quando a seleção brasileira conquistou o título de 1958, contando com o desempenho de Garrincha e Pelé, dois negros que se consagraram no futebol brasileiro e mundial. Pelé, até então, é considerado o rei do futebol.

Nesse período a relação entre futebol e identidade nacional foi consolidada. Conforme sintetiza Capraro; Santos; Lise (2012, p. 1),

O futebol já se encontrava devidamente inscrito como elemento central da cultura brasileira, assumindo um papel de agente afirmador da identidade nacional. Era um momento não só de forte intervenção do Estado e de um aparato intelectual legitimando um ideário de brasilidade, como também de consolidação do futebol como um esporte de massa, cuja maior expressão encontrou-se na “trágica” derrota do selecionado nacional na Copa de 1950 e o desfecho (provisório que seja) nas vitórias em 1958 e 1962, contando com um anticlímax no Mundial de 1966 e desfecho heroico na Copa de 1970 como bem foi propagado pelo círculo de jornalistas influenciados pelo modelo explicativo formulado por Gilberto Freyre.

Essa representatividade do futebol junto à sociedade brasileira, a partir de 1970, o tornou objeto de estudo das ciências sociais, sobretudo com os trabalhos desenvolvidos pelo sociólogo Roberto DaMatta que dramatiza o futebol como meio de se estudar o Brasil. No livro *A bola corre mais que os homens*, o autor retrata o futebol como possibilidade de integração em sociedades segmentadas e divididas, como no caso do Brasil; mostra que o futebol proporciona a experiência de igualdade e justiça social (DAMATTA, 2006). Assim, o futebol exerce o papel de representação oficial do país. DaMatta defende que o futebol institui e legitima a malandragem do brasileiro como meio de sobrevivência e o jogo de cintura como estilo nacional. Desse modo, a forma de jogar do brasileiro se confunde com o modelo ideal de nação. O autor resume essa relação das características do futebol – seguindo as mesmas definições do futebol-arte proposto por Gilberto Freyre, com a história do Brasil.

É sabido no Brasil, que o futebol nativo tem jogo de cintura, ou seja, malícia e malandragem, elementos inexistentes no futebol estrangeiro, sobretudo europeu, um futebol fundado na força física, capacidade muscular, falta de improvisação e de controle individual de bola dos jogadores. O futebol é um meio altamente significativo de veicular mensagens, sobre o que é realmente ser brasileiro, sobre o sentido da vida, do destino e do papel da técnica no universo social. Tudo isso de modo direto, gráfico, literal, profundo e dramático (DAMATTA, 1982, p. 28).

O sociólogo DaMatta (2006) destaca que a identidade futebolística do brasileiro pode ser observada em épocas de Copa do Mundo. Segundo o autor, na Copa há alusão aos símbolos do país – cores e bandeira e ao amor pela seleção nacional que se transforma em pátria de chuteiras. Durante os jogos da seleção brasileira, a rotina do país muda, as atenções se voltam para o torneio mundial e em especial para a seleção. Esse fato pôde ser observado no sentimento da derrota do Brasil para o Uruguai na final da Copa de 1950. Naquele momento, em que se construía o projeto de nação e se buscava definir a identidade por meio do futebol, a perda do título comoveu o povo brasileiro e se tornou tragédia no país.

Ao descrever a Copa de 2002, DaMatta faz um resumo da importância do evento e a sua relação com a sociedade brasileira:

O “esporte” como bem ilustra essa Copa do Mundo, é uma dessas molduras com a força de ordenar, se não o mundo, pelo menos o Brasil em 2002. No seu “campo”, abre-se um parêntese na vida social. E o segredo dessa trégua é apartar um conjunto significativo da vida social, pois em qualquer atividade esportiva, separam-se com especiais aquele “jogo”, objetos, gestos, atitudes, sentimentos, normas, corpo, disponibilidade, cargos, organizações, espaços e temporalidades (2006, p. 118).

Percebe-se, assim, o potencial social do futebol, por meio do qual o brasileiro se sente parte da nação. Além da paixão e orgulho do brasileiro pelo futebol, esse esporte foi um mecanismo de integração social e solidificação de identidade nacional que passou a ser símbolo nacional em um ambiente de crise política, onde os governos tentavam se fortalecer aproveitando a representatividade desse esporte.

Nesse contexto, na formação da identidade nacional brasileira, era notório o papel do Estado em construir uma identidade coletiva. Como destaca Helal (2002, p. 44), “a transformação do futebol em esporte nacional, foi produto de um processo histórico realizado por agentes do universo cultural, político e esportivo, tendo como base uma forte presença do Estado e das ideias nacionalistas”. Esse poder do Estado sobre a sociedade relembra o que Hobsbawm e Ranger (1997) denominam de invenção das tradições, que são práticas reguladas por regras de natureza ritual ou simbólica, que objetivam agregar valores e comportamento.

Nas tradições inventadas, as quais ocorreram em momento de transformações e de contextos que exigiam novos instrumentos para expressar a coesão social, o esporte se insere no aspecto social e político, visto que busca modelos de identificação para a nação.

Hobsbawm e Ranger (1997, p. 30) mostram como isso se aplica aos esportes, principalmente no futebol:

Primeiro era a demonstração concreta dos laços que uniam todos os habitantes do Estado nacional, independente de diferenças locais e regionais, como na cultura futebolística puramente inglesa ou, mais literalmente, em instituições desportivas como o Tour de France dos ciclistas (1903), seguido do Giro d'Italia (1909). Estes fenômenos foram mais importantes na medida em que evoluíram espontaneamente ou através de mecanismos comerciais. O segundo fenômeno consistiu nos campeonatos esportivos internacionais que logo complementaram os nacionais, e alcançaram sua expressão típica quando da restauração das Olimpíadas em 1896. Embora estejamos hoje bastante cientes da escala de identificação nacional indireta que estes campeonatos proporcionam, é importante lembrar que antes de 1914 eles mal tinham começado a adquirir seu caráter moderno. A princípio, os campeonatos "internacionais" serviam para sublinhar a unidade das nações ou impérios da mesma forma que os campeonatos inter-regionais.

Helal; Cabo; Silva (2011, p. 195) relacionam a Copa do Mundo a um evento potencializador de tradições inventadas, defendidas por Eric Hobsbawm e Ranger (1997).

É nítido que os brasileiros ficam mais unidos em torno de um ideal a cada quatro anos. Percebe-se nas ruas uma motivação diferenciada, as cores nacionais estão por toda parte, os indivíduos se unem para tarefas como pintura de ruas, enfeitar as casas, expor em todo canto seu amor pela pátria. Esses eventos são as copas do mundo de futebol, e despertam-nos de nossa catarse coletiva, numa espécie de “nacionalismo cíclico”.

Diante do exposto, é importante destacar o papel das comunidades imaginadas defendidas por Anderson (2008). Para o autor, em momentos em que há uma grande mobilização, como as Copas do Mundo, essas comunidades ressurgem, ou seja, as pessoas criam laços e expressam sentimentos iguais de patriotismo e nacionalismo capazes de mover paixões como ocorre com o futebol. No imaginário, as comunidades – mesmo que sejam das mais distantes, compartilham representações comuns e se sentem pertencentes a um mesmo espaço. Isso fortalece o futebol enquanto elemento cultural integrante da nação brasileira.

Contudo, apesar da força simbólica que o futebol exerce no país, Helal; Gordon Junior (2011), apontaram que é preciso entender o papel desse esporte na contemporaneidade. Os autores comparam a carga simbólica construída sobre o futebol brasileiro nas Copas do Mundo disputadas no período de formação do Estado-Nação com outros Mundiais ocorridos posteriormente e observam que na derrota da Copa de 1950 e na vitória de 1970, havia um sentimento de nação relacionado aos resultados da seleção. Porém, destacaram que:

As vitórias e derrotas da seleção em Copas do Mundo ainda produzem celebrações e tristezas coletivas. No entanto, não são mais vividas como vitórias ou derrotas da nação brasileira como um todo. A seleção não é mais a “pátria de chuteiras” nos termos de Nelson Rodrigues, que cunhou e imortalizou a expressão. Há um conjunto complexo de razões para isso. E haverá os que lamentam e os que celebram. Mas seguramente o processo de consolidação da democracia e da organização da sociedade civil, nas últimas décadas, tem influência no declínio da pátria de chuteiras (HELAL; GORDON JUNIOR, 2011, p. 01).

O declínio da chamada pátria de chuteiras se dá por vários fatores. Para Helal; Gordon Junior (2002), dentre esses fatores estão o processo de globalização que envolve o futebol contemporâneo, a modernização do país, a expansão do consumo e a segmentação das camadas médias. Nesse contexto, os autores observam que as identidades regionais e clubísticas se sobressaíam em relação à seleção. Os torcedores preferem se identificar com os times de futebol do que com a seleção nacional, na maioria das vezes composta por jogadores desconhecidos e que não fazem parte da rotina do público.

Diante disso, Helal (2011) propõe reflexões sobre o nacionalismo, sobretudo durante as Copas do Mundo e acredita que a seleção brasileira perdeu parte da carga simbólica no país.

Certamente, o torcedor de Copa do Mundo ainda conserva seu “nacionalismo quadrienal”, atrelado à seleção, mas a “pátria de chuteiras” perdeu muito da sua carga simbólica. Este é o ponto que merece ser investigado. E, por isso, resta observar como os brasileiros irão se articular em torno deste simbolismo diante de dois eventos emblemáticos como a Copa do Mundo de 2014, organizada no país, e as Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro (HELAL, 2011, p. 1).

Os pensamentos de Helal (2011) corroboram nossas reflexões no momento em que nos faz refletir sobre o lugar atual do futebol no imaginário brasileiro. Nessa perspectiva, pretende-se encontrar respostas sobre a identidade nacional brasileira construída durante a Copa das Confederações, ocorrida no ano de 2013 e na Copa do Mundo, em 2014. Esses dois eventos, ambos realizados no Brasil, foram marcados por um momento conturbado na história do futebol do país, quando ocorreram protestos das chamadas Jornadas de Junho, as quais mobilizaram milhares de pessoas em torno de causas sociais e contra a própria Copa.

2.4 IDENTIDADE NACIONAL, MÍDIA, MEMÓRIA E COPA DO MUNDO DE 2014

As identidades, conforme exposto nas reflexões anteriores, são móveis e, podem ser consideradas como uma construção discursiva. Dessa forma, a mídia, segundo Silveira (2010,

p.38), “tem um papel importante na formação das identidades, pois a mesma oferta conteúdos simbólicos por meio dos quais os sujeitos constroem opinião sobre o mundo, sobre os outros e, até sobre si mesmos”. A mídia ainda oferece mecanismos de identificação e projeção que facilitam a compreensão sobre a formação ou mesmo a reformulação das identidades na contemporaneidade. Isso recai sobre as reflexões de Hall (2003) quando ele considera que as velhas identidades estão em declínio e novas identidades estão surgindo.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global dos estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha (HALL, 2001, p. 75).

Com base nesse pensamento de Hall, o sujeito passa a ter novos meios de relação com o mundo, e de se constituir enquanto ser social. Para tanto, a mídia configura o ambiente cultural, onde fatos noticiosos corroboram a percepção de mundo. Nessa perspectiva, Canclini (2006, p. 129) assegura que “a identidade é uma construção imaginária que se narra”.

O fenômeno da globalização eliminou os acontecimentos fundadores que mantinham a identidade como fixa e com as práticas sociais e culturais. Com a participação da mídia tornou-se possível se estabelecer outros modos de entender, de se informar e de se relacionar com as coisas do mundo. Dessa forma, segundo Canclini (2006), as antigas referências de identidade formadas pelas artes, literatura e folclore, dão lugar às produções textuais e iconográficas da comunicação globalizada, onde os discursos construtivistas culturais se opõem ao enfoque relacionado às questões nacionais, de apropriação da cultura homogênea e de identidade fixa.

Assim, para pensar a construção das identidades é preciso entender a sua relação com a mídia. Na sociedade contemporânea, há associação da construção da identidade à comunicação. Lourenço (2011) defende que o rádio, o cinema e a televisão, por meio de suas narrativas, possibilitaram maior aproximação de grupos antes distantes e uma comunicação de maior alcance favorecendo a transformação nas identidades nacionais.

Martino (2010, p. 29) salienta que “em uma sociedade articulada com a mídia a construção da identidade passa pela relação entre as pessoas e os meios de comunicação, em diversos graus de articulação entre eles”. Assim, é evidente a importância da mídia no sentido de contribuir com a construção de identidades.

No caso do futebol, os meios de comunicação o associaram à identidade nacional brasileira de modo que esse esporte fosse compreendido como elemento simbólico do país. Ao estudar essa relação do futebol e a mídia, Mostaro (2013) acredita que o valor representativo e simbólico do futebol faz com que “as narrativas jornalísticas apresentam sua memória resgatando fatos, imagens, ídolos, êxitos e fracassos anteriores, no sentido de construir uma tradição, como um elo entre as gerações dos aficionados pelo esporte”. O autor acrescenta que o futebol tem sido utilizado como objeto nas negociações das identidades e de apropriações ideológicas. Nesse sentido, sintetiza esse pensamento ao afirmar que:

A ideia de que além de sermos o país do futebol somos o maior exemplo da escola do futebol-arte “bailarino” e “dionisíaco” é abordada pela mídia desde a Copa do Mundo de 1938. Durante este mundial, os jornais franceses se maravilharam com jogadas consideradas como malabarismos executados com a bola pelo jogador Leônidas. O sociólogo Gilberto Freyre, também afirmou em seu artigo *Football Mulato* que pela primeira vez o país mandava ao exterior um “*team* francamente brasileiro”. Essas ideias das verdadeiras raízes nacionais foram difundidas por Getúlio Vargas em torno de um nacionalismo exacerbado (MOSTARO, 2013, p. 1).

Soares; Lovisolo (2003) comungam com esse pensamento ao afirmarem que o futebol-arte, como forma de jogar do brasileiro, se tornou marcas da identidade nacional brasileira abordada e reforçada pelas narrativas midiáticas. O discurso da mídia mantinha as raízes nacionais e, assim, construía discurso de identidade baseado nas tradições míticas relacionadas ao futebol, o qual sintetizava a cultura nacional.

Lourenço (2011, p. 01) assegura que:

[...] seja por meio dos anúncios publicitários, jornais ou narrativas ficcionais, o poder de representar a identidade nacional, na contemporaneidade, depende da capacidade de cada meio de comunicação em afirmar as qualidades imaginadas da nação, seja pela aprovação de costumes ou pela reprovação daquilo que não devemos ser.

Dessa forma, a mídia transforma o futebol em produto da indústria cultural e constroem em suas narrativas jornalísticas a identificação nacional com o esporte. Assim, concorda-se com Lourenço (2011 p. 6) quando o autor afirma que:

Em período de Copa do Mundo, ainda que de forma estereotipada, há uma grande preocupação dos meios de comunicação em incluir e representar todos na mesma torcida. Isso porque a economia lida largamente com este evento e se aproveita deste “pertencimento ocasional” para incluir todos dentro de um consumo cultural, simbólico e material.

A Copa do Mundo de Futebol, diante da sua importância econômica, social e cultural, tornou-se um evento midiático. Desde 1938, época da primeira transmissão de uma Copa

pelo rádio, esse evento ganhou espaços e despertou interesse maior do povo brasileiro. Nos anos de 1950, como assegura Gastaldo (2009), os jogos da Copa viraram um fenômeno midiático e de audiência no meio radiofônico. Os torcedores brasileiros acompanhavam o futebol pelo rádio, veículo que colaborava para exaltar o sentimento de amor à pátria e de amor à seleção brasileira, estereotipada como a legítima representante da nação.

Gastaldo (2009, p.367) evidencia em seus estudos que:

Para os brasileiros, existe a apropriação deste evento pela mídia, em especial pelo jornalismo, que, se não "inventa" este interesse social, pelo menos o "aumenta", com todos os meios de que dispõe, colabora para construir uma impressão de realidade que mitifica a importância da Copa, elegendo-a como o "único" acontecimento digno de menção jornalística. Dada a mediação necessária para se ter acesso aos fatos da Copa, é do máximo interesse da mídia suscitar a maior audiência possível em torno deste evento, já que, como foi visto anteriormente, o termo "audiência" refere-se diretamente à questão do "lucro" dos veículos da mídia.

A Copa do Mundo é um evento de ampla mobilização em vários segmentos da sociedade e, nesse contexto, a identidade nacional é evidenciada. Silva; Covaleski (2014), ao tratarem sobre os elementos que são acionados na memória para a conformação da identidade nacional, apontam que as campanhas publicitárias e os dispositivos midiáticos evidenciam a densidade simbólica, a representação de um megaevento esportivo como a Copa do Mundo, assim como o apelo emocional. Esse aspecto ocorre nas cidades-sedes do megaevento, sobretudo com o intuito de convocar o turista estrangeiro, pois há múltiplas ofertas simbólicas das cidades. As campanhas publicitárias voltadas para a Copa retratam um país com suas particularidades. Assim, foram criadas cidades estratégicas e emblemáticas do ponto de vista das identidades regionais, com suas peculiaridades em possuir áreas florestais, praias, ambientes urbanos e coloniais, e ser local propício às festas e espetáculos como a Copa.

Brum (2010) aponta a importância dos discursos criados pelo governo, no sentido de fazer com que o país inteiro se una para torcer pela seleção. Durante a Copa, utiliza da paixão e a identificação do país com o futebol, enquanto elemento de referência identitária.

Utilizar a Copa como um instrumento facilitador da divulgação parece ser uma boa estratégia, pois falar de futebol é tocar na paixão do brasileiro. Por isso mesmo é comum vermos propagandas na televisão se aproveitando do tema. Na época que antecede ou durante o período da Copa se torna ainda mais frequente, sendo comum vermos comerciais recheados de sentimentos e correntes positivas voltados à torcida pela seleção brasileira (BRUM, 2010, p. 20).

Essa estratégia publicitária de despertar a emoção do brasileiro e retomar os sentimentos de patriotismo é uma prática recorrente quando se trata do evento Copa do

Mundo. A representação simbólica desse megaevento se dá pelos discursos da mídia em torno do papel da seleção brasileira, enquanto defensora de uma nação, com base no jogo das identidades.

Contudo, segundo Helal; Brinatti (2014), na atualidade, há uma intensa transformação identitária, sobretudo direcionada ao futebol. Os autores, evocando os conceitos de Bauman (2006) sobre a contemporaneidade, afirmam que se vive numa modernidade líquida, na qual tudo é temporário, efêmero, líquido, porque não é capaz de manter a forma. Assim, emergem novas identidades, como ressalta Woodward (2000, p.39), e “os processos históricos que, aparentemente, sustentavam a fixação de certas identidades estão entrando em colapso e novas identidades estão sendo forjadas”. Ou seja, é um momento de transformação identitária que provoca mudanças inclusive no futebol.

No Brasil, o futebol é um dos principais fenômenos de representação e identidade nacional. Essa relação de identificação, de afetividade e pertencimento com a representação do Brasil nos símbolos da Copa de 2014 depende, em parte, da construção da imagem da equipe pelos meios de comunicação. Novas formas de olhar o próprio país são desenvolvidas a partir do agendamento de um tema, como os símbolos do Mundial da FIFA. A percepção da realidade que os indivíduos têm é influenciada pelos códigos apreendidos durante os processos de socialização – ou seja, os discursos presentes nas interações sociais acabam por designar algumas chaves de leitura preferenciais sobre a realidade. É sempre no espaço social compartilhado que determinadas leituras do mundo se impõem a outras – logo, identidades (de indivíduos, grupos ou espaços geográficos) também devem ser assim explicadas (WOODWARD, 2000, p. 39).

Assim, as velhas identidades deixam de ser perpetuadas, sobretudo no que diz respeito à caracterização do Brasil como país do futebol. Ou seja, o novo cenário impõe mudança, especialmente com a globalização que tem reflexo no futebol e na identidade cultural da nação brasileira. É nesse sentido que Gorito (2014, p. 351), citando Helal (2012), salienta que:

Atualmente, suspeitamos que a tendência da globalização da cultura em curso, que teve nos esportes um veículo de encontro, de apropriações entre os diferentes estados nações, estaria transformando a identidade nacional sintetizada como narrativa homogênea na “pátria de chuteiras”. O jogador que veste a camisa nacional também representa clubes da Europa, além de empresas multinacionais. As marcas empresariais estão amalgamadas com o fenômeno esportivo. A televisão transmite em tempo real um jogo do Barcelona para todos os continentes. Esse processo de desterritorialização do ídolo e do futebol cria um novo processo de identidade cultural. E mais: na medida em que se coloca a ênfase do futebol como um produto a ser consumido em um mercado de entretenimento cada vez mais diversificado, sem um projeto que o articule a tais instâncias mais inclusivas, o que se consegue é esgarçar cada vez mais o vínculo estabelecido antes.

Concorda-se com Gorito (2014, p. 351) quando retrata que “com a transformação do futebol em negócio, ‘a pátria está calçando chuteiras cada vez menores’, demonstrando o provável declínio do sentimento de identidade em relação à seleção brasileira”. Nessa perspectiva, o futebol brasileiro aparenta perder parte de sua representação simbólica.

3 COPA DO MUNDO DE FUTEBOL 2014 E IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA

3.1 COPA DAS CONFEDERAÇÕES E IDENTIDADE NACIONAL

A Copa das Confederações é um torneio instituído pela Federação Internacional de Futebol (FIFA) desde 1997. O Brasil sediou este evento no ano de 2013. A seleção brasileira foi campeã das edições de 1997, 2005, 2009 e 2013 e é a que mais acumula títulos dessa competição. Esses títulos e, conseqüentemente, a representatividade simbólica que o futebol exerce junto à sociedade brasileira, a princípio, gerou expectativa positiva de que a Copa das Confederações de 2013 seria um momento marcante para a população.

Naquele ano, o Brasil vivia momentos de crise política, social e econômica, onde a sociedade reivindicava melhorias em vários setores. Contudo, apostava-se que as insatisfações da população, motivada, sobretudo, pelos protestos das Jornadas de Junho, não colocassem o torneio futebolístico ao segundo plano. Porém, as manifestações se tornaram prioridade para os brasileiros, que reivindicavam por causas fundamentais para a sociedade.

O ambiente tenso em que a Copa das Confederações de 2013 foi disputada no Brasil, proporcionou uma intensidade de críticas. Como aponta Gorito (2014, p.337):

Durante os quinze dias do evento a população do país deixou o futebol de lado para acompanhar outro espetáculo: as manifestações pelo passe livre, que ocorreram simultaneamente em diversas cidades do Brasil. Foi este o principal assunto na imprensa e nas conversas de bares no período. As manifestações populares, que acabaram se desdobrando em tantas outras, foram vistas como um contra-ataque ao megaevento esportivo, que não apenas sofreu com a violência direta dos protestos, como instigou a discussão na sociedade sobre a real importância da realização dos megaeventos esportivos no Brasil (Copa do Mundo de Futebol de 2014 e Olimpíadas de 2016) frente ao momento econômico e político enfrentado pelo país.

Nesse cenário discordante, os veículos de comunicação mudaram suas estratégias de divulgação no período, visto que a Copa das Confederações perdeu espaço para as manifestações. A pauta dos meios de comunicação, relacionada às vitórias e conquistas da seleção brasileira, e da história de seus ídolos, recorrentes na imprensa brasileira, deu lugar às manifestações a favor do Passe Livre e à crítica ao superfaturamento das obras da Copa do Mundo de 2014. Essas manifestações soaram como um sinal de alerta na relação identitária do país com o futebol. Assim, o planejamento midiático da Copa das Confederações, que objetivava manter o romantismo do futebol, destacado na época da construção do projeto de nação, não se encaixou com o que estava sendo dito pela população nos protestos. Essa

mobilização social e as manifestações de rua fizeram repensar o Brasil enquanto nação e, o futebol tornou-se reflexo de algo mais amplo em um país que buscava a sua modernização, o crescimento econômico, social e em outras áreas.

Nesta perspectiva, as mudanças provocadas no futebol contemporâneo nos fizeram buscar respostas sobre o que esse esporte poderá ser em termos de representação no Brasil. Assim, a pesquisa se direcionou ao modo como as revistas CartaCapital e Veja construíram em seus textos jornalísticos – relacionados à Copa das Confederações de 2013 e a Copa do Mundo de 2014 – referências identitárias brasileiras com base no futebol.

3.2 JORNADAS DE JUNHO E OS PROTESTOS CONTRA A COPA DO MUNDO 2014

Antes mesmo da consolidação dos valores investidos pelo governo brasileiro na Copa de 2014, as críticas contra o Mundial se intensificaram durante a Copa das Confederações, em 2013, devido aos protestos das Jornadas de Junho. Este movimento foi instalado no país contra o aumento da tarifa do transporte público e em protesto à carência de ofertas de serviços básicos nas áreas como saúde e educação. Várias cidades do país como Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo aderiram aos protestos do Movimento Passe Livre (MPL).

As Jornadas de Junho, na visão de Moreira e Santiago (2013), é um fato novo na política brasileira e de grande visibilidade. Para os autores, os protestos são comparados apenas a movimentos das décadas de 1980 e 1990 como o impeachment do presidente Fernando Collor de Melo, que levou milhares de pessoas às ruas. As manifestações são resultantes da precariedade social e das políticas públicas aplicadas no Brasil. Nesse sentido, Said (2014, p.1) corrobora esse pensamento ao considerar que:

As manifestações de junho de 2013, no seu bojo, traduziam um anseio por mudanças globais e um clamor das camadas jovens das populações, conectadas pelas tecnologias midiáticas, por políticas públicas mais próximas de suas demandas materiais e simbólicas. Sintomaticamente, os protestos apontavam o enorme fosso entre as políticas governamentais e os interesses populares, ao mesmo tempo em que denunciavam a proximidade promíscua entre grupos políticos e negócios privados.

Foi nesse novo cenário de reivindicação sobre diversas demandas sociais que o público da Copa das Confederações, evento futebolístico importante que ocorria no país naquele momento, também se misturou nas passeatas pelo país afora. Assim, as críticas contra a Copa do Mundo de 2014 passaram a fazer parte da pauta de luta da população que expunha suas críticas com cartazes como os que diziam: *Quando seu filho ficar doente, leve ele ao*

estádio (NETO, 2010), uma alusão ao descaso e às precárias condições de serviços de saúde no país.

Conforme acrescenta Said (2014, p.1):

Foi assim que milhares de jovens que se sentem excluídos das políticas públicas tomaram as ruas do país para protestar contra os investimentos feitos para a realização do campeonato mundial de seleções organizado pela FIFA. A intenção das camadas jovens era clara: desprovidos de serviços básicos na área da educação, da saúde, da segurança e dos transportes públicos, esses sujeitos não viam sentido no investimento de bilhões de reais para a realização de tão grandioso evento. Além disso, os problemas relacionados à corrupção e às parcerias condenáveis entre o poder público e a esfera privada passaram a ser o alvo da crítica dos manifestantes. Era de se esperar, portanto, o contra-ataque do Governo e da iniciativa privada – grandes empresas e marcas mundiais, sobretudo – beneficiária dos investimentos feitos, na forma de campanhas publicitárias que tentavam apagar as contradições sociais e políticas que a realização da Copa do Mundo de Futebol trazia ao centro das atenções populares.

A crítica em relação aos investimentos dos recursos públicos para as obras da Copa de 2014 se tornou foco das manifestações sociais ocorridas no Brasil em junho de 2013, durante a Copa das Confederações. Os investimentos com esse Mundial, conforme Pinto; Junqueira (2011), previam projetos de infraestrutura, edificações e obras, formação de capital humano, aquisição de bens de capital e em mídia e publicidade. Assim, ainda segundo os autores:

A estrutura necessária para a realização da Copa e dos eventos associados é extensa, compreendendo não apenas os estádios, que devem se adequar às especificações da Fifa, como também a base de tecnologia de informação em cada cidade-sede, os centros de mídia (IMCs) e de transmissão dos jogos (IBCs), e as instalações dos *Fan Parks* (grandes áreas de lazer para diversão pública e gratuita, que não existiam na década de 50). Mas não é só isso. Há ainda diversos aspectos da infraestrutura local que devem atender a certos padrões para que o evento seja viável, como complexos hoteleiros e acessos aos diversos modais de transporte que comportem o intenso movimento associado à Copa (PINTO; JUNQUEIRA, 2011, p. 12).

A previsão de gasto para as 12 cidades-sede da Copa de 2014 era de um investimento na ordem de R\$ 14,54 bilhões. Para a urbanização em torno dos estádios e novas arenas, os gastos eram estimados em R\$ 2,84 bilhões, visto que a maioria dessas cidades não possuía instalações esportivas capazes de receber os jogos. Em outras áreas havia previsão de gastos como na expansão e na adequação do parque hoteleiro, investimentos públicos em infraestrutura, transportes, reurbanização das cidades e segurança pública. Para dotar o país dessa estrutura era esperada a parceria entre a iniciativa privada e pública, mas os maiores gastos foram do governo federal (PINTO; JUNQUEIRA, 2011). Dessa forma, as críticas se

acentuaram em relação aos investimentos e as consequências das transformações previstas para as cidades, sobretudo em relação à mobilidade urbana do país.

Para Feres (2013, p.1), as críticas em relação à Copa de 2014 foram desencadeadas sob diversos aspectos:

Remoção de favelas, desvio de verba pública, falta de transparência e de diálogo com a população são apenas alguns dos temas que tornam a Copa no Brasil digna de desconfiança e, conseqüentemente, motivos suficientes para uma mobilização que busque apurar condutas inaceitáveis por parte dos órgãos competentes – notadamente os de caráter estatal – e reivindicar melhorias, segundo pautas sociais, que vão muito além da construção de novos e dispendiosos estádios. Foi a partir desta constatação que surgiram, em cada uma das doze cidades que sediaram o torneio, os Comitês Populares da Copa.

Esses Comitês Populares da Copa (CPC) passaram a liderar essas manifestações após a redução do preço das tarifas do transporte público, reivindicada pelo Movimento Passe Livre. A luta dos CPC iniciou ainda 2010, quando aconteceram os seminários sobre os impactos urbanos e as violações de direitos ocorridas por ocasião de megaeventos esportivos. Durante a Copa das Confederações, os CPCs comandaram os protestos em Brasília, Fortaleza, Salvador, Belo Horizonte e Rio de Janeiro. As principais críticas continuaram sendo direcionadas à reforma dos estádios, à construção das novas arenas, às remoções de grupos e famílias de áreas consideradas vulneráveis pelas remodelações urbanísticas, à própria FIFA, que exigia seu padrão com gasto de dinheiro público e sobre a suspeita de corrupção (ROMÃO, 2009).

Em 2014, ano da realização da Copa, os Comitês Populares passaram a atuar nas 12 cidades-sede onde aconteceram os jogos do Mundial. Estes Comitês Populares eram formados por membros das comunidades atingidas pelas obras da Copa e representantes de movimentos sociais e sociedade civil, que discutiam sobre as políticas urbanas no país.

Às vésperas da Copa do Mundo de 2014, manifestantes protestaram nas ruas e reivindicavam por mais verbas para a saúde pública, gratuidade e qualidade do transporte público, mais acesso e qualidade no ensino público, fim dos ataques do Estado contra os mais pobres, soberania nacional durante a Copa e o fim da especulação imobiliária. No momento em que se aproximava a realização da Copa, o país ainda presenciava uma onda de greves em vários segmentos como os de policiais e motoristas e cobradores de ônibus de São Paulo.

Nesse ambiente de descontentamento com as causas sociais, a abertura da Copa de 2014, no dia 12 de junho, foi marcada por alguns protestos. No Rio de Janeiro, na abertura do megaevento, os manifestantes exibiam cartazes contra a FIFA e as violações de seus direitos.

Além disso, um fato marcante ocorreu no jogo entre Brasil e Croácia, no Itaquerão, onde a presidente Dilma Rousseff sofreu vários xingamentos. Esse clima de manifestações contra a Copa impulsionou as discussões relacionadas ao futebol como elemento identitário nacional.

3.3 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL 2014

A Copa do Mundo é Nossa! Essa frase foi dita pelo Brasil afora após o anúncio do país como sede da Copa do Mundo de 2014, em evento realizado em Zurique, na Suíça, no ano de 2007. Naquele momento, houve a presença de personalidades políticas e do meio esportivo, como o então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e de ídolos do futebol brasileiro, como Romário e Dunga, jogadores tetracampeões mundiais pela seleção brasileira no ano de 1994. O presidente Lula assegurou, em seu discurso, a capacidade do país em receber o evento e enalteceu a paixão do brasileiro pelo futebol. Joseph Blatter, então presidente da FIFA, entidade que comanda o futebol mundial, reiterou a identificação do brasileiro com esse esporte. Blatter lembrou a conquista do pentacampeonato pela seleção do Brasil e destacou os jogadores brasileiros como os melhores do planeta. Esse discurso, em reafirmava o Brasil como país do futebol e a sua relação com a identidade nacional.

A pretensão do governo brasileiro de manter a identidade futebolística brasileira foi vista, sobretudo na campanha oficial do país, cujo slogan era: *Pátria de Chuteiras*, expressão que denota a representação da seleção junto à nação. O vídeo da campanha se inspirou em elementos que caracterizam o Brasil, como as cores verde e amarelo e apresentava vários bonecos simulando o jogo de futebol. Essa ideia de promover o Brasil como uma nação do futebol também foi massificada pela empresa Rede Globo de Televisão numa campanha institucional intitulada: *Somos um só* (CAMPOS, 2015).

A comunicação da emissora usa de imagens-centrais do imaginário do “país do futebol” – como a ideia do talento nato para jogar futebol, o ato de jogar em qualquer local e sob qualquer circunstância, entre outros – para construir a ideia de que o megaevento Copa do Mundo de 2014 vincularia a todos (CAMPOS, 2015, p. 221).

Com base nesse tipo de discurso sustentado e afirmado pela mídia, criou-se expectativa positiva entre os brasileiros em relação à Copa no Brasil que aconteceu em 2014. Essa forte associação entre o futebol e a identidade nacional, assim como a divulgação do país e disseminação de sua cultura pelo mundo, também motivou os brasileiros (CAMPOS, 2015).

Essa conotação pôde ser vista durante a proposta estratégica de organização da Copa, enviada à FIFA para candidatura do país à sede do Mundial de 2014. O próprio ministro do

Turismo, Luís Eduardo Barreto Pereira Filho, enfatizou as oportunidades que a Copa do Mundo possibilitaria para promover positivamente o país, sobretudo como destino turístico.

Vamos mostrar um país com inigualáveis belezas naturais, rica cultura, belas cidades e um povo alegre e receptivo. E vamos fazer isso permitindo ao turista usufruir de infraestrutura adequada nos destinos, qualidade do receptivo e nos demais serviços oferecidos, para que todos vivenciem a experiência de uma festa extraordinária produzida em um Brasil moderno, organizado, na linha de frente das mais importantes nações do mundo (BARRETO FILHO, 2007, p. 1).

A possibilidade de promoção e de visibilidade internacional, assim como a promessa de aceleração e fortalecimento do desenvolvimento econômico do país em setores como infraestrutura e mobilidade urbana, tornaram a Copa de 2014 importante para o país. Nesse sentido, a perspectiva era positiva em relação ao Mundial. Em 2008, isso foi constatado na pesquisa do Instituto Datafolha que apontou que 79% dos brasileiros apoiavam o megaevento.

Deste modo, como afirma Bernasconi (2013), a partir do momento em que o Brasil conquistou o direito de sediar a Copa, o país viu as chances de transformação, sobretudo na infraestrutura esportiva com a construção e reformas das arenas. Contudo, o autor relembra a experiência negativa ocorrida durante os Jogos Pan-Americanos, realizados no Rio de Janeiro, em 2007, quando as transformações urbanas se transformaram em obras inutilizadas.

Num complexo chamado de Cidade de Esporte, na Barra da Tijuca, surgiram o Park Aquático Maria Lenk, além de uma arena multiuso – palco das competições de ginástica e basquete - que depois foi concedida a iniciativa privada. Já no Bairro Engenho de Dentro, na Zona Norte, foi construído um novo estádio, o Olímpico João Havelange. No entanto, as dificuldades encontradas no decorrer das obras, muitas delas incompletas quando se iniciou a competição, os custos finais dos empreendimentos e a falta de perspectivas de utilização futura das instalações evidenciaram um aproveitamento irregular da oportunidade apresentada pelo Pan-Americano (BERNASCONI, 2013, p.140).

Essa discussão sobre os legados da Copa também ocorreu no ano de 2014. Para receber o Mundial, foram utilizados 12 estádios, alguns construídos e outros reformados com a pretensão de dotar as cidades-sede de estrutura física exigida pela FIFA. Dessas praças esportivas, algumas, como a Arena Pantanal e a Arena Amazonas, não têm perspectiva de uso, visto que a prática do futebol na região onde estão localizadas é quase inexistente e tem baixa média de público quando recebem jogos de torneios locais e nacionais (BERNASCONI, 2013).

Contudo, os megaeventos podem servir como estratégia de reconhecimento global em relação aos locais onde os mesmos são realizados, assim ocorreu com o Amazonas e o Pantanal, regiões que atraem turista pelas belezas naturais (BONFIM, 2012).

Nesse sentido, com a exploração midiática, é possível disseminar aspectos socioculturais do entorno dos espaços geográficos onde os megaeventos são realizados, sobretudo na Amazônia que desperta o interesse e o imaginário popular (LEITÃO, 2009).

Em relação aos impactos da Copa do Mundo, Mascarenhas (2007, p.4) esclarece que:

As condições socioeconômicas das cidades-sede, a maioria pertencente a países periféricos, o impacto de cada evento adquire relativamente maior envergadura. Num cenário urbano de escassez de infraestrutura básica, um evento desta dimensão pode contribuir para sanar determinados problemas. Mas pode também comprometer igualmente as escassas finanças públicas, e inclusive acirrar o nível de desigualdade social, conforme a distribuição espacial dos investimentos realizados.

Nessa perspectiva, a Copa no Brasil em 2014 passou a ser desacreditada por muitos brasileiros. As críticas contra o evento ocorreram, em sua maioria, justamente em relação à aplicação do recurso público com a construção das arenas e reformadas dos antigos estádios das cidades-sede. O evento que, inicialmente, aparentava ser de caráter privado teve seus custos bancados pelo poder público brasileiro. Os governos municipais, estaduais e federais se comprometeram em viabilizar as obras para atender as exigências da FIFA e cumprir com o dossiê apresentado à entidade no momento da candidatura do Brasil (CARVALHO, 2013). Dessa forma, o governo investiu 25,6 milhões de reais em obras, sendo 27,7% do total aplicado nos estádios, totalizando 7,09 bilhões de reais.

Junqueira (2012, p. 2) sintetiza essas dissonâncias em torno da Copa de 2014:

Assiste-se, neste contexto, a um enredo dramático marcado por intrigas, promessas, dúvidas e exigências cabidas ou descabidas, que passam a envolver não apenas autoridades do campo esportivo e da mídia, mas principalmente do Estado, cujo comprometimento e cumplicidade constituíram-se, desde o princípio, no aval fundamental para a conquista do sonho de sediar a Copa. Ainda que o crescente poder da FIFA em impor regras e exigências aos países e cidades sedes candidatos - muitas vezes contrariando disposições e prioridade desinternas a eles - venham adquirindo proporções alarmantes, o Brasil, assim como outros países no cenário contemporâneo, tem aderido ao projeto de sediar o campeonato mundial com submissa passividade.

Observa-se que governo cumpriu as exigências da FIFA para a realização da Copa de 2014 temendo a exclusão do Brasil das cidades que se propunham a ser sede do Mundial. Damo (2012) dialoga com Junqueira (2012) ao retratar esse poder da FIFA sobre os países sede das Copas do Mundo, sobretudo em relação aos direitos comerciais. A Copa, por se tratar de um evento de apelo popular e midiático e por ser o maior torneio de futebol do planeta, a FIFA consegue comercializar imagens e publicidade desde a candidatura do país até

a realização da competição. De acordo com Damo (2012), há uma justificativa e uma razão evidente para isso:

Além de ser o evento campeão de audiência – algo estimado em 6 bilhões de espectadores – é, provavelmente, aquele que consegue amealhar maior retorno em termos de patrocínio e comercialização – antes mesmo de a bola rolar, a FIFA havia arrecadado algo em torno de R\$ 5,6 bilhões em 2010, sendo que todas as previsões são de aumento de receitas para 2014 (DAMO, 2012, p. 55).

Este potencial do megaevento Copa do Mundo deve ser levado em consideração no sentido de potencializar a exposição do país. Nesse sentido, as estratégias comunicacionais são fundamentais, sobretudo em relação à gestão de imagens.

Para Tavares (2009), a venda da Copa do Mundo de 2014 ocorreu antes de 2010 nos noticiários esportivos carregados de ufanismo. Na visão do autor:

A copa não é mais só um espaço lúdico de competição do futebol em que os países disputam uma linda taça de ouro praticando um futebol-arte, dançante, alegre. Este evento é um dos mais importantes espaços de venda de mercadorias do mundo, talvez as mais raras e caras: seres humanos com habilidades especiais, ou ainda, para melhor compreensão, os jogadores (TAVARES, 2009, p.2).

Nessa lógica de mercado envolvendo a Copa do Mundo, segundo o autor supracitado, a FIFA se transformou numa multinacional de venda. Nesse sentido, o futebol virou negócio, onde a disputa do jogo, em si, passou ao segundo plano, enquanto as cifras que o movimentam se tornaram o aspecto mais importante do megaevento.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Qualquer estudo que se proponha a analisar a identidade de um povo deve lidar com o caráter dialógico e dinâmico do tema, o que requer uma postura metodológica atenta às manifestações do discurso. Desse modo, ao aliar a compreensão da identidade nacional ao evento da Copa do Mundo noticiado tanto na CartaCapital quanto na Veja, evidencia-se que a compreensão do tema se apoia numa abordagem qualitativa, atenta tanto às formas mais evidentes de manifestação quanto às mais sutis. Assim, uma abordagem qualitativa exige procedimentos metodológicos que esmiúcem a temática (MINAYO, 2003). É o que será visto neste quarto capítulo.

4.1 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS DA INVESTIGAÇÃO

4.1.1 Natureza da Pesquisa

Considerando que o objetivo dessa investigação foi analisar as narrativas midiáticas construídas nas revistas CartaCapital e Veja em torno dos protestos das Jornadas de Junho, ocorridas durante a Copa das Confederações em 2013 e na Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as suas referências lançadas na construção da identidade nacional com base no futebol, ressalta-se que essa pesquisa é qualitativa, pois oferece profunda compreensão do fato estudado, enfatizando o processo dos acontecimentos ao longo do tempo. Assim, busca-se compreender os fenômenos estudados utilizando a descrição e a interpretação, reduzindo a distância entre teoria e prática (TEIXEIRA, 2005).

Conforme Teixeira (2005, p.140):

Na pesquisa qualitativa o social é visto com um mundo de significado passível de investigação e a linguagem dos autores sociais e suas práticas as matérias-primas dessa abordagem. É o nível dos significados, motivos, aspirações, atitudes, crenças e valores que se expressa pela linguagem comum e na vida comum e na vida cotidiana o objeto da abordagem qualitativa.

Minayo (2001, p. 57) dialoga com Teixeira (2007) e define que o método qualitativo deve ser aplicado ao “estudo da história, das relações, das representações, das crenças, das percepções e das opiniões, produtos das interpretações que os humanos fazem a respeito de como vivem, constroem seus artefatos e a si mesmos, sentem e pensam”.

Essa interpretação, proposta por Minayo (2001), é feita a partir de dados coletados, sendo, os estes, simbólicos e relacionados a um contexto definido que expressa a realidade. É nesse sentido que pretende se desenvolver a pesquisa, pois ela será baseada em representações simbólicas relacionadas à construção da identidade nacional brasileira. Ao lidar com o aspecto simbólico do fenômeno, ressalta-se a atuação do pesquisador que, mais do que preencher vazios, capta os significados atribuídos pelos indivíduos às manifestações e materializados nas revistas mencionadas.

Godoy (1995a) contribui com a pesquisa qualitativa ao descrever como características fundamentais desse tipo de pesquisa: a sua relação com o ambiente natural como fonte direta de dados, ao apontar o pesquisador como algo fundamental; o caráter descritivo da pesquisa; o significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida, como preocupação do investigador; e, por último, o enfoque indutivo. Essas características estão presentes nesse estudo, sobretudo, por se tratar de pesquisa descritiva e de significados atribuídos pelas narrativas jornalísticas.

Nesse sentido, se torna pertinente a nossa pesquisa no campo da Comunicação, uma vez que possibilita descrições detalhadas dos textos estudados e, para além disso, o inesgotável esforço de interpretação da história recente do país.

4.1.2 Métodos e Técnicas Empregados no Estudo

As pesquisas descritivas, como o próprio nome as define, visam descrever características de determinado fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 1999). Triviños (1987, p. 110) também aponta que esse é um tipo de pesquisa que descreve com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade. Ao descrever, a “intenção do pesquisador é conhecer determinada comunidade, suas características, valores e problemas relacionados à cultura”. Gonçalves (2003) relata que a pesquisa descritiva, por meio da qual se descreve as características do objeto de estudo, utiliza da observação e do levantamento de dados. Assim, o pesquisador, embora interaja com o tema estudado, não poderá interferir sobre os dados coletados, pois a pesquisa tem a finalidade de apresentar suas características sem manipulá-las.

A análise de conteúdo como técnica de análise de dados ocupa lugar de destaque entre os métodos qualitativos em virtude da preocupação com o rigor científico e a profundidade das pesquisas no campo da comunicação.

Como define Duarte (2010), este tipo de pesquisa propõe investigar os fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa e salienta que análise de conteúdo se preocupa em analisar as mensagens, cumpre com a sistematicidade e a confiabilidade.

A análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num *conjunto de procedimentos* que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva - porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagem, possam chegar às mesmas conclusões (DUARTE, 2010, p. 286).

Mozatto (2011, p.4) afirma que a análise de conteúdo “constitui uma técnica que trabalha os dados coletados, objetivando a identificação do que está sendo dito a respeito de determinado tema e há a necessidade da decodificação do que está sendo comunicado” através de vários tipos de análise, como a categorial, que será utilizada nesse estudo para identificar o material a ser analisado.

A obra de Bardin (2011), um estudo de referência em se tratando de análise de conteúdo e seus procedimentos metodológicos, evidencia que:

A análise de conteúdo é um *conjunto de técnicas de análises das comunicações*. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações (BARDIN, 2011, p. 37, grifos da autora).

De acordo com Bardin (2011), análise de conteúdo tem como objetivo enriquecer a leitura dos dados coletados, compreender o sentido das comunicações, seu conteúdo ou significações. Dessas comunicações estão os materiais textuais escritos e fotográficos que foram usados na busca por respostas às questões dessa pesquisa.

As etapas técnicas propostas por Bardin (2011) e Triviños (1987) para a análise de conteúdo são: Organização da análise, Codificação, Categorização, Inferência, Tratamento dos resultados e Interpretação. De modo geral, as etapas técnicas, propostas pela autora, correspondem a pré-análise; a exploração do material e o tratamento dos resultados, constituído pela inferência e interpretação.

A organização da análise corresponde à organização do material a ser pesquisado, uma fase em que são selecionados os documentos das análises. Como aponta Bardin (2011), é um momento em que se faz uma leitura flutuante de todo o material, o que possibilita ao pesquisador formular os objetivos, definir as hipóteses e o corpus da investigação.

A codificação se refere à transformação dos dados brutos do texto e é organizada por meio de recortes que são as escolhas das unidades; a enumeração, definida como regra de contagem; e a classificação e agregação que definem as categorias a serem analisadas.

Em relação à categorização, Bardin (2011, p. 147) a define como “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia) com critérios previamente definidos”. As categorias são unidades de registros, ou seja, unidades do texto agrupadas de acordo com suas características comuns que servem para dá significado às mensagens.

A inferência é um momento entre a descrição e a interpretação dos dados. A partir dos dados observados pelo analista, se infere informações sobre as mensagens. Já a interpretação é a fase em que o analista atribui significação aos resultados finais.

A técnica de análise aplicada nessa pesquisa é a do tipo categorial que, na concepção de Bardin (2011), é feita pelo desmembramento do texto em unidades que se caracteriza por um processo que classifica os elementos e evidencia aquilo que têm em comum. Para a autora, comporta a etapa do inventário (parte em que o pesquisador isola os elementos) e classificação (momento de separar os elementos e organizar as mensagens). Deste modo, a categorização possibilita fornecer uma representação simplificada dos dados brutos.

Oliveira et al. (2003) considera a categorização como uma das etapas mais importantes da pesquisa, uma vez que a análise de conteúdo depende do sistema de categorias definidas. Para o autor, assim como pensa Bardin (2011):

A categorização gera classes que reúnem um grupo de elementos da unidade de registro. As classes são compiladas a partir da correspondência entre a significação, a lógica do senso comum e a orientação teórica do pesquisador. Portanto, os critérios para a categorização podem ser semânticos; sintáticos; léxico ou expressivos.

Entre as diferentes possibilidades de categorização, escolheu-se a investigação dos temas ou análise temática, rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos diretos (significações manifestas) e simples (BARDIN, 2011).

Para realizar a pesquisa, utilizou-se como corpus as revistas CartaCapital e Veja. O jornalismo de revista possibilita maior contextualização e identificação entre o leitor e a revista e, ainda, se destaca como meio que cria “um fio invisível que une um grupo de pessoas e ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo” (SCALZO, 2014, p.37). Este tipo de jornalismo, praticado pelos semanários, é um meio de informação e de reprodução de práticas sociais evidenciadas através de reportagens e temas mais reflexivos (ROQUE et al., 2014).

A revista Veja, objeto de estudo dessa pesquisa, foi o primeiro periódico a explorar o jornalismo em revista. Foi fundada pela editora Abril em 1968, por meio de Roberto Cívita. O objetivo da revista era diminuir as distâncias geográficas do Brasil, manter o país bem

informado e acompanhar o desenvolvimento de vários setores como negócios, educação, esporte e religião (VILLALTA, 2002). A revista Veja, de leitura direcionada à classe média, é considerada a mais lida desse segmento informativo e a mais vendida no Brasil com uma tiragem anual de 1.110.180 exemplares.

A Veja surgiu na época da ditadura militar e no ano em que foi redigido o Ato Institucional AI-5, que estabeleceu a censura prévia no Brasil (IUAN, 2014) e conseguiu se manter com a linha editorial baseada no liberalismo econômico e na lógica de mercado. No início, teve quase 700 mil exemplares vendidos de seu primeiro número, embora, nos anos de 1968 a 1972, sua circulação diminuiu até chegar ao número de 47 mil exemplares (VILLALTA, 2002). O semanário abordava temas do cotidiano, como política, economia, cultura e comportamento. Conforme Villalta (2002, p. 8):

Com características próprias, embora baseadas nos já consagrados semanários norte-americanos Time e Newsweek, e diferente de outras publicações bem-sucedidas da casa, como Claudia e Realidade, a revista semanal de informação Veja, era orientada para a integração de um país continental através da notícia, surgia três meses antes do Estado militar ditar o Ato Institucional nº5, caracterizado como a mais autoritária lei de exceção dos militares que entre outras arbitrariedades, ressuscitava a censura prévia à imprensa, modificando profundamente a noção de liberdade de expressão, tão essencial a uma autêntica e crítica prática comunicacional. O reflexo disso em Veja aparece logo em sua décima quinta edição, de 18 de dezembro de 1968, que trouxe na matéria de capa uma foto do presidente da República, Marechal Arthur Costa e Silva, sozinho no Congresso, sem nenhuma chamada ou legenda, tendo sido apreendida logo que chegou às bancas.

A censura na Veja ocorreu a partir de 1974, durante o governo do general Ernesto Geisel. Nesse mesmo ano, a revista resistiu à censura. Na ocasião, publicou uma charge de Millôr Fernandes que mostrava “prisioneiro torturado cheio de carimbos oficiais (“cancelado”, “pago”, “confidencial”, “lançado”, “urgente”, etc.) e abaixo o escrito “Nada consta” (GAZOTTI, 2001, p.3).

Contudo, como destaca Pereira (2011, p. 82):

[...] o viés político acabou por se tornar uma das questões mais controversas do semanário. Se no início a Veja, posiciona-se contrária ao regime militar, poucos anos de sua fundação, ela mostra-se mais próxima do círculo de poder. Essa situação refletiu na demissão, em 1975, do jornalista Mino Carta, um dos fundadores da revista.

Nesse período de ditadura militar, a revista Veja dava ênfase ao futebol, visto que era um momento em que se consolidava como elemento constituinte de um projeto de nação, em que esse esporte virou elemento sociocultural e meio de afirmação da identidade.

Terciotti (2011), com a pesquisa intitulada *Futebol e Nacionalismo*, fez uma análise na revista *Veja*, no período de 1969 e 1970, e observou a presença de matérias que abordavam questões do futebol brasileiro, sobretudo da seleção nacional. Em 1969, a revista destaca nas capas sobre a Copa de 1970, como a edição de número 92 que trazia a chamada *1 X 0 - O Brasil vinga 66*.

Chagas (2009) também evidencia que as reportagens da *Veja* mostravam o futebol como elemento da identidade nacional e o relacionava ao regime. Segundo o autor, a propaganda divulgava e fortalecia a identidade nacional e demonstrava os militares comprometidos com os anseios da população.

O futebol, além de servir aos ideais do governo de busca por uma alma nacional poderia demonstrar a grandeza do Brasil. Algumas das ideias divulgadas pelos militares tiveram suas bases ideológicas estabelecidas no Estado Novo, momento em que a forte presença do Estado imprimiu características patrióticas e ufanistas aos esportes. O governo pretendia estimular a identificação dos brasileiros através do estímulo a sentimentos de reconhecimento entre os indivíduos. (CHAGAS, 2009, p.4).

A *CartaCapital*, que também faz parte do corpus dessa pesquisa, foi fundada em 1994, por Mino Carta e trata dos temas da atualidade, de economia, política, saúde, esporte e cultura do país. A princípio, a sua tiragem era quinzenal, mas em função da concorrência com as demais revistas que ocupavam o mercado desse segmento, como a *Veja* e a *Isto É*, passou a ser semanal, com conteúdos contextualizados e analíticos. Publicada pela Editora Confiança, se tornou uma das principais referências do país no meio impresso.

De janeiro a dezembro de 2012 a 2014, a revista possuía uma tiragem de 65 mil exemplares semanais, auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) do mercado Brasileiro, atingindo uma audiência de mais de 230 mil leitores. Além da versão impressa, a *CartaCapital*, desde 1999, está com o conteúdo *online*. A revista defende ter uma linha editorial progressista e transparente sensível aos direitos humanos.

A *CartaCapital*, em seu primeiro editorial, dá destaque aos assuntos políticos. Mino Carta, que assina o editorial, define a proposta da nova revista de informação do país como:

Uma CARTA Capital endereçada ao coração do poder. De fato, ela vai falar de e para aqueles que, nos mais diversos níveis, decidem os destinos de comunidade. Aqueles que teriam de dar o exemplo ao escolher as melhores rotas com os olhos voltados para os interesses da sociedade toda. (BARREIROS; AMOROSO, 2008, p.123).

Nesse contexto, Santos (2010, p.304) define a *CartaCapital* como sendo:

Uma revista semanal noticiosa, com proposta editorial ancorada naquilo que a revista considera ser os três fundamentos básicos do bom jornalismo:

fidelidade à verdade factual, espírito crítico e fiscalização do poder onde quer que ele se manifeste. CartaCapital se auto define, desde a sua origem, como uma das principais referências de formadores de opinião e leitura obrigatória da elite econômica e intelectual do país.

Mesquita (2014) corrobora esse pensamento de Santos ao destacar a CartaCapital enquanto um meio informacional diferenciado dos demais no país. O autor aponta o aspecto político e ideológico da CartaCapital como sendo o seu ponto diferencial, visto que a posição do semanário é declarada, em editorial, assinado pelo diretor Mino Carta.

Essa contextualização das revistas CartaCapital e Veja possibilita o conhecimento sobre o meio no qual estavam inseridas no momento de sua criação, melhor definição das características de cada uma no jornalismo de revista e a linha editorial implantada. Assim, possibilitará que se entenda como cada revista se posicionou nas narrativas sobre a identidade nacional brasileira durante a Copa das Confederações, em 2013, e na Copa do Mundo de 2014.

4.1.3 *Corpus de Análise*

A definição do material jornalístico (matérias, reportagens, editoriais, textos de colunas, fotografias e legendas) relacionado aos destaques e chamadas de capas das revistas CartaCapital e Veja, publicados no período de junho de 2013 a julho de 2014, ocorreu por meio de uma pré-análise baseada no planejamento sistematizado de ideias e partindo de uma leitura flutuante de todas as matérias. Esse conteúdo jornalístico é relacionado à Copa das Confederações, aos protestos e às manifestações contra a Copa do Mundo de 2014 e ao próprio Mundial realizado no Brasil. O período analisado ocorreu em face da realização dos protestos das Jornadas de Junho, movimento que se disseminou pelo país e se estendeu às críticas contra a Copa do Mundo de 2014. Nesse cenário de protestos, que se tornou um marco na história social e política do Brasil, indiretamente, fomentou discussões sobre a representação do futebol na contemporaneidade, enquanto símbolo da identidade nacional.

A partir da organização do material e da leitura flutuante, definiu-se o recorte temporal da pesquisa em 12 meses. Das revistas publicadas nesse período, 24 edições abordaram as temáticas relacionadas à pesquisa. A revista Veja abordou em 15 edições e a CartaCapital em 9 edições. No total, foram identificadas 58 matérias, sendo 39 publicadas pela Veja e 19 pela CartaCapital. No segundo momento da pesquisa, fez-se a codificação, categorização e as

inferências. Nessa etapa, identificaram-se as temáticas predominantes nas 58 matérias e suas frequências, relacionando-as à questão identitária brasileira e o futebol.

Dessa forma, as matérias foram analisadas, interpretadas, quantificadas e definidas em categorias semânticas. Para a definição das categorias, relacionaram-se sub-categorias que foram agrupadas por similaridade. As categorias foram determinadas de forma quantitativa e baseadas na sua frequência por matéria. Em algumas matérias foram identificadas mais de uma categoria, sendo que em alguns casos, as mesmas, são interligadas e complementares entre si.

Portanto, ao consolidar a soma ou a frequência das categorias e relacionando-as com as matérias, encontrou-se uma frequência de 97 categorias que podem ser observadas na tabela 1. Com base nessa identificação e tomando como parâmetro a frequência e o critério de similaridade, foram identificadas as categorias: *Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa dois Países?*; *Dicotomia Identitária: O Adeus à Pátria de Chuteira?*; *Futebol-Arte: Falência e Ausência de Craques?*; *Cordialidade Social: Para Além do Campo?*; *Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?*. Essas categorias identificadas tiveram a sua frequência organizada em percentual, sendo que a de maior predominância foi *Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa dois Países?* com 31,7% do material jornalístico analisado. A Tabela 1 mostra o percentual de frequência das categorias apresentadas pelas revistas CartaCapital e Veja no período de junho de 2013 a julho de 2014, recorte temporal dessa pesquisa.

As categorias identificadas nas matérias da revista CartaCapital e Veja se definiram assim:

Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa, dois Países?: 31

Dicotomia Identitária: O Adeus à Pátria de Chuteira?: 28

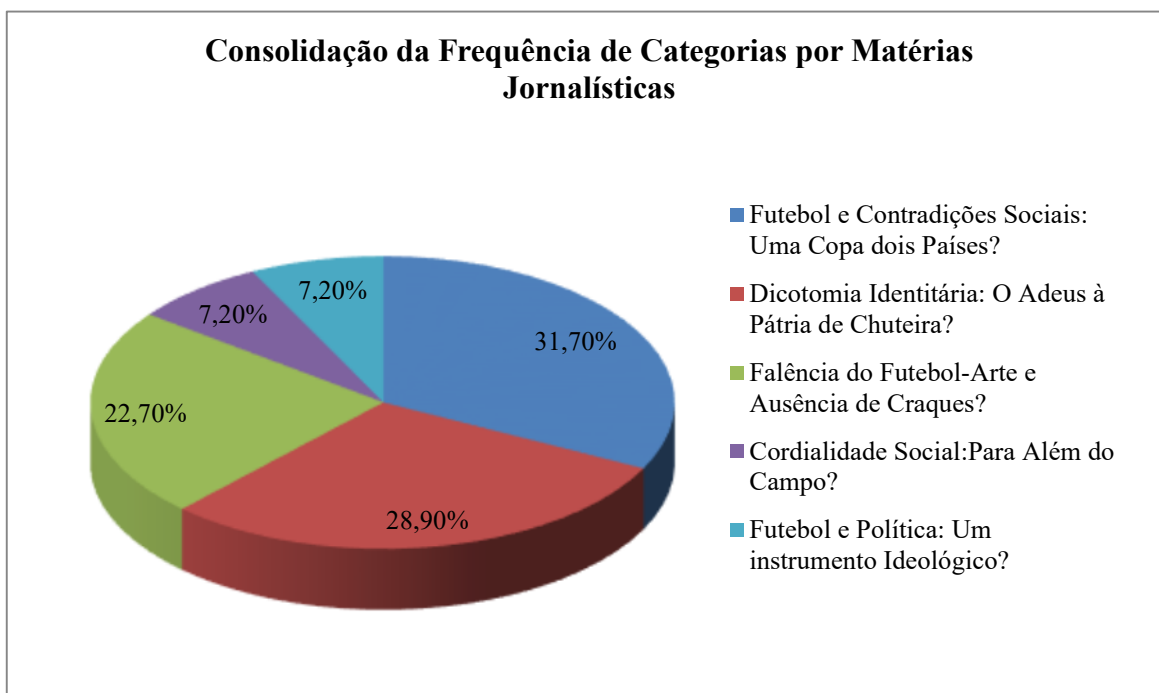
Futebol-Arte: Falência e Ausência de Craques?: 22

Cordialidade Social: Para Além do Campo?: 9

Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?: 7

Tabela 1 - Consolidação da frequência de categorias por revista/ano

CATEGORIAS	CARTACAPITAL 2013	CARTACAPITAL 2014	VEJA 2013	VEJA 2014	TOTAL	PERCENTUAL
<i>Futebol e Contradições Sociais; Uma Copa dois Países?</i>	4	4	12	4	31	31,7%
<i>Dicotomia Identitária: Adeus à Pátria de Chuteira?</i>	-----	10	8	10	28	28,9%
<i>Futebol-Arte: Falência e Ausência de Craques?</i>	-----	9	4	9	22	22,7%
<i>Cordialidade Social: Para Além dos Campos?</i>	-----	5	2	2	9	9,3%
<i>Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?</i>	-----	3	3	1	7	7,2%
TOTAL DE CATEGORIAS IDENTIFICADAS					97	100%

Gráfico 1

As definições dos critérios das categorias encontradas nesse estudo foram desenvolvidas levando em consideração os seguintes aspectos:

Categoria 1: Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa dois Países?: Remete às questões relacionadas às manifestações sociais vinculadas à Copa das Confederações de 2013 e a Copa de 2014; Organização da Copa; Incapacidade do país de sediar a Copa; Corrupção; Gastos públicos na construção das obras da Copa; As intervenções causadas pelas obras de mobilidade urbana e a remoção das famílias; Segurança nos estádios; Estrutura e descaracterização do futebol brasileiro.

Categoria 2: Dicotomia Identitária: Adeus à Pátria de Chuteira?: Essa categoria diz respeito ao questionamento sobre a identificação nacional relacionada à seleção brasileira. Essa categoria ainda se relaciona com o desempenho da seleção brasileira, a bravura dos jogadores, patriotismo, exaltação dos símbolos nacionais – bandeira, hino e mitos.

Categoria 3: Falência do Futebol-Arte e Ausência de Craques?: Remete à ausência do estilo brasileiro de jogar, conhecido como futebol-arte; ausência de craques na seleção brasileira; memória dos grandes ídolos do futebol brasileiro do passado; Jogador Neymar, como símbolo da seleção; criatividade e malandragem no estilo de jogo brasileiro.

Categoria 4: Cordialidade Social: Para Além do Campo?: Refere-se à cordialidade do brasileiro, às festas proporcionadas durante a Copa do Mundo de 2014 e a receptividade dos brasileiros em relação aos estrangeiros.

Categoria 5: Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?: Remete à associação da política como instrumento ideológico relacionada com a Copa das Confederações de 2013 e à Copa do Mundo de 2014.

Com essa identificação, verifica-se as categorias presentes nas matérias com maior frequência, relevância e significação para os objetivos dessa pesquisa. Das 58 matérias publicadas pelas revistas CartaCapital e Veja, no período analisado, foram selecionadas as matérias de acordo com a sua importância. A partir daí, realizou-se a fase da descrição de análise do *corpus* correspondente à inferência e a interpretação da análise de conteúdo sobre as mensagens contidas no material jornalístico (reportagens, editoriais, textos de colunas, fotografias e legendas) através de índices que evidenciaram aspectos relacionados à construção da identidade nacional brasileira por meio do futebol no contexto da Copa das Confederações de 2013, dos protestos das Jornadas de Junho e da Copa do Mundo de 2014.

Dessa forma, descreve-se como as narrativas presentes nas revistas CartaCapital e Veja dentro do recorte dessa pesquisa definiram a identidade nacional brasileira, relacionada ao futebol, a partir do conteúdo do material jornalístico dos protestos contra a Copa do Mundo

de 2014, que iniciaram desde a Copa das Confederações em 2013 até a realização do Mundial no país no ano seguinte. Assim, fez-se a relação entre os dados pesquisados com as discussões teóricas abordadas nessa pesquisa sobre assuntos relacionados à identidade, identidade nacional, futebol e identidade nacional, mídia e Copa do Mundo, tendo como principais referências os estudos de Stuart Hall, Néstor Garcia Canclini, Zygmunt Bauman, Gustavo Said, Ronaldo Helal e Édson Gastaldo.

5 ANÁLISE DAS REVISTAS CARTACAPITAL E VEJA

5.1 CATEGORIAS IDENTIFICADAS

5.1.1 Dicotomia Identitária: O Adeus à Pátria de Chuteira?

Essa categoria se refere ao questionamento sobre a identificação da nação brasileira com a seleção nacional, ao desempenho do selecionado brasileiro na Copa de 2014, à bravura do jogador, ao patriotismo e ao nacionalismo expressos nas narrativas das revistas estudadas.

Na reportagem de capa da revista *Veja* do dia 3 de julho de 2013, selecionada para a análise, essa ideia da seleção nacional como representante da nação está presente. A matéria, cujo título é *Adeus à Pátria de Chuteira*, escrito por Fábio Altman, fala da participação do Brasil na Copa das Confederações em 2013, relaciona os protestos de junho de 2013 - quando aconteceu esse torneio futebolístico - e o reflexo das críticas sobre o excesso de gastos com a Copa de 2014. O repórter declara, em trecho da reportagem, posicionamento contrário à condição do Brasil como país do futebol. Para tanto, usa um trecho do colunista John Clarin, do *Jornal El País*, o qual critica o brasileiro por protestar contra a Copa de 2014, visto que considera o Brasil como “país do futebol” e o melhor país para celebrar a festa da Copa.

Na narrativa, Fábio Altman faz uma relação a esse pensamento de John Clarin e evidencia que houve mudança no Brasil do futebol, pois o país perdeu parte das características que lhes eram peculiares e de referências identitárias como “o país da festa”, “da malandragem” ou mesmo do “Carnaval” (*VEJA* 3/7/2013, p.79). Percebe-se que o repórter mostra dados que contrastam as ideias do sociólogo Roberto DaMatta (1996), quando o mesmo defende o modo de ser do brasileiro por meio da malandragem, ou seja, como a arte de sobressair nas situações difíceis e o “jeitinho”, meio de conciliar os interesses do sujeito, com uma relação aceitável.

Assim, o repórter contrapõe o pensamento de John Clarin e aponta sinais de mudanças no Brasil, país do futebol e da pátria de chuteira, ou seja, da relação entre a seleção e a nação, sobretudo após as Jornadas de Junho, movimento de protesto contra a Copa de 2014. O texto mostra que a seleção brasileira já não é a legítima representante do país. Entende, ainda, que o desempenho da seleção, seja ele positivo ou negativo, deve ser encarado apenas como um resultado do campo esportivo e não como sentimento patriótico, percebido em outros Mundiais de Futebol, como o de 1950, quando a seleção brasileira perdeu o título da Copa para a equipe do Uruguai, no Estádio Maracanã. O repórter faz um comparativo desse

momento histórico de 1950 que comoveu a nação brasileira e causou uma espécie de tragédia no país, conforme apresenta o trecho a seguir, com o que o futebol representa no cenário atual.

É bom entendermos que, desde a histórica manifestação de junho, alimentada boa parte pela raiva contra os excessivos gastos públicos para erguer os estádios, já não somos a Pátria de Chuteiras. O Brasil poderá até vencer a Espanha na final da Copa das Confederações, e tudo isso não passará de um excelente resultado, a constatação de que, sim, teremos uma boa seleção para 2014. Dificilmente a presidente Dilma vai recebê-la no Palácio do Planalto com a habitual pompa e circunstâncias dessas ocasiões. Se perder, será apenas uma derrota, e nada mais. Cenas de pranto como as da derrota para o Uruguai, em 1950, no Maracanazo, são improváveis, para não dizer descabidas (VEJA, 3/7/2013, p. 79).

Nesse trecho da matéria, ao descartar a possibilidade de ocorrer cenas de prantos, o repórter remete a falta de envolvimento afetivo do torcedor com a seleção e aponta que o resultado negativo da mesma já não comove tanto o torcedor quanto em 1950, quando a derrota provocou tristeza entre os brasileiros e havia discurso de união e integração da nação por meio da seleção nacional. Essa ideia do repórter Fábio Altman se resume ao pensamento de Helal; Gordon Junior (2002, p. 13), quando afirmam que “as narrativas em torno da seleção brasileira de futebol já não tratam de forma homogênea o futebol como metonímia da nação”. A imprensa, ao construir as narrativas sobre futebol, já não vê nesse esporte uma referência identitária brasileira na sua totalidade. Observa-se que isso aconteceu na Copa de 2014 como também em outros Mundiais, sobretudo os ocorridos entre os anos de 1994 e 2010. A seleção brasileira, desacreditada, por parte da população, provocou perda na sua representatividade no país.

É importante ressaltar que as derrotas e vitórias de 1950 e 1970, respectivamente, que conseguiram comover o país, ocorreram no período de construção de um projeto de nação. Era o momento em que o Estado legitimava o discurso oficial em torno da seleção como representante do país. A seleção brasileira de futebol, em termos de representatividade, era comparada aos principais símbolos da nação como o hino e a bandeira (HELAL; CABO, 2014). Portanto, naquele momento havia um vínculo maior entre a seleção e a nação.

Historicamente, as narrativas que evidenciam a associação da seleção brasileira de futebol com a nação, uma tradição inventada, presente nos conceitos de Hobsbawm e Ranger (1997), e defendida nos moldes da comunidade imaginada de Benedict Anderson (2008), iniciou, ainda, por meio do Campeonato Sul-Americano de 1919, quando o time brasileiro conquistou o primeiro título internacional. A partir da Copa do Mundo, em 1938, na França, a imprensa contribuiu no sentido de enaltecer o desempenho da seleção nacional tornando-a

símbolo de superioridade sobre as demais nações do mundo. Desde então, as Copas passaram a ser consideradas potencializadoras de tradições. (HELAL; CABO, 2014).

Contudo, a fama internacional do futebol brasileiro, antes sintetizada na frase “com o brasileiro não há quem possa” (GUERRA; MOSTARO, 2014, p.110), potencializada após o título do Brasil na Copa da Suécia, em 1958, parece não expressar o mesmo sentido em 2014.

O jornalista Luís Gonzaga Beluzzo, por exemplo, compara a supremacia da seleção brasileira, no contexto do Mundial de 2014, como uma espécie de ideia mítica. Isso é evidenciado no trecho da matéria da CartaCapital, assinada por Beluzzo e intitulada *O apito Amigo Salva a Seleção. Não é a primeira vez*. Nessa matéria, ao fazer uma análise sobre a estreia do Brasil na Copa de 2014, Beluzzo afirma que o selecionado brasileiro já não é mais o melhor do mundo frente às demais nações. Conforme evidencia o trecho:

Os brasileiros cultivam crenças perigosas, somos os melhores do mundo e só podemos perder para nós mesmos. Não vamos nos enganar. O jogo de abertura da Copa nos mostrou que podemos perder para qualquer um dos adversários. O amigo torcedor, aquele que se esfalfa e sofre nas arquibancadas sabe que a procissão de soberbas malfazejas só entra em campo para decretar nossas derrotas (CARTACAPITAL, 18/6/2014, p.46).

A revista *Veja*, do dia 16 de julho de 2014, também retrata um posicionamento semelhante em relação ao desempenho da seleção. Na coluna de Júnior Guzzo, que traz como título: *Com Muito Orgulho*, interpreta-se que o texto é construído no sentido de mostrar ao leitor que o resultado humilhante de 7 a 1, que o Brasil sofreu para a Alemanha no jogo válido pelas semifinais do Mundial de 2014, foi apenas um resultado presente em uma disputa esportiva.

Apenas uma derrota esportiva, risco que existe em toda competição e do qual está livre só quem não compete. Numa sociedade razoavelmente adulta, capaz de separar futebol de honra nacional e felicidade do povo, vergonha na cara e outros valores, reais ou imaginários, o massacre que o time do Brasil viveu no Mineirão seria uma derrota horrenda, constrangedora e francamente exótica – mas uma derrota num jogo de bola, só isso, sem nenhum prejuízo material para ninguém, para o país ou para o equilíbrio psicológico de quem quer que seja (VEJA, 16/7, 2014, p. 114).

Nesse trecho, o colunista Júnior Guzzo tenta desconstruir a ideia do futebol enquanto elemento primordial e de referencial identitário no Brasil. Nesse sentido, o repórter retrata, mais adiante, o papel da mídia, sobretudo do jornalismo esportivo e das estratégias de marketing do governo que favorecem a identificação do brasileiro com o futebol.

Com a pressão neurótica aplicada ao futebol pelos meios de comunicação e pelos noticiários esportivos e autoridades públicas, políticas em geral, departamento de marketing e de grandes empresas, agências de publicidades

e interesses econômicos que envolvem bilhões de dólares, constrói-se sistematicamente no Brasil, um ambiente artificial de histeria que contamina a sociedade quase inteira quando se trata de futebol e Copa do Mundo (VEJA, 16/7, 2014, p.114).

Isso se torna recorrente nos meios de comunicação, sobretudo em épocas de Copa do Mundo. Os veículos de comunicação utilizam campanhas publicitárias e outros tipos de estratégias, como o discurso jornalístico, a fim de associar a seleção brasileira à nação. (GASTALDO, 2015). Dessa forma, a Copa se torna um evento que possibilita a construção de narrativas midiáticas que reforçam essa identidade nacional, embora no contexto pós-moderno de fragmentação das identidades, no qual aconteceu o Mundial de 2014, no Brasil.

Ainda sobre a perda de vínculo da seleção enquanto símbolo máximo da nação, na edição do dia 16 de julho de 2014, a CartaCapital traz uma reportagem que tem como título: *S.O.S em Campo*, assinada por Mino Carta. No texto, diversas temáticas são abordadas. A linha fina mostra o posicionamento crítico da revista sobre a seleção brasileira. Como segue o trecho: “Ao contrário do que pretendiam a mídia e a oposição, a Copa provou que os maiores problemas do Brasil ficam no gramado” (CARTACAPITAL,16/7/2014, p.22). Assim a revista critica o desempenho da seleção nacional em detrimento da organização do Mundial no Brasil, alvo de críticas da grande mídia em função dos atos de protestos que antecederam ao evento.

O primeiro parágrafo da matéria faz referência à foto de capa da CartaCapital (Figura 1) que traz um garoto com as cores da bandeira do Brasil, pintadas no rosto, chorando pela eliminação do país da Copa do Mundo de 2014. A reportagem ao invés de destacar o choro da criança como ato de amor à seleção brasileira usa como crítica para apontar que o futebol brasileiro já não é a principal referência no Brasil. Isso é evidenciado no trecho da matéria:

Uma criança que chora por culpa do pai dá pena. Com o pai, como haveria de ser, não aprendeu que o futebol é apenas um jogo e que a pátria não calça chuteiras, além de ser o derradeiro refúgio dos covardes, conforme o doutor Johnson. Pela lição paterna, deveria entender a justa dimensão do ludopédio, e hierarquizar a sua importância na relação com outras questões propostas pela vida, embora esteja longe de ser pecado perceber graça e arte no trato da bola (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p.22).

Mino Carta destaca outro trecho interessante, nesta mesma matéria, quando compara Djalma Santos, jogador campeão pelo Brasil nas Copas de 1958 e de 1962, com o zagueiro da seleção brasileira de 2014, David Luís, que atua no Paris Saint-Germain. Como mostra no trecho:

Sobe à memória, do longínquo passado, uma foto de Djalma Santos, campeão em 58 e 62, a carregar as chuteiras embrulhadas em papel jornal, e

logo sobrevém de chofre a imagem de David Luiz em lágrimas ao sair de campo. No microfone que prorrope debaixo de sua boca trêmula, soluça: Eu queria apenas a felicidade do meu povo, a alegria de todos. Mario Moraes afirmaria dele: tecnicamente razoável, taticamente nota zero. E no mais, o que dizer do zagueiro recém-adquirido pelo PSG por 50 milhões de libras: hipócrita ou parvo? Ou reuniria em um único ser humano as duas características? (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p. 22).

Nesse trecho, o choro e a declaração de David Luiz, após a eliminação do Brasil na Copa de 2014, evidenciam um sentimento do jogador de amor à pátria. Vestir a camisa da seleção nacional, como diz DaMatta (2006, p.82), “pesa como chumbo nos ombros de quem a veste”. Porém, a comparação de Mino Carta entre Djalma Santos e David Luiz, remete a uma crítica ao não comprometimento dos jogadores com a seleção brasileira em 2014. Vestir a camisa do selecionado brasileiro já não é sinônimo de orgulho, visto que, além da seleção, os jogadores têm identidade com o clube onde atuam. A maioria dos brasileiros se transfere, no início da carreira, para jogar em outros países e mantém uma maior identificação com esses clubes. Isso possibilita a perda de identificação e afetividade com a seleção brasileira (BRINATI; TEIXEIRA, 2014). Esse desinteresse dos atletas pela seleção, Helal (2011) atribui ao êxodo de jogadores e ao fenômeno da globalização, visto que a mesma provoca a internacionalização, sobretudo do ídolo e do futebol. As negociações comerciais e os altos salários oferecidos aos jogadores de futebol também são atribuídos como fatores que provocam a perda do interesse de vestir a camisa da seleção e defender o país. A maioria deixa o Brasil por outros países e a prioridade passa a ser os clubes e não a seleção nacional.

Como sintetiza Gastaldo (2015, p. 271), em relação ao Mundial no Brasil em 2014, o sentimento pela tradicional camisa amarela da seleção brasileira, considerada símbolo do país, “em 2014 revelou ser apenas mistificação, um feito de discurso construído de geração em geração, por presidente e ditadores, por locutores e jornalistas, por pais, amigos e colegas”.

Por outro lado, essa perda também pode ser entendida no contexto do processo de fragmentação ou desintegração das identidades, defendida por Hall (2011) em seus estudos sobre identidade cultural na pós-modernidade, presente no referencial teórico dessa pesquisa.



Figura 1: CartaCapital, 16 de julho de 2014

Ainda sobre o questionamento proposto nessa categoria – *Dicotomia Identitária: O Adeus à Pátria de Chuteira?* –, a qual reflete sobre a identificação da nação brasileira com a seleção nacional, é importante salientar, nas análises desse estudo, a eliminação do Brasil para os alemães, durante as semifinais da Copa de 2014. Vê-se que naquele momento, os dois periódicos estudados – CartaCapital e Veja – construíram uma imagem negativa do Brasil, enquanto país do futebol. Evidenciaram a perda do vínculo da seleção com o torcedor e passaram a atribuir à Alemanha a condição do novo país do futebol.

A revista CartaCapital evidencia isso no trecho abaixo:

É hora de admitir que não somos mais o país do futebol. O talento brota há tempos em outros gramados. Nossos jogadores são coadjuvantes nos principais campeonatos do mundo. Se nunca foram aplicados taticamente, agora exibem limitações técnicas. O bom futebol alia habilidade, disciplina, força e velocidade. O Brasil tem que reinventar como fez a Alemanha (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p. 31).

Na revista Veja, essa temática da superioridade do futebol alemão em relação ao brasileiro foi destacada em sua última edição do mês de julho, na reportagem que traz o título: *O Novo País do Futebol* (Figura 2). Como o próprio título sugere, no texto fica clara a posição da revista em evidenciar a Alemanha como o novo “país do futebol”.



Figura 2: Veja, 30 de julho de 2014

A revista *Veja* aponta as mesmas qualidades mostradas pela *CartaCapital*, que caracterizam o futebol alemão como o melhor do mundo. Como aparece no trecho: “A Alemanha não foi campeã da Copa do Mundo por acaso, o país transferiu todas as suas qualidades para dentro do gramado: eficiência, autoconfiança, atração de talento e muito espírito de equipe” (VEJA, 30/7/2014, p. 86). A matéria ainda faz uma comparação do Brasil, considerado pelo periódico como “antigo país do futebol”, com a Alemanha, considerada o novo país dotado de todas as características que o fazem o novo dono desse esporte. Assim, a Alemanha vira exemplo para o Brasil pelas mudanças na organização do futebol no país.

A Alemanha é o novo país do futebol. O epíteto que automaticamente era associado ao Brasil por suas faturas de craques e títulos mundiais, mudou de dono. As seguidas vitórias que os alemães obtiveram nos estádios brasileiros têm ao menos duas explicações. A primeira é o elevado investimento no treinamento, a segunda está na transferência, que ocorreu de forma natural das melhores qualidades da nação para dentro dos campos. (VEJA, 30/7/2014, p. 86).

Em outra matéria da revista *CartaCapital*, que tem como título: *Os Verdadeiros Culpados*, o repórter Luiz Gonzaga Beluzzo entende que: “É hora de trocar o disco que tocava nosso samba pentacampeão e rodar o andante que acompanha a longa decadência do futebol brasileiro” (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p. 24). Nessa mesma matéria, o repórter faz uma

crítica ao futebol brasileiro e sugere que deva seguir o exemplo da Bundesliga, a liga de futebol profissional que promove o Campeonato Alemão, a qual atrai a maior média de público no mundo e é responsável pela descoberta dos talentos que compõem a seleção da Alemanha. Como evidencia o trecho: “Exemplo de controle financeiro entre os participantes de uma competição futebolística pode ser buscado na Bundesliga, entidade onde desfilam os jogadores que enfiaram sete bolas nas nossas redes” (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p. 24).

Desse modo, a matéria expressa uma crítica ao futebol brasileiro, que se apresenta como decadente e desacreditado pela nação brasileira. O Brasil, conhecido internacionalmente como o país do futebol, de craques como Pelé e Garrincha, os quais fizeram história no futebol mundial, e ainda como um país exportador de atletas para os principais clubes europeus, vive momento de crise, provocado por fatores como a corrupção que envolve dirigentes da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) que reflete na relação da seleção com o brasileiro.

Contudo, diante das análises feitas na revista CartaCapital e Veja, entende-se que o futebol ainda é considerado um elemento presente na cultura brasileira. As Copas de 1950 e de 1970 são as principais referências utilizadas nos textos para mostrar o viés identitário nacional e a força desse esporte com a nação. Porém, o vexame da seleção brasileira na Copa de 2014 deu um novo tom nas narrativas em relação à representação do selecionado nacional. Nos dois periódicos, a seleção foi apresentada por uma equipe fragilizada que decepcionou o torcedor brasileiro. Portanto, percebe-se nessas narrativas a tentativa das revistas de desconstruir a referência do Brasil enquanto país do futebol e conseqüentemente uma perda de identificação do torcedor com a seleção brasileira.

5.1.2 Futebol-Arte: Falência e Ausência de Craques?

Na formação da identidade nacional brasileira, momento em que se definiu os traços próprios do país, inclusive a incorporação do futebol como elemento cultural, foi permeada por um intenso nacionalismo, sobretudo, no período de 1938 a 1962. Nesse contexto, o escritor e sociólogo Gilberto Freyre definiu a brasilidade futebolística como futebol-arte, que se resume a singularidade do brasileiro de jogar futebol, caracterizado pelo drible, pelo jogo bonito, pela ginga, improviso e malandragem. Esse estilo foi consolidado em 1938, quando Freyre escreveu o artigo *Foot-ball Mulato*. A partir de então, a louvação ao estilo freiriano se estendeu a outras publicações relacionadas ao futebol. O jornalista Mário Filho, com o livro *O Negro no Futebol Brasileiro*, dentre outros escritores como Nelson Rodrigues e João

Saldanha, também colaborou com as narrativas de reafirmação dessa representação do modo de ser do brasileiro por meio do futebol. Criatividade e individualidade eram atributos fundamentais e presentes nas crônicas sobre as atuações dos jogadores da seleção brasileira. À época a seleção nacional era dotada de jogadores diferenciados, que ocupavam espaço na mídia pelo talento individual. Assim, entende-se que o futebol-arte, que se contrapõe ao futebol-força do europeu, foi uma construção discursiva formada ao longo dos anos, ou seja, uma tradição “inventada” por Freyre e reafirmada nas narrativas da imprensa.



Figura 3: Veja, 12 de junho de 2013

Esse tipo de narrativa, que prioriza as características do futebol-arte aparece na reportagem de capa da revista *Veja* do dia 12 de junho de 2013, que traz como título principal: *O Paradoxo do Moleque no País do Futebol*. Sérgio Rodrigues, autor do texto, abre a reportagem (Figura 3) com um relato escrito por Gilberto Freyre no prefácio do livro *O*

Negro no Futebol Brasileiro, do jornalista Mário Filho, apontado como um dos textos fundadores da noção de estilo brasileiro. Sérgio apresenta o trecho da obra de Freyre *Molecagem baiana. Capoeiragem pernambucana. Malandragem carioca*, e sintetiza a mistura e os traços regionais do modo como o futebol era vivido e compreendido pela sociedade brasileira. O autor da matéria aparece como defensor da elegância e da estética do jogo brasileiro. Mostra ainda ser a favor do mito da camisa da seleção brasileira e, inclusive, traz na reportagem uma citação do livro *a Era dos Extremos*, de Eric Hobsbawm, o qual questiona: “Quem, tendo visto a seleção em seus dias de glória, negará sua pretensão a condição de arte?”. Essa citação de Hobsbawm, historiador que analisa diversas manifestações da cultura popular, segundo Barreiros; Amorozo (2004, p. 234), sintetiza o futebol brasileiro como um “jogo simples e elegante que abriu caminho no mundo e tornou-se genuinamente universal”.

O repórter Sérgio Rodrigues também polemiza a condição do Brasil enquanto “país do futebol”. Mostra, ainda, que o brilhantismo e as grandes vitórias do selecionado brasileiro em Copas do Mundo já não servem de referência para o presente, sobretudo o time do Brasil que disputou a Copa das Confederações de 2013. A seleção, embora anfitriã e campeã desse torneio, provocou desconfiança do torcedor brasileiro em relação à conquista do título.

Do passado de glórias da seleção brasileira, que até o início de junho amargava um inédito 19º lugar no ranking da Fifa [depois caiu para 22º], a equipe que disputará em casa a Copa das Confederações parece ter herdado apenas o peso de uma comparação que oprime em vez de inspirar. Os prognósticos da maior parte da imprensa esportiva só não são mais sombrios porque a Alemanha – seleção que o ex-craque e atual deputado Romário, concordando com muita gente, elegeu como favorita para a Copa de 2014 – não disputará o ensaio geral. No entanto, Espanha, Itália, Uruguai e México parecem ter força de sobra para estragar a festa dos anfitriões. Talvez estraguem mesmo. Além dos resultados píffios colhidos pela seleção nos últimos anos, os ventos de baixa autoestima que varrem o país são movidos pela constatação de que, da Confederação Brasileira de Futebol ao mais modesto clube do interior, toda a infraestrutura do futebol brasileiro precisa se modernizar, abandonando esquemas carcomidos por clientelismo, corrupção e incompetência administrativa. Algo, aliás, que pode ser dito sobre o Brasil como um todo (VEJA, 12/6/2013, p.57).

A matéria de Sérgio Rodrigues segue construindo uma narrativa sobre o mito do jogador Neymar, apontado como promessa da seleção do Brasil na Copa das Confederações em 2013 e para a Copa de 2014. Conforme destaca o trecho abaixo:

Se o moleque Neymar e seus companheiros conseguirem a façanha – e nenhum adversário seriam tão idiota a ponto de considerá-la impossível – de virar o jogo mais uma vez, catapultando o paciente de uma depressão de dimensões continentais a uma euforia do mesmo tamanho, será importante ter em mente o paradoxo do moleque. Talvez acreditemos então que os

problemas do futebol brasileiro estarão resolvidos. Não estarão. (VEJA, 12/6/2013).

Esse tipo de narrativa referente a Neymar se tornou recorrente em diversas matérias jornalísticas publicadas nas revistas CartaCapital e Veja durante o período pesquisado. Os textos aparecem como estratégia de afirmação da identidade nacional, projetada por meio do futebol-arte, expressa na figura de Neymar. O jogador aparece como principal promessa do time brasileiro, sobretudo por se enquadrar nas definições de herói clássico, dotado de talento e criatividade, características que o diferencia dos demais na superação dos obstáculos apresentados nas trajetórias de vida e na carreira, (HELAL; LISBOA; MOSTARO, 2014).

Essas narrativas midiáticas, em torno de Neymar, se repetiram em vários momentos desde a Copa das Confederações em 2013 até a realização do Mundial em 2014, sobretudo na revista Veja. Uma das matérias que destaca o jogador como craque da seleção foi publicada no dia 12 de junho de 2013 que traz como título *Neymar, o Delicado Equilíbrio entre a Consagração e a Decepção*. Esse título remete ao fato de que Neymar, naquele momento, não havia feito boa apresentação com a camisa da seleção nacional e a Copa das Confederações poderia ser a oportunidade de redenção para se consagrar à condição de ídolo do Brasil.

No primeiro parágrafo, a narrativa, assinada por Cauê Marques, traz um histórico vitorioso da carreira de Neymar pelo Santos Futebol Clube; os principais títulos conquistados pelo atleta; a transferência para o Barcelona e a comparação com Pelé, melhor jogador do mundo. Com essas evidências, a narrativa mostra a defesa do jogador como principal nome que reflete em mudanças na possível retomada do destaque do futebol brasileiro no cenário internacional. Como mostra no trecho: “Essa competição é uma oportunidade para ele mostrar que é o craque capaz de conduzir de volta ao topo do futebol mundial e a conquista em casa da Copa do Mundo de 2014” (VEJA, 12/6/2013, p. 34).

No parágrafo seguinte, a narrativa aponta as vantagens que Neymar tem para alcançar o posto de herói nacional, citando como exemplo a experiência no Barcelona, um dos clubes mais destacados da Europa, além dos anúncios publicitários que lhe darão estabilidade financeira e até o namoro com a atriz Bruna Marquezine como algo positivo para o jogador melhorar seu desempenho na seleção brasileira. Mais adiante, o texto faz comparações entre as atuações do Neymar, como atleta do Santos, com o Neymar da seleção brasileira. Pelo time santista apresenta um bom retrospecto, mas na seleção não conseguiu repetir o sucesso.

Contudo, observa-se que a estratégia da revista Veja é de reafirmação do nome do jogador Neymar como personagem principal da seleção nacional na Copa de 2014. A matéria

diminui a culpa do mau desempenho de Neymar na seleção e referencia ainda a incapacidade dos técnicos que comandam o time do Brasil e a desorganização do futebol no país.

O atacante não pode ser o único culpado pela decadência da seleção, que não vence um rival de primeira grandeza há três anos. A atual geração de jogadores é a das mais fracas da história, a desorganização da Confederação Brasileira de Futebol chegou ao ápice e os técnicos brasileiros pararam no tempo (VEJA, 12/6/2013, p.35).

Um ano depois, na edição de junho de 2014, a revista Veja publica o Guia da Copa de 2014 e o atacante Neymar novamente é exaltado como ídolo, desta vez, já como campeão da Copa das Confederações. A revista dedica 100 páginas para mostrar a produção jornalística referente ao perfil das seleções da Copa do Mundo de 2014; as vantagens e riscos da seleção brasileira jogar o Mundial em casa; as histórias contadas por Pelé sobre a conquista do pentacampeonato e os jogadores que deveriam fazer a diferença em suas equipes.

Neymar, naquele momento, com uma imagem de campeão, aparece não mais como candidato, mas como principal ídolo do país para a Copa de 2014. Os elementos do futebol-arte, mais uma vez, aparecem nas narrativas associados às qualidades do jogador, que passa a ser visto como redentor do futebol brasileiro. Conforme mostra o trecho a seguir: “O maior astro da seleção do momento, Neymar devolveu ao torcedor a magia que foi sinônimo do futebol brasileiro no passado. É atrevido, capaz de dribles desconcertantes, arrancadas fulminantes e gols espetaculares” (VEJA, 15/6/2014, p.40).

No decorrer dos jogos da seleção brasileira na Copa do Mundo, Neymar permanece nas narrativas como ídolo e aparece como o salvador da pátria para a equipe do Brasil.

Se não contasse com Neymar no auge da forma e da autoconfiança para marcar quatro dos sete gols da equipe e criar suas principais jogadas, a insegura seleção brasileira teria corrido o risco de eliminação em um grupo de dificuldade mediana (VEJA, 2/7/2014, p.74).

Neste contexto, é importante destacar que a trajetória de Neymar corrobora para a sua escolha como personagem principal da seleção brasileira nesse período que compreende a Copa das Confederações 2013 e o Mundial de 2014. O jogador atua no Barcelona, um dos clubes de maior expressão do futebol mundial e é um dos ícones do time espanhol. Na Europa, ao lado de Messi, melhor jogador do mundo, Neymar conquistou a fama com dribles fascinantes e belos gols, que atrai o torcedor do clube e da seleção brasileira.

A legenda da foto (Figura 4), como segue adiante, expressa a importância de Neymar para a seleção. “Único jogador em estado de graça numa seleção nervosa e desprovida no meio de campo, o craque brasileiro esbanjou autoconfiança e marcou quatro dos sete gols do time, reascendendo na torcida a esperança de uma campanha vitoriosa” (VEJA, 2/7/2014, p. 74). A Figura 4 mostra a irreverência e o estilo de Neymar ao tocar na bola.



Figura 4: Veja, 2 de julho de 2014

No dia 9 de julho de 2014, o foco da cobertura permanece em Neymar. Porém, o destaque passou a ser a ausência do jogador no jogo contra a Alemanha pelas semifinais do Mundial em virtude do jogador ter sofrido uma fratura na vértebra. Na matéria da *Veja*, *Triunfo e Tragédia*, o repórter Carlos Maranhão sintetiza esse momento em que a saída de Neymar do time se tornou uma tragédia, visto que era o principal jogador da seleção. Isso pode ser visto logo nas primeiras linhas do texto onde traz uma indagação.

E agora, o que será da seleção brasileira sem Neymar? A Copa do Mundo de 2014 ficará marcada para sempre pela forte entrada do lateral direito colombiano Juan Camilo Zuniga com a perna direita nas costas do camisa 10 brasileiro (VEJA, 9/7/2014, p.65).

Mais adiante o texto destaca que: “O impacto da ausência do craque lembra a dor cívica de 1966, Pelé foi caçado na Inglaterra pelo zagueiro português Morais” (VEJA,

9/7/2014, p.65). Esse trecho, expresso na matéria, ao falar do peso da “camisa 10” e da “dor cívica”, busca reafirmar o discurso identitário, seja da mística da camisa amarela da seleção brasileira, uma espécie de identificador de pertencimento coletivo, seja pela perda do atleta que representava o símbolo do país (FRANCO JUNIOR, 2007, p.220).

A revista CartaCapital, na edição especial publicada dia 16 de julho, após a eliminação do Brasil da Copa, também mostra, na matéria *Pobres Meninos Ricos* (Figura 5), Neymar como maior ídolo do país. A matéria destaca a importância de Neymar e a responsabilidade que o atleta detinha para conduzir a seleção brasileira de futebol ao título de hexacampeão mundial e, assim, reconquistar a representatividade junto ao torcedor. Como consta no trecho da matéria: “O trauma sofrido por Neymar dá o que falar. O jovem craque obrigado a carregar nas costas a ganância de muitos, a ansiedade e os dissabores de outros e a frustração de toda uma população, não suportou, envergonhou e quebrou ” (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p.47).

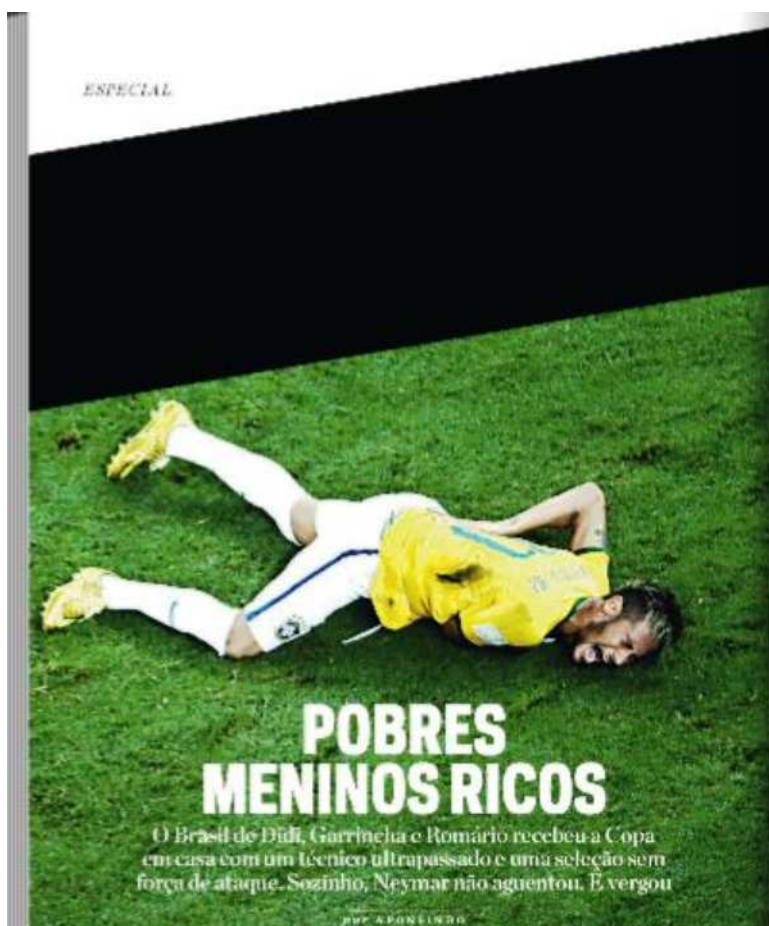


Figura 5: Veja, 16 de julho de 2014

Apesar de a maioria das narrativas das revistas analisadas apresentarem um tom tradicional e saudosista de valorização do discurso do futebol-arte, os resultados mostram

algumas matérias discordantes que tentam desmitificar o estilo brasileiro de jogar. Isso pode ser visto na reportagem da revista *Veja* do dia 11 de dezembro de 2013, assinada por Alexandre Salvador e intitulada *Agora Vamos Falar de Futebol*. Na página 148, no trecho: “Felizmente, a imagem do Brasil quando entra em campo, sempre celebrado pelas invencionices de lendas como Garrincha, Pelé e os Ronaldos, além de Neymar, hoje, está colada ao sucesso de sujeitos pragmáticos como o treinador Luís Felipe Scolari” (VEJA, 11/12/2013, p. 148), o texto apresenta uma narrativa contrária ao futebol-arte, ou seja, o jogo irreverente e evidencia a importância da aplicação do estilo pragmático, de força e técnica aplicado pelo futebol europeu que busca acima de tudo o resultado positivo da partida.

Em 2014, a revista *Veja* enfatiza, novamente, o discurso de superação do futebol-arte, desta vez na edição do dia 16 de julho, após a eliminação da seleção brasileira da Copa do Mundo. Rodrigo Constantino compara no texto de sua coluna, intitulado de *Choque de Realidade*, a crise econômica do país com a realidade do futebol no Brasil.

Os alemães jogam com muita disciplina e humildade, treina pesado e se destacam mais pelo futebol em campo do que por cabelos excêntricos e tatuagens. O foco está no resultado, não nas aparências. Será que podemos dizer o mesmo da nossa seleção? Até que ponto a crença no improviso, na ginga, no jeitinho, na malandragem de quem cava pênalti o tempo todo não mascara a ausência de melhores fundamentos? (VEJA, 16/7/2014, p.26).

Em alguns momentos, nota-se, também, que a *Veja* destaca o improviso, o jeitinho brasileiro e a malandragem com abordagem contrária à definição própria do futebol-arte. Em algumas de suas narrativas essas características do futebol brasileiro foram mencionadas em tom pejorativo e de crítica como ocorreu na edição do dia 11 de dezembro de 2013. As matérias usam os elementos do futebol-arte para relacionar a falta de compromisso do governo brasileiro com a entrega das obras do Mundial de 2014, no Brasil, especificamente sobre o acidente que ocorreu na Arena Corinthians, fato que culminou na morte de dois operários. Como consta na matéria, cujo título é *Agora Vamos Falar de Futebol*:

Tenta-se pôr no acidente com o guindaste numa risível categoria folclórica, a do jeitinho brasileiro, dada a justificar qualquer erro, porque no final das contas tudo dará certo. Dará certo, teremos uma bela Copa – “um presente do Brasil para a humanidade”, nas palavras do escritor e jornalista John Clarim, em artigo exclusivo para o VEJA –, e soa deslocado por antigo e totalmente sem graça, alimentar o improviso como se fosse boa, uma característica nacional que devesse ser louvada. Não é (VEJA, 11/12/2013, p. 148).

O improviso ou jeitinho brasileiro ainda esteve presente na *Veja*, edição do dia primeiro de janeiro de 2014. A matéria especial que traz como título: *A Copa e a Copa no*

País do Futebol, assinada por Sérgio Rodrigues, menciona a importância do futebol para a cultura brasileira, destaca o esporte como elemento identitário, mas ao mesmo tempo associa o improviso ao atraso das obras.

Quando uma expressão cultural se entranha na bagagem coletiva de um povo, como ocorreu com o futebol no Brasil é preciso tratá-lo com respeito. A pista sobre quem somos de fato, naquele espelho metafórico que a Copa erguerá diante de nós, pode muito bem está à vista de todos no traço mais decantado do nosso estilo; o improviso, a recusa do planejamento. A mesma característica que faz do jogador de futebol um craque e do administrador um cabeça de bagre (VEJA, 1/12/2014, p. 77).

A revista CartaCapital também publicou a superação do futebol-arte. Mostrou que a preparação física sobrepõe os talentos individuais. Isso pode ser lido na matéria *Apito Amigo*, de Luiz Gonzaga Beluzzo. O repórter, ao analisar a estreia da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014 contra a Croácia, foi enfático ao declarar que:

Hoje, a velocidade do jogo e a força física dos atletas, conspiram contra o talento. Alguns treinadores cuidam de organizar o pelotão de volantes marcadores, encarregados de neutralizar os adversários mais talentosos. Brasil e Croácia não fugiram ao padrão dominante. Foram raras as jogadas de gols, foram quase todas construídas em ações de bola parada (CARTACAPITAL, 16/6/2014, p. 46).

Na edição seguinte da CartaCapital, publicada no dia 25 de junho de 2014, Luís Gonzaga Beluzzo, reitera o futebol-arte. Durante a Copa no Brasil, as jogadas excepcionais, antes exibidas por craques de seleção brasileira que o torcedor costumava ver, foram substituídas por erros comuns de passes entre os atletas que compunham o selecionado nacional na Copa de 2014.



Figura 6: CartaCapital, 25 de junho de 2014

A matéria intitulada como *O Time dos Senões* (Figura 6) mostra exatamente esse desaparecimento de craques, conforme aponta o trecho abaixo:

A partida entre Brasil e México, não ficará registrada nos anais dos grandes jogos de futebol, aqueles marcados pelo talento transbordante das pernas mágicas dos craques cada vez mais raros nestas paragens. Consciente de suas limitações, o México cuidou-se de se defender e, se possível, fazer o gol no erro do adversário. Ainda insegura sobre as qualidades que se diz ostentar, a seleção brasileira encolheu-se nos temores do fracasso e nos desencantos das virtudes perdidas. Como tem ocorrido em outras partidas, os canarinhos já não conseguem armar a jogada final para a conclusão limpa dos atacantes. Há sempre um senão no último passe ou uma demora excessiva em soltar a bola para o companheiro melhor colocado (CARTACAPITAL, 25/7/2014, p.46).

Observa-se, portanto, que as revistas CartaCapital e Veja, em alguns momentos, construíram narrativas que expõem a presença do futebol-arte. A maioria delas construídas em cima da imagem única do jogador Neymar. Contudo, a ausência de craques na seleção brasileira, que disputou a Copa em 2014, favoreceu a construção dessas narrativas.

5.1.3 Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa, dois Países?

O Brasil sediou a primeira Copa do Mundo, em 1950. Após 64 anos, conquistou o direito de receber, mais uma vez, o torneio de futebol em 2014. Para o Brasil, promover a Copa seria um momento mágico, sobretudo, em função da relação sociocultural que o país tem com o futebol. Era um evento esperado com muito entusiasmo, além de ser o maior torneio esportivo do planeta e aconteceria no país do futebol, conforme a definição de Nelson Rodrigues, para quem a representação identitária se relaciona com esse esporte.

Por outro lado, a Copa, baseada em um discurso publicitário, sobretudo direcionado às obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), fortaleceu outra perspectiva, a de oportunizar o desenvolvimento das cidades que receberiam os jogos durante o megaevento. De acordo com dados do governo federal, o investimento do PAC somaria a ordem de R\$ 220,12 bilhões para modernizar a infraestrutura das 12 cidades-sede da Copa do Mundo (BRASIL, 2014), principalmente nas obras de mobilidade urbana.

Essa preparação começa antes da Copa. Contudo, a dúvida em relação ao compromisso do país em construir as obras a tempo e a suspeita de corrupção com o dinheiro que seria aplicado, se tornaram o mote das manifestações de junho de 2013, quando o país sediava a Copa das Confederações, uma espécie de pré-Copa. Assim, a pauta da infraestrutura e o superfaturamento das obras se tornou recorrente em vários meios de comunicação, alguns com posicionamentos a favor da Copa, outros contrários ao megaevento.

Nessa perspectiva, essa categoria (*Futebol e Contradições Sociais: Uma Copa, dois Países?*), que remete aos problemas estruturais de organização da Copa e a desorganização do futebol no país, é citada para mostrar como as revistas CartaCapital e Veja usaram suas estratégias de comunicação para mostrar a dicotomia em relação à realização da Copa das Confederações e do Mundial de 2014. Diante desse propósito, as duas revistas apresentaram abordagens diferenciadas, sobretudo nas suas edições de 2013, selecionadas para a análise. A CartaCapital focou somente no aspecto social do evento, ou seja, na temática relacionada aos atrasos e gastos com as obras, enquanto a Veja mesclou seu conteúdo com as manifestações e o evento esportivo. Nesse sentido, é importante destacar que na CartaCapital de 2013, das seis categorias identificadas para a realização das análises dessa pesquisa, a revista abordou somente a que se refere a *Futebol e Contradições Sociais*. O periódico focou essa temática nas quatro matérias relacionadas à pesquisa, publicadas nas edições de junho e dezembro de 2013.

A primeira delas, intitulada *Cidade Partida* (Figura 7), foi veiculada na edição da CartaCapital do dia 12 de junho de 2013, três dias antes do jogo de abertura da Copa das Confederações entre Brasil e Japão, realizado em Brasília. As seis páginas produzidas pelo repórter Rodrigo Martins abordam a desigualdade social na cidade do Rio de Janeiro, sede da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016. O jogo de abertura do torneio não foi abordado. O texto mostra parte da cidade à margem dos investimentos planejados para a Copa, fato que coloca em risco o direito da população periférica. A opção por esse tipo de matéria mostra a preferência do periódico em assuntos ligados à organização da Copa.

A linha fina da matéria traduz a preocupação da desigualdade socioeconômica no Rio de Janeiro, como segue o trecho: “Os 16 bilhões de reais em investimento para os megaeventos esportivos vão reduzir as iniquidades e recuperar o brilho do Rio. Ou aprofundar a desigualdade econômica e social na metrópole?”. Essa narrativa retrata que os investimentos das obras de mobilidade urbana do Rio de Janeiro para os megaeventos esportivos beneficiarão as áreas de maior poder aquisitivo e causarão impasse de desenvolvimento nas áreas pobres da cidade.

É importante lembrar que *Cidade Partida*, título dessa matéria analisada, também é o título do livro do jornalista Zuenir Ventura, no qual o autor retrata a desigualdade das condições de vida dos cidadãos da favela, do morro e daqueles que residem fora dessas duas áreas. No livro, o autor sintetiza a transformação e a divisão do Rio de Janeiro:

Assim como uma teoria da época anunciava a existência de ‘dois brasis’ um moderno e outro arcaico, um urbano e outro rural, já havia também dois Rios, mas as distâncias sociais pareciam menores. O mundo dos ricos e o mundo dos pobres se olhavam sem medo ou ódio (1994, p. 18).



Figura 7: CartaCapital, 12 de junho de 2013

A matéria *Cidade Partida*, publicada pela revista CartaCapital, expressa a ideia de diferença entre a área nobre e a periferia do Rio de Janeiro. A imagem é o retrato da cidade, que como mostra Zuenir Ventura (1994), é dividida em dois Rios, o da zona Sul, que ostenta o desenvolvimento mundial e o subúrbio carioca, desprovido de estruturas básicas para a população. Portanto, a matéria é de grande importância para a questão da identidade, visto que do ponto de vista cultural, apresenta dois Rios de Janeiro, dois Brasis e, conseqüentemente, dois modelos identificados. Isso remete ao pensamento de Hall (2006), quando trata do conceito de identidade, em que as diversas representações culturais deslocam e se fragmentam.

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2006, p.13)

Ainda em relação à matéria *Cidade Partida*, no primeiro parágrafo, ela retrata a dupla realidade da cidade, como ocorre com outras metrópoles do país. O texto evidencia que as obras de mobilidade urbana e de moradia, exigidas pela FIFA para o país sediar um Mundial, satisfazem o interesse de parte da sociedade, mas ao mesmo tempo foge às reais necessidades da população (MARICATO, 2013). Ou seja, enquanto a cidade é violentada em sua parte

mais carente, na outra margem o desenvolvimento estar à vista. Como expõe o trecho da matéria:

O Rio de Janeiro só prospera no horizonte do Cristo Redentor. Sentencia o velho adágio. Resumo de uma cidade dividida como o são em todas as metrópoles brasileiras, a capital fluminense, às vésperas da Copa do Mundo e caminho dos Jogos Olímpicos, parece reforçar o ditado. Há uma porção bafejada pelas obras destinadas a preparar o ambiente para os eventos esportivos. E há uma parcela que continua abandonada, esquecida, à margem (CARTACAPITAL, 12/6/2013).

Como afirma Castilho; Costa (2016, p. 86), essas reformas urbanas nos locais considerados cartões postais das cidades, como no Rio de Janeiro, podem ser consideradas “um tipo de modernização que, a despeito de incluir uma pequena parcela privilegiada dos habitantes do lugar, tem como contrapartida a exclusão de amplos segmentos da população”.

Outro ponto da reportagem *Cidade Partida*, que associa às obras dos megaeventos do Rio de Janeiro, se refere à segurança. Há uma crítica sobre o uso das Unidades de Polícias Pacificadoras (UPP) instaladas nos subúrbios do Rio de Janeiro com o intuito de combater o tráfico de drogas. Essa política de segurança é criticada por ser considerado um modelo ultrapassado e de repressão militar. As unidades de Polícias Pacificadoras são estratégias da política de segurança do governo que colaboram com a divisão da cidade, visto que funcionam nas áreas desvalorizadas e entregue ao tráfico (MARICATO, 2013).

Castilho; Costa (2016, p. 91) evidenciam que pesquisas apontam que “nos últimos dois anos, a violência recrudesciu nestes territórios, com aumento no número de casos de homicídio doloso, homicídio decorrente de intervenção policial, roubo, lesão corporal e seguida de morte”. Portanto, quando se fala em *Cidade Partida*, o texto apresenta conotação de desigualdade social, econômica e de diferença cultural. Essas diferenças ficaram evidentes nos protestos de ruas, de junho de 2013, os quais mostraram um país dividido em relação à realização da Copa do Mundo de 2014, no Brasil.

Na edição do dia 25 de junho de 2013, a CartaCapital focou nas manifestações a favor do Movimento Passe Livre contra o aumento da tarifa de transporte público. Com o título *A Revolta do Passe Livre*, Afonsinho, autor do texto, associa o momento de revolta nas ruas das principais cidades brasileiras à Copa das Confederações – evento futebolístico de preparação para a Copa de 2014 –, que ficou caracterizada na matéria como “Copa das Manifestações”. A matéria enfatiza que, embora o brasileiro se identifique com o futebol, também é crítico aos problemas sociais. Como mostra o trecho: “Em tempo de luta contra o preço do transporte, a Copa das Confederações ficou em segundo plano. Somos o país do futebol, mas também de Canudos” (CARTACAPITAL, 26/6/2013, p.81). Afonsinho evidencia, ainda, a fragilidade do

futebol brasileiro nos últimos anos e o jejum de 24 anos da seleção sem título mundial. O jornalista atribui esse fato à descaracterização do futebol brasileiro na atualidade.

Por outro lado, nesse mesmo período – junho de 2013 –, a revista *Veja* publicou uma edição especial, no dia 12 de junho, como uma espécie de prospecção para o Mundial 2014, mesclando temas sobre infraestrutura, situação dos estádios das 12 cidades sedes da Copa do Mundo de 2014 e as renovações urbanas, divulgação da tabela dos jogos da Copa das Confederações de 2013 e o perfil das seleções participantes, destacando a figura de Neymar.

Na matéria de destaque: *O Jogo Ainda Nem Começou*, Fábio Altman aborda os atrasos nas obras para a Copa do Mundo de 2014 e compara com o Mundial de 1950, quando na estreia entre Brasil e México, o Maracanã - considerado o maior símbolo do futebol brasileiro -, ainda estava passando por reformas. Em 2014, o moderno Maracanã ainda tinha, ao seu redor, obras inacabadas. A falta de compromisso e os altos custos das obras da Copa são criticados na matéria. A narrativa enfatiza a importância da Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 como possibilidades de crescimento na área de infraestrutura do país, contudo demonstra desconfiança em relação a esse propósito.

O novo Maracanã, virada a página de glórias passadas, é uma metáfora perfeita de que o governo brasileiro, nas instâncias federal, estadual e municipal, lida com três grandes eventos que poderiam representar uma oportunidade espetacular de melhor infraestrutura para o país e que muito possivelmente terminarão como uma oportunidade perdida: a Copa das Confederações, a Copa do Mundo e as Olimpíadas de 2016. O Maracanã é belíssimo e moderno. Há, porém, obras ao redor dele inacabadas. Foi orçado em 705 milhões de reais e o valor já ultrapassou a casa do bilhão em dinheiro vindo do imposto do cidadão (VEJA, 12/6/2013, p. 19).

Apesar das críticas referentes, o texto relembra que situações parecidas, em que as obras causaram transtornos, também ocorreram em outras cidades como Frankfurt, na Copa das Confederações de 2005. Como consta no trecho da matéria:

É um extraordinário avanço, ainda que muito tímido em relação ao que se prometiam quando o país foi escolhido para sediar as Copas e a Olimpíada. Conclusão? Dará certo, ficará bonito, mas vai custar caro, muito mais do que se imaginava e, ao fim de tudo, o legado pode ser resumido apenas que, depois de 2014, podem ter de ostentar nos portões de entrada um alerta: “elefante branco (VEJA, 12/6/2013, p. 19).

Assim, vê-se que a *Veja* apresenta posição favorável a Copa quando se trata do futebol em si, mas contrária aos problemas que ocorreram fora de campo. Essa conotação foi expressa na edição especial da *Veja* no dia 26 de junho de 2013, nas Jornadas de Junho, considerada a maior manifestação ocorrida até então no país. Na matéria cujo título é: *Os Sete dias que Mudaram o Brasil* (Figuras 8 e 9), o periódico abordou diversas temáticas como a reação do

governo sobre os protestos no sentido de barrar o povo nas ruas e a máfia da tarifa do transporte público. A Veja, com uma linha editorial contrária ao governo do PT, não poupou as críticas em torno das demandas de reivindicações das Jornadas de Junho.



Figura 8: Veja no dia 26 de junho de 2013



Figura 9: Veja no dia 26 de junho de 2013

Em se tratando da relação do futebol e protestos, a matéria mostra que apesar do brasileiro ter paixão pelo futebol, durante a Copa das Confederações 2013 ficou claro que o público também é crítico as causas sociais do país. Como retrata o trecho da página 63. “O PT acreditava que a paixão dos brasileiros pelo futebol seria exacerbada pelas Copas, de tal forma que ninguém mais notaria a corrupção e a ineficiência do governo. Errou feio” (VEJA, 26/6/2013, p. 63).

Esse pensamento também foi sintetizado numa foto que ilustra a matéria intitulada como “*Um Chute na Copa*”, publicada na página 80 da revista Veja, edição do dia 26 de junho de 2013. A imagem mostra torcedores apoiando a seleção, mas se expressando com cartazes reivindicando causas sociais necessárias para a população. A legenda da foto sintetiza isso: “Surpresa no país do futebol: Torcedores brasileiros protestam na partida entre Brasil e México pela Copa das Confederações”. No texto, há diversas críticas sobre a construção dos estádios, que no entender da revista, se sobrepõem a necessidade do cotidiano do brasileiro.

A matéria *Um chute na Copa* ainda aborda a promessa do governo de que as arenas seriam feitas pela iniciativa privada. Mostra a estimativa de gastos previstos para o governo na aplicação das obras da Copa de 2014. Por fim, traz vários depoimentos de pessoas sobre a realização do Mundial no Brasil como estratégia de mostrar que é contra os atrasos das obras.

No ano de realização da Copa do Mundo no Brasil, em 2014, os periódicos continuaram a retratar as dificuldades do país para sediar o megaevento. A revista Veja, logo na sua primeira edição de janeiro, traz a reportagem *A Copa e a Copa no País do Futebol*, produzida em oito páginas, mostrando os desafios do Brasil dentro e fora de campo. A matéria de Sérgio Rodrigues revela dois países, um caracterizado como o de melhor futebol do mundo, de craques que brilharam no passado e de tantos garotos que sonham em ser jogador. O outro Brasil da desigualdade social. No texto aparecem termos presentes na linguagem futebolística como “perna de pau”, usado para evidenciar as carências na saúde e educação, e “matador” se referindo à corrupção e ao superfaturamento das obras.

Como se vê no trecho:

Em 2014, o Brasil do futebol mais vitorioso e festejado do planeta, terá um encontro marcado com o Brasil que é pereba na infraestrutura, perna de pau na educação, consistente na desigualdade social e matador na corrupção. Nenhum dos dois é uma mentira, mas, naturalmente “estranham-se no espelho (VEJA, 1/1/2014, p.75).



Figura 10: Veja no dia 26 de junho de 2013

Outro ponto de destaque da matéria se refere à metáfora do espelho, na qual o repórter aponta que o sujeito pode se identificar ou não com o futebol ou mesmo com a seleção. As fotos que ilustram a matéria de Sérgio Rodrigues expressam bem essa ideia de dois países que “se estranham no espelho”. Na primeira foto acima (Figura 10), o país do futebol, esporte de traços identitários com a nação, de uma geração de craques – de Arthur Friedenreich, primeiro ídolo nacional, até Neymar, a mais nova esperança do futebol brasileiro. Na foto abaixo (Figura 10), a participação popular nas manifestações contra a realização da Copa, maior evento de futebol do planeta. Esse momento discordante jamais era imaginado no Brasil onde o futebol é tratado com prioridade até mesmo frente às questões sociais.

Um mês depois – na edição de cinco de fevereiro – a CartaCapital também foca a preocupação com as ameaças de protestos durante a Copa do Mundo. A capa do periódico com o título *Quem Pretende Parar o País em 2014* traz a foto de um carro em chamas que retrata a força das Jornadas de Junho de 2013. A matéria dessa chamada de capa, que tem como título *Sem Direito Não Vai ter Copa* (Figura 11), descreve os protestos que ocorreram em 2013 onde as críticas se concentravam nos gastos públicos e nas intervenções urbanas que beneficiavam apenas uma parcela da população. A CartaCapital, assim como a Veja de junho de 2013, cita a cidade do Rio de Janeiro como exemplo. Destaca que na capital carioca houve uma espécie de remoção forçada de várias famílias por conta das obras do Mundial e dos Jogos Olímpicos de 2016. Mostra, ainda, que os protestos contra as obras acontecem desde

2009, quando a cidade foi escolhida como sede dos jogos. O texto ainda destaca o Pan-Americano de 2007, realizado no Rio de Janeiro, como um evento que não deixou legado para a cidade, mas sim causou atropelos em relação aos interesses da população mais pobre.

A matéria mostra as estratégias do governo, sobretudo na área de segurança, para conter os movimentos de protestos e para evitar depredações durante o Mundial. O texto traz alguns depoimentos sobre o assunto. A ideia que tiraram dos protestos no país é a de que alguns movimentos não eram contrários a Copa no Brasil. Conforme o trecho:

Esse ensaio de manifestação deixou claro ao menos uma coisa: o grito “não vai ter Copa” é muito mais uma palavra de ordem do que um objetivo. Embora tenham posições políticas distintas, dezenas de manifestantes ouvidos por CartaCapital concordam que o torneio não deve ser impedido com protestos. “Para mim, o ‘não vai ter Copa’ tem outro significado: ‘Não vai ter Copa sem luta’. Não dá para aceitar tanta lambança de forma passiva”, diz o historiador João Guilherme, presente no protesto em Brasília (CARTACAPITAL, 5/2/2014, p.29).



Figura 11: CartaCapital, 5 de fevereiro de 2014

A revista Veja, do dia 12 de março de 2014, traz a temática sobre *As ameaças à Copa* (Figura 12). Na imagem central da capa há uma pessoa com uma espécie de binóculo no rosto. A foto enfatizava que o governo estava de olho às ameaças à Copa e que providências

seriam tomadas para evitar contratemplos durante o evento. No olho esquerdo do binóculo há uma foto de um ônibus incendiado numa demonstração dos fatos ocorridos durante os protestos contra a realização do evento. Da mesma forma, no olho direito tem uma foto dos manifestantes nas ruas se posicionando contra a Copa com um cartaz que dizia a frase: “Copa do Mundo pra Quem?”, bastante utilizada nos atos que ocorreram em várias regiões do país.

A revista apresenta termos como *BlackBlocs*, greves, tumultos, terrorismo e crime organizado para mostrar que é favor da Copa e contrária aos movimentos de protestos. A revista ainda anunciou o plano de governo que garantia a segurança total do evento. Para tanto, publicou um relatório do serviço de inteligência do governo identificando os grupos, considerados baderneiros e que mais ameaçavam o evento. Nesse relatório, a revista defendeu que todas as medidas de segurança seriam tomadas pelo governo para garantir a paz e o sucesso da Copa do Mundo. Dessa forma, define um posicionamento favorável ao megaevento no país, o que mostra o dualismo em torno da posição da revista em relação à Copa no Brasil em 2014, visto que em outros momentos, o periódico foi crítico ao Mundial.

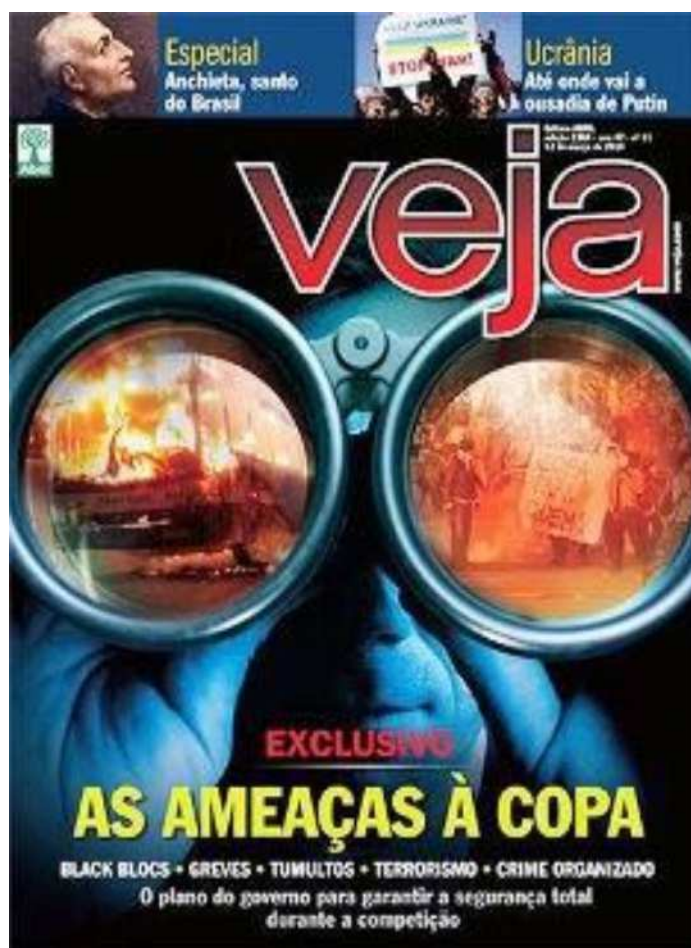


Figura 12: Veja, 12 de março de 2014

No decorrer da Copa do Mundo no Brasil, na edição do dia 9 de julho de 2014, a *Veja* mudou o foco principal da cobertura do evento. Passou a dar ênfase aos jogos da competição. A matéria *Triunfo e Tragédia* destaca a lesão que tirou o jogador Neymar da Copa e o jogo da seleção brasileira contra a Alemanha, pelas semifinais do torneio mundial. A revista *CartaCapital*, dessa mesma data, cujo título é: *O Espírito Lúdico e a Promoção do Brasil Mundo Afora*, destacou os prognósticos negativos contra a Copa do Mundo e enfatizou que os mesmos não corresponderam às expectativas apontadas pela grande mídia. A revista ressalta apenas como pontos fracos as deficiências na infraestrutura e transporte público no país.

5.1.4 Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?

Em época de grandes eventos esportivos como Copa do Mundo e Olimpíadas, a mídia costuma associar o desempenho da seleção brasileira a interesses políticos. Desde 1938, ainda na era de Getúlio Vargas, e na ditadura militar, em 1970, o resultado da seleção foi utilizado com o intuito de legitimar o discurso oficial do Estado. O governo getulista incorporou esse esporte ao projeto de nação como manifestação popular e como meio de definição de brasilidade. Na Copa da França, o futebol se tornou símbolo de afirmação da superioridade nacional frente às demais nações. Na ditadura, o governo de presidente Médici (1969-1974), formalizou a integração nacional por meio do futebol com a conquista do tricampeonato na Copa do Mundo do México. O Presidente Médici fez uso desse título para enaltecer e associar o apoio popular ao regime da ditadura militar e aos ideais de patriotismo e nacionalismo.

Com a vitória da seleção brasileira na Copa de 1970, o país ganhou várias representações alusivas ao futebol como “Pátria de Chuteiras”, onde a seleção passou a ser referência na identificação do país em nível internacional. O hino da conquista do tricampeonato, cujo título é *Pra Frente Brasil*, também foi uma forma encontrada para exaltar o sentimento único em torno da nação. A canção, de autoria de Miguel Gustavo, mostra claramente em sua letra a representatividade da seleção como elemento de unidade nacional (*Noventa milhões em ação, pra frente Brasil, do meu coração... Todos juntos vamos, pra frente Brasil, salve a seleção!*). Nesse contexto, a política se apropriou do futebol para criar um modelo de identidade homogênea.

Por outro lado, Helal; Soares; Lovisolo (2001, p. 09) destacam que “os ventos mudaram a prosa. Hoje, talvez sob o furacão do culturalismo e a importância concedida à identidade, a crítica da alienação foi barrida”. Esse pensamento corrobora as ideias de Hall

(2011), o qual defende que a identidade nacional não é algo com que se nasce, mas sim construída com a união de diferentes culturas.

Diante do exposto, cita-se essa categoria, *Futebol e Política: Um Instrumento Ideológico?*, para mostrar como as revistas CartaCapital e Veja definiram a relação entre o futebol e a política dentro de um viés identitário. Essa temática foi abordada na revista Veja publicada na edição do dia três de julho de 2013, justamente quando ocorreram as manifestações contra a Copa do Mundo no Brasil, em 2014. A matéria intitulada como *Adeus a Pátria de Chuteiras* (Figura 13) denota que a identidade brasileira não é atrelada à seleção nacional composta por seus jogadores, a qual representa o país em épocas de Copas do Mundo e não configura dentro do propósito oficial de legitimação de discurso de uma só nação.

Nesse sentido, o ópio do povo, presente na ditadura militar para fortalecer a ideia de um só país, deu lugar às manifestações de rua, onde o país mostrou que tem outros meios de representatividade. O repórter Fábio Altman, que assina a matéria *Adeus a Pátria de Chuteiras*, logo nas primeiras linhas do texto, reafirma a conotação negativa sobre o uso do futebol com fins políticos ou instrumento de manipulação. Como segue no trecho: “Há uma vitória certa na Copa das Confederações em tempos de manifestações nas ruas – o futebol pode nos fazer felizes, mas já não serve aos interesses oficiais” (VEJA, 3/7/2013 p.78). Assim, o texto enfatiza que as reivindicações, ocorridas na época da Copa das Confederações, serviram para reafirmar a dissociação entre o futebol e os interesses políticos.



BRASIL

BRADO RETUMBANTE
Cantar o hino em alto e bom som é a nova modalidade de protesto

que "um professor vale mais que o Neymar". O colunista John Carlin, do jornal espanhol *El País*, não poderia ter sido mais claro ao explicitar seu desconforto com algo que lhe pareceu irrecorrível para o resto do mundo. Escreveu Carlin: "O Brasil é um país que sempre soube aplicar sua tremenda energia tanto no terreno econômico quanto na festa, mas é esse lado festivo, a alegria — e não bem, o lado jóia — que elegemos como exemplo para a humanidade. Que não percam esse jeito. Caso contrário, nesse ritmo, terminarão por nos negar também o Carnaval".

Tudo bem, tudo isto — mas é bem entendemos que, desde as históricas manifestações de junho, alimentadas em boa parte pela taça contra os excessivos gastos públicos para erguer estádios, já não somos a pátria de chuteiras. O Brasil pode vencer a Espanha na final da Copa das Confederações, e não irá passar de um excelente resultado, a constatação de que, sim, temos uma boa seleção para 2014. Infelizmente a presidente Dilma vai recebê-la no Planalto com a habitual pompa e circunstância dessas ocasiões. Se perder, será apenas uma derrota, e nada mais. Cenas de pranto como as da demora para o Uruguai, em 1950, no Maracanã, são muito improváveis, para não dizer descartadas.

Essa maturidade, o contrário do utopianismo tolo, mas de modo algum avesso ao entusiasmo genuíno que nasce com os gols, é o novo normal, e é bem nos acostumamos com essa condição. Diz Tostão, que escreve com a mesma simplicidade com que joga: "Acabou essa ideia de que o futebol é o ópio do povo". Entre tantas extraordinárias mudanças que nasceram dos protestos, a do futebol tratado como deve ser, e não como solução para todos os males, é uma das mais fascinantes. "Fétipia, ajada não!", diria um íntimo cantor em São Paulo no início das passeatas, quando ainda se imaginava que a eliminação da Copa das Confederações serviria de combustível para os protestos. E descobrimos, surpresa, que um título não trará em nosso algum de quem começou a chutar e não pretende parar tão cedo.

ADEUS À PÁTRIA DE CHUTEIRAS

Há uma vitória certa na Copa das Confederações em tempos de manifestações nas ruas — o futebol pode nos fazer felizes, mas já não serve aos interesses oficiais

FÁBIO ALTMAN

Um dos marcos da Copa das Confederações, aquele que talvez ficará guardado na memória, será o momento em que a torcida e os jogadores continuaram a cantar o hino brasileiro mesmo depois de encerrada a execução do curto trecho inicial. Cantam a capela. E uma epifania aconteceu: passariam nas cercanias dos estádios. E um evento que, para muito além do teor cívico, teve o hino cantado em alto e bom som, sempre foi raro em um país no qual os pendores nacionalistas são maquiados com desdém. A hora do hino, em partidas de campeonatos estaduais e no Brasilirão, é incerta e incerta, desobediência ao batique das sociedades organizadas. Entre os craques, raras são as que conseguem desviar mais do que meia-dúzia de palavras. Não é o que se viu no Mineirão, colado ao brado rumbante de Neymar, Fred, Paulinho e companhia, antes da vitória contra o Uruguai. Fazer soar o hino aos berros é um novo tipo de protesto. Todos querem dizer que estão fora dos estádios. É uma novidade e tanto.

A exemplo dos deputados — levados a votar rapidamente a favor de causas gritadas nas ruas —, os jogadores, sempre atrevidos, também foram forçados a mostrar o que pensam. Se não o faziam, estavam fora do jogo. Cantaram o hino, mas também nas entrevistas apontaram os desconfortos. "Por um Brasil melhor tudo é válido", disse Neymar. "O cidadão, se não está feliz, tem direito a se manifestar, só assim vamos entender onde estão os erros", completou o zagueiro David Luiz. Até mesmo grandes nomes que, no passado, se acostumaram a ficar de boca fechada, porque não se devia tirar do futebol o seu poder a serviço do pão e do circo oficiais, tingiam de reagir. Circulou na internet um vídeo de 2011 no qual Ronaldinho dizia que não se faz uma Copa com hospitais. Na semana passada, ele corrigiu o tom. "Pegam uma frase solta e tiram do contexto", disse. "Todo mundo sabe, não se faz Copa sem estádio, é um legado para nosso país. Não quer dizer que era uma escolha entre estádio e hospital. Mas me arrependo e peço desculpas." Peça, que gravava um vídeo pedindo ao torcedor para "esquecer" as manifestações, foi ao Facebook, em sua página oficial, para comentar o estrago. "Eu sempre lutei contra a corrupção. No meu milésimo gol, falei sobre a importância da educação de nossos crianças. Por favor, não me entendam mal. Eu sou 100% a favor deste movimento pela justiça ao Brasil". Depois, revelou que se recusou a jogar a Copa de '74 para protestar contra a ditadura militar.

Não é muito difícil estranhar para onde corre a turma do futebol — a favor de tudo mundo que está contra tudo o que está aí. Nessa inflexão, ao tirar dos poderes a possibilidade de usar as vitórias como propaganda ou anestésia, como fizeram as ditaduras no passado, deu-se um abalo nas certezas. Os estrangeiros, acostumados a enxergar o Brasil como o país do futebol, não entenderam nada ao ver cartazes mandando a Copa para aquele lugar e sugerindo

Figura 13: Veja, 3 de julho de 2013

Em outro ponto, a matéria destaca o hino nacional brasileiro cantado à capela pelos jogadores e pela torcida. Cantar o hino à capela em uma Copa do Mundo é considerada atitude de amor à pátria. O patriotismo, presente na execução do hino nacional brasileiro, repercutiu na mídia nacional e internacional. Contudo, a matéria evidencia que esse ato, ao invés de apresentar sentimento de amor à pátria, denota sentimento de revolta pela insatisfação da população contra a realização da Copa de 2014 no Brasil. Como define o trecho: "Fazer soar o hino aos berros é um novo tipo de protesto. Todos querem dizer que estão aremos ao que se passa fora dos estádios" (VEJA, 3/7/2013, p.78).

Fábio Altman argumenta no texto que essa atitude é sinônimo de maturidade e da superação da política do pão e circo, aplicada pelo governo militar. Para fortalecer essa posição, o repórter ainda cita um depoimento de Tostão, ex-jogador da seleção brasileira da década de 1970, o qual declara que: "Acabou essa ideia de que o futebol é o ópio do povo" (VEJA, 3/7/2014, p.79).

Nesse sentido, a matéria destaca que um dos momentos mais importantes das manifestações foi o da dissociação do futebol da problemática social, como segue no trecho:

Entre tantas extraordinárias mudanças que nasceram dos protestos, a do futebol tratado como deve ser, e não como solução para todos os males, é

uma das mais fascinantes. “Felipão ajuda nós”, dizia um irônico cartaz em São Paulo no início das passeatas, quando ainda se imaginava que a eliminação da Copa das Confederações serviria de combustível para os protestos. E descobrimos, surpresos, que um título não tirará entusiasmo algum de quem começou a chiar e não pretende parar tão cedo (VEJA, 3/7/2013, p. 79).

Helal; Cabo; Silva (2014, p.291) consideram que “as manifestações bateram de frente com essa opinião” de que o futebol é o ópio do povo ou que o mesmo manipula a população brasileira. Para os autores, as manifestações de junho de 2013, momento importante para o futebol mundial e de visibilidade internacional, evidenciaram um efeito contrário.

Os problemas brasileiros são muitos, mas não são culpas do futebol. Há que se destacar que a democracia se consolida no país e às manifestações sem bandeiras de partido têm sido uma novidade na história recente do Brasil. O fato de elas estarem ocorrendo justamente no período da Copa das Confederações demonstra que o futebol não engana a população. Se a intenção de aumentar as passagens e de voltar a PEC 37 – derrotada em votação – justo nesse período era uma aposta na suposta alienação das massas, o tiro saiu pela culatra. Momento mais propício para chamar a atenção nacional e internacional do que este, somente na Copa do Mundo e nos Jogos Olímpicos (HELAL; CABO; SILVA, 2014, p.292).

Ainda sobre a matéria da Veja, *Adeus a Pátria de Chuteiras*, Fábio Altman, mostra a força das manifestações ao destacar os depoimentos de vários jogadores da seleção brasileira. O texto evidencia que os jogadores, os quais defendiam, no passado, o futebol como meio alienante, durante os protestos reagiram favoráveis às reivindicações populares.

A exemplo dos deputados – levados a votar rapidamente a favor de causas gritadas nas ruas -, os jogadores, sempre alheios, também foram forçados a mostrar o que pensam. Até mesmo grandes nomes que, no passado, se acostumaram a ficar de boca fechada, porque não se devia tirar do futebol o seu poder a serviço do pão e do circo oficiais, tiveram de reagir. Pelé, que gravara um vídeo pedindo ao torcedor para “esquecer” as manifestações, foi ao Facebook, em sua página oficial, para consertar o estrago: “Eu sempre lutei contra a corrupção. No meu milésimo gol, falei sobre a importância da educação de nossas crianças. Por favor, não me entendam mal. Eu sou 100% a favor deste movimento pela justiça no Brasil”. Depois, revelaria que se recusou a jogar a Copa de 74 para protestar contra a ditadura militar. Não é muito difícil entender para onde corre a turma do futebol - a favor de todo mundo que está contra tudo o que está aí. Nessa inflexão, ao tirar dos poderosos a possibilidade de usar as vitórias como propaganda ou anestesia, como fizeram as ditaduras no passado, deu-se um abalo nas certezas. Os estrangeiros, acostumados a enxergar o Brasil como o país do futebol, não entenderam nada ao ver cartazes mandando a Copa para aquele lugar e sugerindo que “um professor vale mais que o Neymar (VEJA, 3/7/2013, p.79).

Um ano após a publicação dessa matéria, a revista *Veja* voltou a abordar a temática futebol e política em sua edição de 18 de junho de 2014, em uma reportagem que traz como título *O Hino, as Vaías e Neymar*. O texto destaca as vaías sobre a então presidente Dilma Rousseff e novamente enfatiza o hino cantando a capela em tom de protesto.

O recado límpido da torcida brasileira na vitória sobre a Croácia foi que a pátria não é governo e a paixão pelo futebol abomina as interferências estranhas ao que se passa no gramado. Cantar o hino nacional a plenos pulmões depois de cessada a execução oficial da música foi um gesto patriótico, mas não de apoio ao mundo oficial, inéditos em Copas do Mundo. Ao mesmo tempo foram uma transgressão as liturgias milimetradas da FIFA nesses megaeventos esportivos (VEJA, 18/06/2014, p.79).

A foto (Figura 14) que ilustra essa matéria é bem expressiva e faz uma alusão aos destaques da abertura da Copa do Mundo no Brasil, como sintetiza o trecho "O hino cantado a capela, as vaías em Dilma e mesmo o batismo de craque em Neymar foram os grandes momentos do jogo de abertura da Copa de 2014 no Brasil" (VEJA, 18/06/2014, p. 75). Esse fato, apontado como ineditismo, é relatado na matéria como justificativa de que: "Para os brasileiros, pátria não é governo e a paixão pelo futebol não combina com política" (VEJA, 18/06/2014, p. 75).

A matéria ainda mostra um trecho em que associa o momento do gol em uma partida de futebol, sobretudo em Copa do Mundo, com as vaías de protestos direcionadas à presidente.

Em uma pelada, em jogo de várzea ou na Copa do Mundo, o torcedor aficionado quer jogo. Quem só vê futebol na Copa ou vai ao estádio atraído pela momentabilidade, do espetáculo globalizado, pela inegável segurança e confortos proporcionados pelo padrão FIFA, também quer ver gols e jogadas de craques. Não quer ser interrompido nem em pensamento. Bastaram dois segundos da imagem de Dilma no telão do estádio comemorando o chute de Neymar que venceu o Pletikosa, excelente goleiro croata, para que a torcida interrompesse no meio do grito de gol e engatasse mais uma vaia na presidente. Quando um ídolo e um craque faz um gol, especialmente um gol que tira a vantagem do adversário, igualando o placar, quando a partida é a estreia da sua seleção no seu próprio país, a única coisa que interessa é viver intensamente àquele momento mágico. Cada torcedor quer ver apenas como o craque comemora o gol, se faz o mesmo gesto de sempre, se mudou a maneira de extravasar, se deixa abraçar pelos companheiros formando um bolo de gente ou se aponta alguém no banco (pode ser o técnico ou médico que curou sua lesão em tempo recorde) ou se corre para a arquibancada. Aqui o que vale é tentar ver alguma coisa que ninguém mais viu no estádio, estabelecendo assim com o craque uma comunhão individual, particular e única (VEJA, 18/06/2014, p. 79).



Figura 14: Veja, 18 de junho de 2014

Na edição do dia 25 de junho de 2014, a revista *Veja* publicou uma matéria com o título: *O Jogo das Caneladas*. O texto foca os candidatos à presidência da República tentando tirar proveito da participação da seleção brasileira no Mundial, disputado no mesmo ano da eleição no país. A matéria é ilustrada com fotos (Figura 15) que simbolizam o envolvimento dos candidatos na Copa do Mundo. Em uma delas, a presidente Dilma Rousseff está ao lado de Joseph Blatter, então presidente da FIFA com a taça de campeão na mão, expondo otimismo em relação ao bom desempenho da seleção brasileira no torneio mundial. Outra foto traz Aécio Neves, candidato da oposição à Dilma, vibrando com a camisa da seleção brasileira. E por último, uma imagem mostra o ex-presidente Médici, erguendo a Taça Jules Rimet, do tricampeonato de 1970, ao receber, em Brasília, os jogadores campeões. Ao publicar essas fotos, a revista deixa evidente a associação do futebol com a política que havia no passado, especialmente na ditadura militar, quando o governo explorava a vitória da seleção para promover a imagem do país internacionalmente.



Figura 15: Veja, 25 de junho de 2014

Contudo, o repórter aponta na matéria que a Copa do Mundo não rende votos, mas não descarta a possibilidade de o governo ter retorno satisfatório com o megaevento esportivo.

Apesar da exploração da política sistemática, o futebol não rende votos. Sob a democracia brasileira, a seleção ganhou um título mundial (2002) e o governo perdeu. E, quando o governo ganhou nas urnas (1998 e 2010) a seleção perdeu em campo. Mas organizar uma Copa é uma experiência que pode ter algum reflexo político na medida em que expõe a competência, ou não, do governo para exhibir o país ao mundo (VEJA, 25/6/2014, p.120).

Na edição do mês de julho de 2014, publicada no dia 16, após a desclassificação do Brasil na Copa do Mundo, a revista Veja destaca a relação entre política e futebol. O título de capa: *Vai Sobrar pra Ela?* mostra que a derrota da seleção brasileira, pelo placar de 7 a 1 para a Alemanha nas semifinais da Copa do Mundo, poderia interferir negativamente na disputa de Dilma Rousseff ao cargo de presidente da República no Brasil.



Figura 16: Veja, 16 de julho de 2014

Na imagem da Capa (Figura 16) da edição mencionada, Dilma Rousseff, aparece imitando o atacante Neymar, da seleção brasileira, que durante os jogos fazia o gesto “É toiss”. Ao fundo, a foto ainda expressa uma imagem de tristeza, decepção e derrota dos jogadores brasileiros perplexos pela goleada que sofreram para a Alemanha. Essa mesma foto é publicada na reportagem cujo título é: *O Bom e o Mau Humor*. Os jornalistas Daniel Pereira, Adriano Ceolin e Robson Bonin, iniciam o texto destacando que a presidente apostava no sucesso do Mundial para se beneficiar politicamente e encobrir os problemas da economia do país. Nesse sentido, o periódico evidenciou a tradicional estratégia do ópio do povo.

Durante três semanas, esse plano deu certo. A aprovação à organização do evento e a mandatária subiu, assim como o otimismo no Palácio do Planalto. Assessores já vislumbravam Dilma, no Maracanã, entregando o troféu de hexa ao capitão Thiago Silva. Seria prenúncio de coroação nas urnas. Faltou combinar com os alemães. Ao vencer por 7 a 1, eles impuseram uma sensação de ressaca aos brasileiros, reduziram a euforia com a Copa e atrapalharam o projeto do PT, revertendo uma sonhada perspectiva de lucro num tempo real de prejuízo eleitoral (VEJA, 16/7/2014, p.53).

Observa-se que esse trecho da matéria mostra a oposição ao governo petista. A foto que ilustra a matéria traz a presidente Dilma comemorando (Figura 17) a conquista do título da Copa das Confederações em 2013 com os jogadores da seleção brasileira, ao lado de José Marin, então presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF). A foto reforça a opinião da revista e relembra outros períodos em que associavam as conquistas da seleção brasileira aos méritos dos políticos brasileiros, sobretudo no período desconstrução do projeto nação.



Figura 17: Veja, 16 de julho de 2014

Em outro trecho da matéria, a revista publica a versão do governo. O ministro da Comunicação Social, Thomas Traumann, embora reconheça que o sucesso do evento aumenta a popularidade da presidente, descarta que o resultado da seleção interfira na questão política. Contudo, mais adiante, a revista evidencia sua posição contrária ao descrever que: “Como de costume, há uma distância entre o discurso oficial e os fatos. Tanto que o resultado da semifinal provocou uma mudança de postura da presidente” (VEJA, 16/7/2014, p. 56). Essa matéria relembra momentos em que a presidente esteve bem próxima da seleção brasileira como o que ela passou a imitar o jogador Neymar com o gesto “É toiss” e na véspera da semifinal contra a Alemanha, quando comemorava o otimismo das pesquisas pelo crescimento da intenção de votos. O texto reforça essa ideia ao apontar no trecho que:

“Àquela altura, não havia dúvidas, a seleção e o PT estavam cada vez mais pertos dos seus objetivos. Bastaram trinta minutos de jogo contra os alemães, e os cinco gols sofridos no período, para acabar com a festa no Planalto” (VEJA, 16/7/2014, p. 56). Na matéria foram evidenciados esses momentos como meios de ofuscar as manifestações que ocorriam no Brasil.

Diante do exposto, os resultados mostram, portanto, que a revista Veja foi a única a abordar a associação entre política e futebol. O periódico, na maioria das publicações, descarta a possibilidade do uso da política com fins ideológicos e evidencia que não há relação entre os resultados da seleção brasileira na Copa do Mundo à tentativa de fortalecer a unidade nacional.

5.1.5 Cordialidade Social: Para Além do Campo

O Brasil ganhou o direito de sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e, para tanto, precisava cumprir com uma série de imposições e exigências feitas pela Federação Internacional de Futebol (FIFA) para preparar toda a parte de infraestrutura e organizacional do torneio mundial no país. Os gastos com essa preparação provocaram críticas e pessimismo em relação ao evento. Diante dos problemas sociais que tomaram conta do país, a imagem desse Mundial era de um evento fracassado, tanto extracampo como nos gramados e naquele momento a seleção do país também não havia conquistado a confiança do torcedor.

Apesar dessa problemática, um dos pontos chaves da Copa do Mundo em 2014 foi o Brasil ter sido definido pela mídia nacional e internacional como país cordial e hospitaleiro com os estrangeiros que vieram ao país para a Copa. Como bem destaca Sérgio Buarque de Holanda (2013, p.146): “Daremos ao mundo o homem cordial. A lhanza no trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam, com efeito, um traço definido do caráter brasileiro”. Por outro lado, o autor evidencia que, ainda que o conceito de cordialidade remeta à ideia das características do homem cordial, disposto a ajudar, compara a cordialidade ao jeitinho de ser, da improvisação e da malandragem. Nesse contexto, a categoria *Cordialidade Social: Para Além do Campo?* é importante para este estudo por perceber que nas narrativas das revistas há um elemento que funda a identidade nacional que é a ideia de cordialidade social, ou seja, do homem cordial que por muito tempo a historiografia e os meios de comunicação acreditaram que ser brasileiro significava ser cordial. Isso caracterizava a ideia de identidade nacional que se pretendia ser homogênea.

O traço da cordialidade era tão presente entre os elementos fundantes da identidade nacional brasileira que se vê isso até mesmo no campo de futebol ou na Copa do Mundo. Isso pode ser percebido na revista *Veja* do dia 2 de julho de 2014, quando acontecia a Copa do Mundo. A jornalista Leslie Leitão, descreve no texto que traz como título: *Os Bons Ares do Brasil*, que o Mundial no país ficará marcado pela cordialidade, generosidade e honestidade brasileira. “Se fosse possível transportar o Brasil para dentro de um estádio, teríamos um país menos desigual, honesto em quase todas as suas atitudes e francamente afeito a abraçar os estrangeiros” (VEJA, 2/7/2014, p. 69).

A repórter ainda cita várias atitudes generosas de brasileiros para com os visitantes, como a do porteiro de um prédio, localizado nas proximidades do Estádio Maracanã, no Rio de Janeiro, o qual cedeu uma televisão para que um grupo de torcedores chilenos que estava sem ingressos da Copa visse o jogo de seu país contra a Espanha.



Figura 18: *Veja*, 2 de julho de 2014

Outro momento que a matéria retrata sobre a cordialidade brasileira é evidenciado na imagem (Figura 18), onde mais de 20 mil torcedores da Argentina, assistiram ao jogo contra a seleção da Nigéria. Apesar da rivalidade futebolística entre Brasil e Argentina, prevaleceu a hospitalidade brasileira. Isso também foi destaque no trecho da página 69. A repórter define a hospitalidade como recompensa da Copa do Mundial no Brasil: “Para além do belo futebol

dos gramados, a alegria que tomou conta do país talvez seja o único legado incontestável do torneio” (VEJA, 2/7/2014, 69).

Em outra passagem do texto, essa temática da hospitalidade é enfatizada quando a repórter compara a segurança máxima instalada na Copa de 1974, fato que tirou o brilho das comemorações daquele Mundial, com a relação amigável da segurança da Copa de 2014. Mostra que no Brasil os estrangeiros pousaram para fotos com os policiais brasileiros e a descontração dos jogadores na praia de Santos.

No Brasil, esse conagraçamento fica mais um pouco em evidência por termos um povo expansivo. A expansividade faz toda a diferença. Em que outras Copas foram vistas cenas como a de um grupo jogadores da seleção do México disputando uma pelada com garotos de 15 anos na praia, em Santos, tendo como estrela o astro Chichartito? Boa parte dos estrangeiros cita as pequenas atitudes gentis como o diferencial no Brasil (VEJA, 2/7/2014, p.70).

Na edição do dia 16 de julho, que trata da derrota do Brasil para a Alemanha, a revista Veja voltou a destacar a receptividade do brasileiro, desta vez comparando com o fraco desempenho da seleção nacional. A matéria intitulada: *Milhões de Vitoriosos*, assinada por André Petry, mostra que apesar do vexame da seleção brasileira em campo com a eliminação nas semifinais para a Alemanha pelo placar de 7 a 1: “O povo brasileiro mostrou-se à altura de um megaevento esportivo internacional: recebeu os brasileiros de braços abertos” (VEJA, 16/7/2014, p.61). A imagem (Figura 19) mostra a alegria e a mistura do brasileiro com os estrangeiros que vieram ao país durante a realização do Mundial em 2014.



Figura 19: Veja, 16 de julho de 2014

A matéria também destaca os elogios da imprensa internacional ao brasileiro e relata vários trechos publicados pela agência inglesa de notícias, a Reuters, sobre o comportamento dos anfitriões da Copa nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília. A repórter usa o termo *soft power* para mostrar a diplomacia, competência, generosidade e cordialidade. Essa boa imagem do Brasil no exterior pode ser vista no trecho: “A rede social Badoo fez uma pesquisa com 30.000 pessoas de quinze países, indagando qual era a ‘nacionalidade mais bacana’ do mundo. A brasileira apareceu em segundo lugar, atrás da americana” (VEJA, 16/7/2014, p. 62). O texto mostra o sucesso do evento fora de campo, a alegria do brasileiro e a presença do futebol como elemento cultural do país. Contudo, ressalta que o Brasil deixou dúvidas quanto a sua condição da maior potência do futebol mundial.

De todos esses aspectos, porém, o futebol talvez seja o componente mais popular eficaz do Soft Power brasileiro. É pena que sendo um aspecto central da imagem brasileira, esse esporte tenha batido no fundo do poço nesta Copa. Deixou uma incógnita quanto a continuidade da fama internacional do país do futebol. “Mas não deixou de ser uma sorte que, no momento em que a bola fica perversamente quadrada, o povo brasileiro tenha aparecido bem na cena, talvez evitando que o soft Power brasileiro se esvaziasse” (VEJA, 16/7/2014, p.63).

A CartaCapital, em sua edição do dia 25 de junho de 2014, na matéria intitulada como *Balancete*, Afonsinho, autor do texto, se referiu também ao aspecto cordialidade abordado

neste estudo. Diante do desempenho do selecionado brasileiro na Copa, o repórter destacou que a festa e a confraternização entre os países seriam o ponto máximo do megaevento.

O melhor do Mundial é ver tanta gente se reunindo, em toda a Terra, quase sempre com o espírito desarmado, querendo “apenas” a aspiração de liberdade e confraternização. Ressonância da abundância, da diversidade, grandiosidade, beleza e emoção em todo o País (CARTACAPITAL, 25/6/2014, p. 48).

No dia 9 de julho, a CartaCapital volta a ressaltar a cordialidade e a bondade do brasileiro na matéria, cujo título é *Espírito Lúdico*. O repórter Luiz Gonzaga Beluzzo admite no texto que subestimou a presença de torcedores estrangeiros durante a Copa de 2014, em virtude da imagem negativa criada pelos problemas que afetaram a organização do evento. “Imaginei que o clima de pessimismo e descrença fomentado aqui e lá fora teria afastado os torcedores. Os fanáticos não se espantaram e ainda celebraram a hospitalidade dos brasileiros” (CARTACAPITAL, 9/7/2014, p.36).

Por fim, no dia 16 de julho, após a eliminação do Brasil da Copa do Mundo, a CartaCapital fala da cordialidade como característica do ser brasileiro. Afonsinho, autor do texto, faz uma crítica ao desaparecimento do futebol nativo em função da ausência de talentos e também atribui à cordialidade como ponto forte da Copa. “A Copa do Mundo de 2014 tem sido uma beleza, sobretudo de conagraçamento universal, essa, sem dúvida, uma vocação brasileira” (CARTACAPITAL, 16/7/2014, p.27).

Diante disso, vê-se com as análises que a vocação brasileira, de um povo hospitaleiro e pacífico, contribuiu com a imagem positiva da Copa, sobretudo em função dos aspectos negativos e críticas relacionadas ao evento. Avalia-se que a CartaCapital e a Veja destacaram o clima da torcida, a empolgação e a alegria do brasileiro como ponto positivo da Copa de 2014, realizada no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futebol foi difundido internacionalmente entre o final do século XIX e início do século XX, quando a maioria das nações definia suas identidades culturais. O Brasil foi um dos que incorporou o futebol no seu projeto de construção de nação. Esse esporte chegou ao país em 1894 como uma prática de distinção social, visto que somente a classe dominante poderia praticá-lo. Porém, à medida que possibilitou a inclusão de negros e mestiços, foi se massificando até se tornar uma nova prática cultural no país. A popularização do futebol se deu, também, pela industrialização, urbanização e, conseqüentemente, com o crescimento das cidades, quando se buscava encontrar elementos de unificação do povo brasileiro.

Nesse sentido, com a difusão do rádio como principal meio de comunicação, o futebol foi propagado de forma a ser associado à pátria e à paixão nacional. O brasileiro passou a ser definido pelo estilo próprio de jogo, caracterizado pela astúcia, improviso e a beleza estética. A consolidação da paixão do brasileiro pelo futebol e da identidade nacional relacionada a esse esporte ocorreu nos anos de 1950 e 1970, quando a seleção se tornou a “pátria de chuteira” como passou a ser chamada em função do envolvimento do país com o futebol.

Esse sentimento de pertença e de identificação da nação com a seleção brasileira se tornou recorrente nas narrativas construídas pelos meios de comunicação. Jornalistas e escritores, como Nelson Rodrigues e Mário Filho, tiveram papel decisivo nessa construção discursiva do Brasil como “país do futebol” ou a “pátria de chuteiras”.

Esse entrelaçamento do futebol na representação cultural do brasileiro, até a década de 1970, serviu como parâmetro para buscar respostas às reflexões propostas nessa investigação que teve como objetivo analisar as narrativas midiáticas nas revistas CartaCapital e Veja, em torno dos protestos das Jornadas de Junho, ocorridos durante a Copa das Confederações em 2013, na Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as suas referências lançadas na construção da identidade nacional com base no futebol.

Para tanto, partiu-se do conceito pós-moderno de identidade, a qual é caracterizada pela fragmentação e fluidez que rompe com a ideia de identidades fixas e estáveis. Entende-se, também, que a identidade cultural é uma construção simbólica. Nesse sentido, os resultados das análises desse estudo mostram que as narrativas são fundamentais na formação de identidade nacional. Nessa pesquisa, a narrativa principal que prevaleceu nas duas revistas estudadas foi a de descaracterização do futebol como elemento prioritário de identificação do brasileiro, sobretudo quando as revistas tratam da seleção brasileira como emblema da nação. Notou-se isso nas análises quando elas evidenciaram a prevalência das categorias *Futebol e*

Contradições Sociais: Uma Copa, dois Países? e Dicotomias Identitárias: O Adeus à Pátria de Chuteiras?. A primeira, com maior frequência nos textos jornalísticos, relacionou o futebol aos problemas sociais ocorridos na Copa das Confederações, em 2013 e na Copa de 2014. A categoria *Dicotomias Identitárias*, questiona a identificação da seleção com a nação. As narrativas das duas revistas, construídas a partir da cobertura da Copa das Confederações de 2013 e da Copa do Mundo de 2014, evidenciaram a cisão do Brasil. Um aspecto importante e que foi defendido nas hipóteses dessa investigação, é o fato das narrativas mostrarem a superação do discurso homogeneizante em torno do futebol brasileiro, sobretudo quando se refere à seleção nacional como principal referência da nação.

Nas narrativas, a seleção brasileira aparece como uma equipe fracassada e, portanto, com perda de vínculo identitário com o torcedor brasileiro. Dessa forma, apreende-se que a identidade homogênea, que se pretendia estabelecer com o futebol, enquanto elemento fundante do modo de ser do brasileiro, legitimado pelos meios de comunicação, deu lugar a uma nova identidade, onde o Brasil deixa de ser representado pela “pátria de chuteira”.

Nessa perspectiva, o modo de definir a identidade do Brasil por meio do futebol, apontada nas narrativas das revistas estudadas, se relaciona com o contexto das Jornadas de Junho, composta por uma diversidade de reivindicações, inclusive contra a realização da Copa no Brasil. As manifestações que tomaram as ruas no momento em que o país sediava a Copa das Confederações ganharam a adesão popular, fato que colocou em xeque a intensidade da paixão do brasileiro pelo futebol. Assim, as manifestações evidenciaram um Brasil que almeja, também, transformações sociais, sobretudo nas áreas de saúde, educação e transporte. Interpretou-se que a identidade brasileira vai além do que representa o futebol.

Os próprios dizeres escritos nos cartazes contra a Copa, destacados nas matérias das revistas, mencionaram discursos de um Brasil fragmentado e que se sobrepõe ao amor pelo futebol, enquanto elemento de integração nacional. A frase *Copa pra Quem?*, exibida com frequência nos movimentos de protestos, sintetiza bem essa ideia de fragmentação, de múltiplas identidades, visto que permite ao sujeito se identificar ou não com a Copa.

Por outro lado, vale ressaltar, que em alguns momentos, os periódicos destacaram que os protestos não se direcionavam ao futebol em si, mas ao uso indevido dos recursos públicos para a realização da Copa do Mundo no Brasil. Essas narrativas evidenciaram sentimentos opostos, contudo não excludentes. De um lado, apresentaram o ufanismo nacionalista, presentes nos discursos oficiais e massificados pelos meios de comunicação. De outro, a manifestação crítica nas ruas sobre os problemas sociais e políticos do Brasil. Assim, depreende-se um sentimento patriótico de amor ao país, a favor ou contra a Copa, contudo,

cada sujeito expressou seu sentimento de pertença como torcedor da seleção brasileira ou de manifestante contra o Mundial (SAID, 2014).

Os resultados das análises evidenciaram, também, uma Copa e dois países, tal qual se define o nome de uma das categorias analisadas, através da qual retrata-se um viés identitário do futebol e as contradições sociais surgidas durante a preparação da Copa de 2014. Os resultados revelam dois Brasis que são desiguais socialmente e economicamente, distintos do ponto de vista cultural e, portanto, de modelos identitários diferentes. Isso é percebido quando as revistas relatam em seus conteúdos jornalísticos que as cidades brasileiras ficaram à margem dos investimentos planejados para a Copa, sobretudo nas obras de mobilidade urbana que provocaram impasse de desenvolvimento no país.

Diante dos resultados encontrados, infere-se, também, que durante a Copa das Confederações e na Copa do Mundo de 2014, houve tentativa por parte das revistas em associarem a identidade nacional ao modo próprio do brasileiro de jogar futebol, numa espécie de louvação ao estilo futebolístico proposto por Gilberto Freyre, chamado futebol-arte, o qual é caracterizado pelo drible, jogo bonito, pela ginga, improviso e malandragem. Essas narrativas foram construídas em cima da figura do jogador Neymar. O jogador apresentava estereótipos que proporcionam sentimentos de resgate desse tradicional futebol-arte.

A construção dessas narrativas em torno de Neymar, escolhido pela mídia para ser o símbolo e ídolo da nação brasileira ocorreu devido a ausência de craques no elenco da seleção nacional que disputou a Copa das Confederações e o Mundial em 2014, no Brasil.

Por outro lado, as revistas CartaCapital e Veja apresentaram um modelo de identidade fragmentado. Ambas usaram as características do futebol-arte para evidenciar a desorganização do país em relação à Copa do Mundo. Nesse contexto, vê-se também um afastamento da proposta homogeneizante do passado de definir a brasilidade através do modo singular do brasileiro de jogar futebol, pela astúcia, criatividade ou de improviso.

Essa dualidade presente nas narrativas de ambos os periódicos, evidencia a formação de uma brasilidade com certo saudosismo em torno do modo de jogo brasileiro, contudo revela um país caracterizado pelo improviso, malandragem e falta de planejamento.

Outro ponto importante que essa pesquisa revela é a transformação ocorrida no caráter identitário brasileiro no que concerne à relação entre o futebol e a política durante a Copa do Mundo de 2014. As narrativas, em sua maioria, descartam a possibilidade do uso do futebol com fins ideológicos. Conforme os resultados identificados, foi possível perceber que o futebol já não aparece nas revistas como meio de fortalecimento de discurso oficial, como

ocorreu em outros momentos da história do Brasil como na era de Getúlio Vargas e na ditadura militar. Portanto, o modelo de identidade homogênea relacionado ao futebol e atrelado ao sucesso da seleção brasileira como legitimação do discurso do Estado, foi descaracterizado na Copa de 2014. Esse fato reflete as transformações pelas quais passa o Brasil na atualidade. A globalização é um desses fenômenos que traz mudança e acarreta a negação do projeto nacionalista e a fragmentação das identidades (HELAL, 2002).

Por outro lado, ao analisar a categoria cordialidade social como elemento constitutivo da identidade nacional, as narrativas das revistas CartaCapital e Veja apontam um caráter homogeneizante de identidade e de permanência de um discurso sobre a vocação do brasileiro como ser cordial, receptivo e hospitaleiro. Desse modo, essa categoria contradiz as demais, visto que ela recupera a ideia de identidade homogênea. Nas demais categorias identificadas, as revistas ressaltam uma cisão, ou seja, evidenciam um modelo fracassado de identidade homogênea presente nas narrativas sobre o futebol enquanto elemento identitário.

Isso nos faz refletir sobre como as revistas se propõem construir a identidade nacional. Percebe-se que as próprias revistas não sabem com clareza qual o modelo de identidade com o qual elas estão trabalhando. O que se percebe é que os periódicos são impulsionados pela imposição da pauta jornalística ou mesmo pela força ideológica do que em uma reflexão que antecede todo esse processo de construção das identidades nacionais. Observa-se, também, que isso vai de encontro à posição ideológica e política das revistas e, nesse sentido, os dois periódicos apresentam características distintas. A CartaCapital apresenta linha editorial que se aproxima da ideologia do governo e a Veja possui preferência partidária contrária àquela.

Concorda-se que as narrativas jornalísticas têm propósitos e estratégias nas significações dos fatos, levando em consideração diversos aspectos, dentre eles o ideológico. Dessa forma, concluímos que nessa pesquisa as duas revistas, CartaCapital e Veja, embora com linhas de pensamentos contrários, evidenciaram em suas narrativas mudanças na construção da identidade nacional brasileira pautada no futebol. As duas revistas mostraram o futebol como elemento constituinte da identidade nacional, contudo, esse esporte não apresenta caráter unificador. Os periódicos revelam um Brasil diversificado culturalmente e de múltiplas identidades, onde o futebol já não é o elemento sintetizador da identidade nacional, o que de fato, é comprovado na perda de vínculo e de interesse pela seleção brasileira, apresentada como fracassada durante a Copa do Mundo de 2014. A Pátria de Chuteiras, que sintetizava a união do futebol e a nação brasileira, foi apenas uma construção simbólica, inventada e fortalecida pelos discursos midiáticos. Por fim, concluímos que na

contemporaneidade, as identidades são construídas, deslocadas e, portanto, o caráter unificador do futebol já não ocupa o mesmo espaço de outrora na sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas**. São Paulo: Cia das letras, 2008.

ALMEIDA, P. H. S. **O Brasil na Copa do Mundo: Uma identidade redescoberta**. 2014. 196 p. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Comunicação) – Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRETO FILHO L. E. P. **Proposta estratégica de organização turística da Copa do Mundo de 2014**, p. 1-19, 2007.

BARRETO, T.V. Futebol em Gilberto Freyre e o futebol-arte. **Revista USP**. São Paulo, n. 62, p. 233-238, 2004.

BARREIROS, T. E; AMOROSO, D. Jornalismo Estrábico: Veja e CartaCapital na cobertura do “escândalo do mensalão”. **Perspectiva de La Comunicação**, n.1, p. 120-131, 2008.

BAUMAN, Z. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2006.

BECKER, Beatriz. Repensando o jornalismo na atualidade com imagens e palavras. **Brazilian Journalism Research (BJR)**, vol.7, n.1, 2011.

BERNASCONI, J. R. **Legados para a infraestrutura**. In: MARCELLINO, N. C. Legados de Megaeventos Esportivos. São Paulo: Papiros, 2013.

BITENCOURT, F. G. Esboço sobre algumas implicações do futebol na copa do mundo para o Brasil: identidades e ritos de autoridade. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v.30, n.3, p. 173-189, 2009.

BONFIM, I. O. A Copa do Mundo de Futebol da Fifa de 2014: imagem, representação e turismo. **Ateliê Geográfico**, v. 6, n. 2, p. 14-32, 2012.

BRASIL. **Conheça os investimentos do PAC nas 12 cidades sede da Copa**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2014/06/conheca-os-investimentos-do-pac-nas-12-cidades-sede-da-copa>>. Acesso em 1ª fevereiro 2015.

BRINATI, F. A.; TEIXEIRA, J. P. V. 2002. Da Família Scolari ao topo do mundo – a contradição entre o local e o global no futebol contemporâneo. In: HELAL, R.; CABO, A. **Copas do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014, p. 250-273.

BRUM, H. N. **Brasil 2014: análise de peças publicitárias relacionadas à Copa do Mundo**. 2010. 34 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Educação Física) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2010.

CABO, A.; HELAL, R. “De la magia a lamerde”: O olhar da imprensa argentina sobre a seleção brasileira na Copa do Mundo de 2006. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais de Congresso**. Curitiba, Paraná, 2009, p. 1-15.

CAMPOS, A. G. Os megaeventos esportivos e os mecanismos econômicos de gestão imagética: Corpos e imagens na Copa do Mundo FIFA de 2014. In: MARQUES, J. A **Copa das Copas?** Reflexões Sobre o Mundial de Futebol de 2014 no Brasil. São Paulo: Ludens, 2015.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CAPARO, André Méndes; SANTOS, Natasha; LISE, Riqueldi Straub. O enredo da vitória: seleção brasileira e identidade nacional (1950-1970). **Record**: Revista História do Esporte. vol.5, n.2, 2012, p. 1-23.

CASTILHO, M.S.; COSTA, A.C. Mídia e Produção de Consenso no Processo de “revitalização urbana” da Cidade Olímpica. A construção do image-making. **Revista Eptic**, v. 18, n.1, p. 1-16, 2016.

CARVALHO, R. B. **Megaeventos esportivos: Legados para a economia**. In: MARCELLINO, N. C. Legados de Megaeventos Esportivos. São Paulo: Papiros, 2013.

COMUNICAÇÃO, ESPORTE E CULTURA: Disponível em: <<http://comunicacaoesporte.com/2014/09/26/pesquisadores-discutem-relacoes-entre-midia-e-copa-do-mundo/>>Acess em: 1º fevereiro 15.

COSTA, A. B. C.; MALCHER, M. A. Futebol e Identidade Nacional Brasileira. In: INTERCOM – X Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte, 2011, Boa Vista. **Anais de Congresso**. Boa Vista, Roraima, 2011, p. 1-10.

DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens: duas copas, trezes crônicas e três ensaios sobre futebol**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

_____. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado do futebol que incorporou a pelada. **Revista da USP**, n. 22, p. 10-17, 1994.

_____. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1986.

_____. (org). **Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro, Pinakothke, 1982.

DAMO, Arlei. O desejo, o direito e o dever: a trama que trouxe a Copa do Mundo no Brasil. **Revista Movimento**, v. 18, n.2, p. 41-81, 2012.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FARIAS, A. **Uma História das Copas do Mundo: Futebol e Sociedade**. Fortaleza: Armazém da Cultura, 2014.

FIORIN, J. L. **A construção da identidade nacional brasileira**. São Paulo: Bakhtiniana, 2009.

FRAGA, Pinho. **A rasteira de Graciliano Ramos no futebol**. 2013. Disponível em: <<http://graciliano.com.br/site/2013/01/a-rasteira-de-graciliano-ramos-no-futebol/>>. Acesso em: 2 julho, 2015.

FRANCO JUNIOR, H. **A Dança dos Deuses: futebol, sociedade e cultura**. FILHO, L. E. B. P. Proposta Estratégica de Organização Turística da Copa do Mundo de 2014. 2007.

GASTALDO, E. **Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Paulo: Annablume, 2002.

_____. O país do futebol mediatizado: Mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Revista Interface**. Porto Alegre, ano 11, n 22, 2009, p. 352-369.

_____. **A Copa de 2014, entre o fascínio das ruas e o fascínio dos craques**: In: MARQUES, J. A Copa das Copas? Reflexões Sobre o Mundial de Futebol de 2014 no Brasil. São Paulo: Ludens, 2015.

GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões**. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, Arilda S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. In: Revista de Administração de Empresas, v. 35 n.2 mar./abr. 1995a, p.57-63.

_____. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais; In:**Revista de Administração de Empresas**, v. 35 n.3 Mai/Jun 1995b, p. 20-29.

_____. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995c.

GONÇALVES, E. P. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas/SP: Alínea, 2003.

HELAL, R; GORDON JUNIOR, C. A crise do futebol brasileiro perspectivas para o século XXI. **Revista Eco-Pós**. Rio de Janeiro, UFRJ, v.5, n.1, p. 37-55, 2002.

GORITO, A. V. Copa pra quem? O que dizem os contrários à realização da Copa do Mundo de 2014 no Brasil.In: ROCCO, A. J. R. **Comunicação e esporte: copa do mundo 2014**. São Paulo: INTERCOM, 2014.

GUERRA, M.; RANGEL, P. **O Rádio e as Copas do Mundo**. Juiz de Fora: Editora Juizforana, 2012.

GUERRA, M; MOSTARO, F. F. R. Copa de 1962: a consolidação da pátria de chuteira. In: HELAL, R.; CABO, A. **A copa do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro: EdUERJ, p. 109-138, 2014.

_____. **O Futebol Explica o Brasil: O caso da Copa de 1970**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2006.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7.ed. Rio de Janeiro: DP&A. 1998.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro : D,P&A, 2001.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de janeiro: DP&A, 2005.

_____, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de janeiro: DP&A, 2006.

_____, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HELAL, R.; BRINATI, F. A. **Caxirolas, Fuleco e Brazuca: Uma análise da cultura brasileira nos símbolos da Copa do Mundo da FIFA 2014**. IN: ROCCO JUNIOR, A. J. (org.). **Comunicação e Esporte: Copa do Mundo 2014**. São Paulo: INTERCOM, 2014.

HELAL, R.; CABO, A. **Copas do Mundo: Comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro: UERJ, 2014.

_____. “Pra Frente Brasil! Comunicação e Identidade Brasileira em Copas do Mundo”. In: HELAL, R. LOVISOLO, H; SOARES, A. J. G (org.) **Futebol, Jornalismo e Ciências Sociais: interações**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

_____. Salve a seleção! Mídia Identidade Nacional e Copa das Confederações 2013. In: HELAL, R. CABO, Alvaro e SILVA, Camelo (Org). **Copas do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro. EdUerj, 2014.

_____. A.; SILVA, C. Pra frente Brasil! Comunicação e identidade brasileira em copas do mundo. **Esporte e Sociedade**, v. 5, n. 13, p. 1-20, 2010.

_____. GORDON, C. A Crise do Futebol Brasileiro: perspectiva para o século XXI. **Revista Eco-Pos**, v.5, n. 1, 2002.

HOBSBAWM, E.; RANGER, T. **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOBSBAWM, Eric J. Etnia e Nacionalismo na Europa de Hoje. In: BALAKRISHNAN, Gopal (org.) **Um Mapa da Questão Nacional**, Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

IUAN, I. **Veja e CartaCapital**: as estratégias discursivas e ideológicas na revelação do câncer de Dilma Rousseff. 2014. 110f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal do Paraná, 2014.

JUNQUEIRA, L.; PINTO, J. C. Impactos Socioeconômico da Copa do Mundo 2014. In: Congresso Consad de Gestão Pública – Brasília, maio de 2011 **Anais de Congresso**. Maringá, Venezuela, 2011.

LEITÃO, D. K. O Brasil é uma paisagem: moda, nação, identidades e outras invenções. **Revista de Moda, Cultura e Arte**, v.2, n. 2, p. 139-163, 2009.

LOURENÇO, R. A. Representação do futebol enquanto fenômeno cultural e político da Copa do Mundo 2010. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero**, v. 2, ano. 3, 2011.

MAGALHÃES, R.; RIOS, P. Futebol em Tempo de Ditadura Militar. In: XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, São Paulo, 2011. **Anais de Congresso**. São Paulo, 2011, p. 1-16.

MARQUES, C.; LIMA, J.; QUINTANILHA, K.; TRESKA, L.; TEIXEIRA, P.; FIRBIDA, T. et al. **Protesto no Brasil 2013**. 2013.

MARQUES, C. et al. **Protesto no Brasil 2013**. Article 19, 2013.

MARQUES, J. C. (org). **A Copa das Copas?** Reflexões sobre o Mundial de Futebol de 2014 no Brasil. Rio de Janeiro, Ludens, p. 333, 2015.

MARRICATO, H. et al. Cidades Rebeldes: Passe Livre e as Manifestações que tomaram conta das ruas do Brasil. São Paulo: **Boitempo: CartaMaior**, 2013.

MARTINO, L.M. **Comunicação e Identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e Bandeiras**: a conquista do Brasil pelo futebol. Rio de Janeiro. EdUERJ, 2014.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

MOREIRA, Orlandil L.; SANTIAGO, Maria, F. L. Vem pra rua: os protestos de junho. In: SOUSA, Cidival Morais de. **Jornadas de Junho Repercussões e Leituras**. Livro eletrônico.. Campina Grande: EDUEPB 2013.

MOSTARO, F. C. O futebol-arte na imprensa nacional quando vence e quando perde. In: VI Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, 2013, Rio de Janeiro. **Anais do Congresso**. Rio de Janeiro, 2013, p. 1-15.

NASCIMENTO, I. F. G.; MENDES, B.G.; NAIFF, D. G. M. “Salve a seleção”: ditadura militar e intervenções políticas no país do futebol. **Psicologia e Saber Social**, n.3, p. 143-153, 2014.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em veja e manchete**. São Paulo; Annablume, 2002, p. 1-186.

NASCIMENTO, P. H. Futebol e identidade nacional brasileira: o caso da copa do mundo de 1938. **Histórica**, n.30, p. 26-29, 2008.

NETO, V. F. **O papel do Futebol na promoção dos regimes militares do Brasil e da Argentina**. Monografia de conclusão de curso apresentada junto ao Departamento de Relações Internacionais. Universidade Católica de Minas Gerais, 2010.

OLIVEIRA, E. de; Ens, R. T.; Andrade, D. B. S. F. Análise de Conteúdo e Pesquisa na Área da Educação. **Rev. Diálogo Educacional**, Curitiba, v.4, n. 9, p.11-27, maio/ago. 2003.

ORTIZ, R.A **moderna tradição brasileira**. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. **Revista USP**, São Paulo, n. 62, p. 233-238, 2004.

_____. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 8. ed.São Paulo: Brasiliense, 2012.

PEREIRA, I.E.B. **O interesse nacional nas revistas CartaCapital, Época, Isto É e Veja: Eles y Nosotros**. 2011. 153f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Rio Grande do Sul, 2011.

PINTO, José Carlos; JUNQUEIRA, Liliana; VALENZUELA, Cláudia. Impactos Socioeconômicos da Copa do Mundo de 2014. In: Congresso Consad de Gestão Pública, 4, 2011, p. 1-31, Brasília. **Anais do Congresso**.

PUJOL; ROCHA; SAMPAIO. Manifestações Populares no Brasil: Atual Sociedade Civil em Rede e Reivindicações: Sobre o Poder Político. In: XIII Colóquio Internacional de Geocrítica El controldeespacio y losespacios de control, Barcelona, 2014. **Anais de Congresso**. Barcelona, 2014, p. 1-21.

PY, L. O.; FRAGA, P. N; A identidade Brasileira na Narrativa Publicitária Nacional no contexto temático dos Jogos Olímpicos de 2016. **IN: Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação**, 2013. Santa Maria. Anais do Congresso. Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2013, p. 1-15.

ROMÃO, W. M. #naovaitercopa: manifestações, Copa do Mundo e as eleições de 2014. **Revista de Discentes de Ciência Política da UFSCAR**, n. 2, v.1, 2009.

ROQUE C. et al. Bloc sob a perspectiva das revistas CartaCapital e Veja. In: Intercom - XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014. **Anais de Congresso**. Foz do Iguaçu, Paraná, 2014, p. 1-12.

SAID, G. **Estudo AQ das respostas brasileiras à pergunta: "Copa do Mundo para quem?"**: Comunicabilidade nas ruas. 2014.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. 3ed. São Paulo: Contexto, 2014.

SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SANTOS, Ricardo Pinto dos. **Memória social dos esportes: futebol e política: a construção de uma identidade nacional.** Mauad, Faperj, 2006.

SILVA, M. R.; COVALESKI, R. L. O dito e o não dito na publicidade da Copa do Mundo FIFA 2014: as narrativas de não patrocinadores do megaevento esportivo. COMUNICON 2014, São Paulo, 2014. **Anais de Congresso.**São Paulo, 2014.

SILVEIRA, B. A. A. A. **Materialização Midiática da Brasilidade: a cobertura do Jornal Nacional sobre a seleção de futebol e a narrativa da identidade brasileira.** Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, 2010.

SOARES, Antonio Jorge Gonçalves; LOVISOLO, Hugo. Futebol: a construção histórica do estilo nacional. **In: Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v.25, n.1, Campinas, Autores Associados, p.129-143 set. 2001.

SOUSA, C. M. (org). **Jornadas de junho: repercussões e leituras.** Campina Grande, EDUEPB, 2015. p. 333,

SOUZA, Denaldo Alchorne de. **O Brasil entra em campo:: construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947).** Annablume, 2008.

TAVARES, E. A Copa e a Mídia: reflexões sobre a mais-valia ideológica, a soberania comunicacional e o jornalismo. **Motrivivência**, v. 21, n. 32-33, p. 156-177, 2009.

TEIXEIRA, E. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2005.

TERCIOTTI, T.V. Futebol e Nacionalismo na Revista Veja. In: III Encontro Nacional de Estudos da Imagem, 2011, Londrina. **Anais do Congresso.** Londrina, Paraná, p. 1-18, 2011.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

VENTURA, Zuenir. **Cidade Partida. Editora Companhia das Letras.** Rio de Janeiro, 1994.
VIEIRA, L. Morrer pela pátria? Notas sobre identidade nacional. **Revista de Sociologia Política – Política & Sociedade**, n. 9, v. 5, 2006.

VILLALTA, D. O, O surgimento da revista veja no contexto da modernização brasileira. In:XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador. **Anais do congresso.** Salvador, Bahia, p. 1-15, 2002.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, T. T. (Org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 7-72.

ANEXOS

ANEXO 1

CAPA DA CARTACAPITAL, EDIÇÃO 804, 18 DE JUNHO DE 2014.



ANEXO 2

CAPA DA VEJA - EDIÇÃO HISTÓRICA, 24 DE JUNHO DE 2013.



ANEXO 3

CAPA DA CARTACAPITAL, EDIÇÃO 805, 25 DE JUNHO DE 2014.



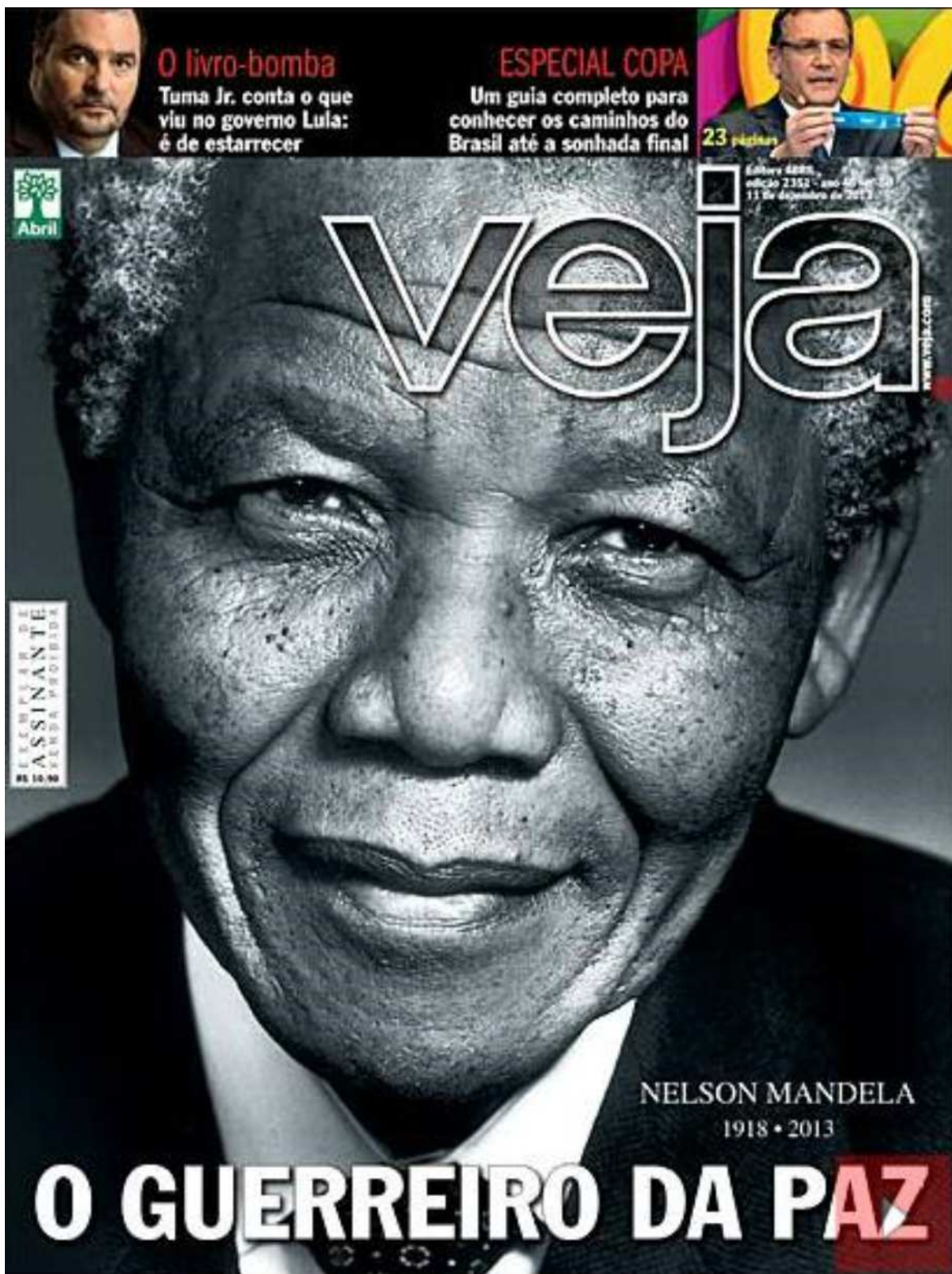
ANEXO 4

CAPA DA CARTACAPITAL, EDIÇÃO 754, 27 DE JUNHO DE 2013.



ANEXO 5

CAPA DA VEJA - EDIÇÃO DE 11 DE DEZEMBRO DE 2013.



ANEXO 6

CAPA DA VEJA - EDIÇÃO DO DIA 1 DE JANEIRO DE 2014.



ANEXO 7

CAPA DA CARTACAPITAL, EDIÇÃO 785, 5 DE FEVEREIRO DE 2014.



ANEXO 8

CAPA DA VEJA, EDIÇÃO 3 DE JULHO DE 2013.



ANEXO 9

CAPA DA CARTACAPITAL, EDIÇÃO 806 DO DIA 9 DE JULHO DE 2014.



ANEXO 10

CAPA DAVEJA - EDIÇÃO DO DIA 2 DE JULHO DE 2014.



ANEXO 11

CAPA DA VEJA - EDIÇÃO DO DIA 18 DE JULHO DE 2014.



ANEXO 12

CAPA DAVEJA - EDIÇÃO DO DIA 25 DE JUNHO DE 2014.

HISTÓRIA · 48 páginas
100 anos da I Guerra Mundial

Edição Abril
edição 2379 - ano 47 - nº 26
25 de Junho de 2014

Abril

veja

www.veja.com

ASSINANTE
REPLICAÇÃO
PROIBIDA

ESPECIAL COPA

**SÓ ALEGRIA
ATÉ AGORA**

Um festival de gols nos gramados,
menos pessimismo nas pesquisas,
mais consumo, visitantes em festa e
o melhor é aproveitar, pois legado
duradouro, esqueça

EXCLUSIVO
Testamos o programa de
computador que furou a fila
de compra de ingressos
no site da Fifa.
Funciona.
Mas é feio!

ANEXO 13

CAPA DA VEJA, EDIÇÃO DO DIA 9 DE JULHO DE 2014.



ANEXO 14

CAPA DA VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, JUNHO DE 2014.



ANEXO 15

CARTACAPITAL, EDIÇÃO 754, 26 DE JUNHO DE 2013, p. 81.

AFONSIÑO



A revolta do Passe Livre

► Em tempos de luta contra o preço do transporte, a "Copa das Manifestações" ficou em segundo plano. Somos o país do futebol, mas também de Canudos

UN NOVO BRASIL ganhou as ruas, praças, e até nos pelécos com todas as características dos tempos modernos. Análises, prognósticos, defende esse verdadeiro fenômeno, ajudar em tudo que for possível, para que os rumos que tome nos liberte de todos que vão procurar dele se assestarem, e todos rigorosamente vão querer se aproveitar de força tão grande. Que nos conduza a novos caminhos e novos horizontes.

Em todo o mundo, estas formas de luta entrecruzam a necessidade de sair do status que vivemos nos dias atuais, evidente em todas as formas de manifestação da humanidade. Os modos de relacionamento propostos pelo poder hegemônico ditam regras e o mundo de hoje não tem tempo para a história de heróis. Quando algum qualquer um, quer mesmo não muitos, se rebelam nos seus dias vemos ser mais do que certos.

Passar horas e horas presos em engarrafamentos mesmo quando se encontra com formas de trabalho vertiginosas é a realidade. O relacionamento é deteriorado devido ao espaço é importante para a dignidade do homem. Isso é o pano de fundo das manifestações da nossa juventude, são

o início de tudo. Esse malfado neoliberalismo morreu com a última crise capitalista americana, vivemos aspirando a odor desse cadáver insepulto. Todas as coisas de expressão evidenciam essa presença, das guerras guerrilhas, aos esportes. O posto como a nossa manifestação com o mundo luta, que tem o mesmo nome, o futuro é o futuro. Esse movimento tem como meta o aumento do preço dos transportes públicos urbanos, por isso mesmo o movimento "Passe Livre". Tudo sabem que o valor absoluto dessa manifestação é o que importa significar no todo.

No meu caso, o ponto de utilidade para me impedir de trabalhar com o meu trabalho e aceitar ser proibido de receber material de treino na ocupação. Foi a partir daí que passei a usar. Era mesmo uma demonstração de revolta, mesmo assim como a manifestação que o viver passou a ter um regime ditatorial. Em todos os setores de atividade existe tanto descontentamento neste momento de tantas facilidades tecnológicas.

O esporte em geral, e o futebol em nosso caso mais próprio, parece ser dos últimos, se não o derradeiro, há muito tempo de repulsa e do tempo de exclusão. As declarações de fora e de dentro do campo demonstram como pensam as pessoas. A fé do presidente da CBF deve ser a sentença de sua sorte. Alguns responsáveis e outros funcionários pelo jejum de 24 horas sem salário e o compromisso mundial e muito mais que tem o estado de defesa e a situação para fazer o mesmo futebol de elite, há a direção e na própria comissão técnica.

Dentro de campo, o jovem (não mais jovem) Neymar representa perfeitamente o espírito do movimento "Passe Livre", manifestou-se abertamente, de forma independente. Por parte de outro, mesmo tempo. Foi o Brasil que levou a manifestação de Adriano Alves Valença "o meu sempre vem" e "eu já escrevi os meus sonhos". Basta mudar dos ventos que sopram. Que venha a grande planície brasileira. Seja a Primavera.

Começou a Confederação. "Copa das Manifestações", como já passou a ser chamada com as atitudes sendo as participantes mais estranhas. A mais tradicional Itália chegou a simpatia que libera para a nossa povo. Indôlo para, tempo de fé na no futebol em casa, mas levando a sério sua participação em campo. Babel é o futuro sonho de consumo do Flamengo.

Na outra ponta o "breve-nato" Tati em sua infância é o mais feliz. Alegria estuante de seus amigos amados. Representa o que eram os meninos nas brincadeiras de infância, "cabe com leite". Tanto coisa acontece neste encontro de grandes tidos, a prazer de receber em casa grande Virlo, Felicidade, outros mais elevados deixam para a frente as observações da Seleção Brasileira.

Observo o coletivo das reservas ajuda a perceber o que pensa Felipe em termos de jogadores. Há de que forma ele imagina arrumar seu time. Melhorar a situação do treinador, o jogo virá para o seu lado e a hora seja muito pouco. Vamos continuar e lutar para a cara dele, suas expressões impacientes. Somos nós, o país do futebol da carreira, somos também o país de Canudos, Mascates, Salimada, Cabuagem e tantas outras revoltas hoje infortunadas. colunista@cartacapital.com.br

AFONSIÑO

CARTACAPITAL - 26 DE JUNHO DE 2013 - 81

ANEXO 16

EDIÇÃO 785 DO DIA 5 DE FEVEREIRO DE 2014, p.29.

REPORTAGEM DE CAPA



Os policiais foram convocados para controlar as manifestações em São Paulo

JUÍZ
DILHERNE
HISTORADOR
INTEGRANTE
DO PROJETO
EM BRASÍLIA,
"MÃO DA MARI
ACEITAR
TANTA
LAMBANCA
DE FORMA
PASSIVA"

de choro. Falo agora em meu nome e em nome do povo brasileiro, que está cansado da corrupção que assolou este país há 600 anos". É aí que a Copa tem a ver com isso? "Não, meu amigo. Nunca se mudou tanto dinheiro quanto agora."

Sábado é dia de Mingá em São Paulo, uma festa semelhante ao carnaval no sul de SP. Algumas dezenas de manifestações, organizadas em torno de um coletivo batizado como "Se Não Ter Direitos Não Vai Ter Copa", montaram barracas. O candidato Victor Araujo, 69 anos, foi seu manifesto escrito e lido. Ele foi atingido pela PM durante um protesto no dia 7 de setembro, quando perdeu a vida de um filho. O pedido era formado por organizações de esquerda, esquerda, como o Fórum de Saúde e Ajud. entidade estudantil ligada ao PSTU, além de militantes autônomos. Ao lado, algumas com os emblemas vermelhos de guerrilha, ativistas de direitos dos animais e manifestantes contra à verticalização do Centro da cidade.

Diante do quadro de guerra e heterogeneidade, os militantes de esquerda tentaram liderar o protesto. Quem o quis, porém, foram os adeptos de Barack

Apesar dos diferentes perfis de manifestantes, no auge da 100 dias de guerra, quatro foram as ideias e suas ações sociais. Na Praça da República, um blue jeans chato e quadradão de espectador de um show em comemoração aos 460 anos de São Paulo. O Fimado se realizou à noite, depois de um longo dia de trabalho. A maioria das manifestações, porém, se deu em espaços públicos. As ações do dia 7 foram coordenadas pelo grupo, garantiram uma série de ações combativas nas manifestações na internet. Uma campanha na rede mundial de computadores para arrecadar fundos para famílias comprar um novo carro foi iniciada e valorizada a respeito? mil reais em quatro dias.

Ações dos blue jeans a justificativa para a saída de 100 dias de guerra. A maioria das manifestações, porém, se deu em espaços públicos. As ações do dia 7 foram coordenadas pelo grupo, garantiram uma série de ações combativas nas manifestações na internet. Uma campanha na rede mundial de computadores para arrecadar fundos para famílias comprar um novo carro foi iniciada e valorizada a respeito? mil reais em quatro dias.

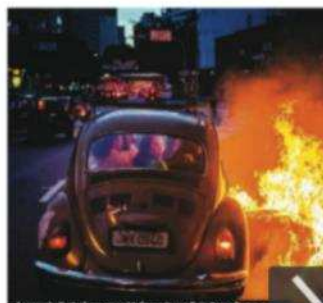
explícitas", afirmou, sem fazer maiores comentários sobre a possibilidade da reação.

Essa atitude de manifestação dentro de uma semana sem crises o grito "não vai ter Copa" é muito mais uma política de ordem do que um objetivo. Embora tenham posições políticas distintas, dezenas de manifestantes ouviram por CartaCapital concordam que o Brasil não deve ser considerado corrupto. "Para mim, o Brasil não é corrupto, mas o Brasil tem outros problemas. Não vai ter Copa sem isso. Não dá para aceitar tanta lambança de forma passiva", diz o jornalista João Guilherme, presente no protesto em Brasília. "Não vai ter Copa, não vai ter direito de entrar no colégio de laicismo. É a responsabilidade é do governo, que decidiu fazer uma Copa em detrimento do que precisamos", diz Wilson Honório, militante do movimento negro Quilombo Negro e Classe, participante em São Paulo.

Apesar da diversidade de objetivos, os participantes acreditam sinceramente na possibilidade de interromper os jogos. "Para tanto, seria necessário o apoio popular em todo Brasil. Em junho de 2013, o MP, mobilizou a população e realizou a Tarifa", escreve o grupo "Contra Copa 2014" em um texto na internet. Por meio de petição, eles pedem a não realização.

Para conseguir conquistar com uma garantia de trabalho de ambulantes durante a Maratona, a legislação da lei que concede isenção fiscal à PM, multou a população do distrito público e até a desmobilização da polícia. "Não vamos nos calar de forma genérica, como uma campanha 'contra a corrupção'. Vai ser uma luta específica", diz Marina Mattar, jornalista e integrante do coletivo. Em todo Brasil, 12 comitês discutem constantemente uma pauta conjunta.

A ação política foi iniciada em 2011 por diversas organizações e movimentos sociais, além de militantes autônomos. Seus apoiadores incluem de uma festa a grupos de teatro e amadores. No Rio de Janeiro, eles coordenaram manifestações em julho de 2013, entre elas a mobilização com



Um carro com fogo na traseira durante uma manifestação em São Paulo

do Índice de Estílo de Arquitetura Cívica de Santos, todos no centro de Maracá.

A mobilização continua ocorrendo em lugares com urbanistas, professores e pesquisadores de universidades locais, e produz discussões sobre as mudanças de infraestrutura, como as intervenções locais de moradores que vivem do lado de fora das Copas Olímpicas, além de debates que alertam para o impacto de uma cidade mais desigual e segregação de pobres.

"Em qualquer lugar do mundo, os megaprojetos oportunistas são acompanhados de uma série de intervenções urbanas que mudam a cara da cidade todo. O problema é que, no caso de Brasil, essas intervenções levam a uma situação de urbanização e levam à reconstrução de governos mais políticos", afirma Orlando Santos Júnior, professor da UFPA, pesquisador do Observatório das Metrópoles e integrante do coletivo cartões. "Há um clima de 'não sabe' pela história de muitas vezes onde os governos passam por cima dos direitos da população, como ficou explícito no caso das Olimpíadas". Há um clima de 'não sabe' pela história de muitas vezes onde os governos passam por cima dos direitos da população, como ficou explícito no caso das Olimpíadas. O governo federal nunca divulgou

OS 12
MILITANTES
DO PALÁCIO
DO R. ANAÍTO
A MARI
QUEIRACOPA
NÃO A CORDA
DA SAÚDE
E A COPA
E A SAÚDE

ANEXO 17

CARTACAPITAL, EDIÇÃO 804, 16 DE JULHO DE 2014, p.22.

ESPECIAL

S.O.S. EM CAMPO

Ao contrário do que pretendiam a mídia e a oposição, a Copa provou que os maiores problemas do Brasil ficam no gramado

por RUIRO CARTA

UMA COPA QUE CRIOU POR CADA DOZ UMA... Com o país como herdeiro do ac...

Assim que se vê, a Copa não é uma jogada... mas os problemas persistem...

éramos capazes de... com o país...

Diferente com... a Copa...

Sobre a Copa... a Copa...



Quando chega...

dos jogadores... a Copa...

Uma vantagem... a Copa...

Como a Copa... a Copa...

É verdade... a Copa...

O MUNDO ASSISTIU A UMA BOA ORGANIZAÇÃO EM UM RECANTO CIVILIZADO

ANEXO 18

CARTACAPITAL, EDIÇÃO 804, 18 DE JUNHO DE 2014, p.46.

mp Jopa
LUIZ G. BELLUZZO

O apito amigo

Fred escorrega na área; o árbitro japonês marca pênalti e o Brasil evita o vexame

No primeiro jogo da Copa, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado.

Em um momento crucial do jogo, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado.

Dois dias depois, o jogo foi jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado.

No primeiro jogo da Copa, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado.

Os jogadores brasileiros mostraram uma boa performance. Apesar de não ter sido o melhor, o árbitro japonês mostrou como o jogo pode ser jogado.

O jogo provavelmente não confirmou muitas das expectativas. Foi uma partida muito fraca tecnicamente.

O jogo provavelmente não confirmou muitas das expectativas. Foi uma partida muito fraca tecnicamente.

ANEXO 19

EDIÇÃO 805 DO DIA 25 DE JUNHO DE 2014, p.48.

mp Jopa AFONSO



Balancete

A primeira rodada acendeu a Copa, com surpresas e goleadas. Enfim, futebol



Do frango do goleiro russo ao gol que aliviou Messi e o terno O e O entre Brasil e México, houve de tudo

PARA A primeira rodada da Copa, todos pagaram. O Brasil andava em busca de novidades, México e...

trava "mecha ao molhar" com sua atuação impressionável. Felipe teve atuação...

Outros balões acaramentos. Pouca pontaria se viu apenas a tempo. Bolas...

mp Jopa FELIPE MARRA

Leões sem dentes

Derrota para a Itália esfria o calor inglês. Estúdio da ITV é atacado no Rio. Por quê?

A DERROTA PARA A ITÁLIA EM MARRA prejudicou o estúdio da ITV...

Outros detalhes da partida foram de Felipe. "O que pode dar errado?"...

Em Londres, carros embaldoados e gôndolas vazias nos supermercados. Clima incomum de Copa



Cartão em uma das bancas de jornal da cidade

e a Crônica. Ninguém havia se comove...

De mesmo estúdio da ITV foram ped...

ANEXO 20

EDIÇÃO 807 DO DIA 9 DE JULHO DE 2014, p. 36.

mpopa
LUIZ G. BELLUZZO

Espírito lúdico

Quando o prazer de jogar bola se dá
à vitória contra o pessimismo

PENSAR EM QUEBROAR os conselhos em torno da Copa do Mundo no Brasil. Não se trata apenas de divertir a festa que está se realizando, associada com o ideal de hospitalidade ao chegar à cidade de honra no Rio de Janeiro, no evento esportivo global, ao adotar o futebol brasileiro. A festa do futebol e a política, todos os dias, se encontram no Brasil. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva.

Para os brasileiros, o futebol político tem sido uma tradição. Desde o início do século XX, o futebol tem sido uma forma de expressão política. Isso se reflete na paixão dos brasileiros pelo esporte, que muitas vezes transcende o campo de jogo e se torna uma questão de identidade nacional.

É isso que os brasileiros esperam para sua pátria, não há como negar. O futebol é uma forma de expressão política. Isso se reflete na paixão dos brasileiros pelo esporte, que muitas vezes transcende o campo de jogo e se torna uma questão de identidade nacional.

A "torcida" - assim se expressam os entusiastas da torcida - é uma das principais características do futebol brasileiro. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo.

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas.

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas.

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas.

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas.

A ideia do Grande Coordenador é, no entanto, favorecer os mais variados interesses econômicos

No plano, não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva.

A ideia central do Grande Coordenador é favorecer os mais variados interesses econômicos

No plano, não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva. Não se trata de uma festa de futebol, mas de uma festa política e esportiva.

Quer acontecer com os juizes?

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas.

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol. Essa paixão é uma das principais razões para o sucesso do futebol brasileiro no mundo. Ela é formada por milhões de pessoas que se reúnem em estádios para apoiar suas equipes favoritas.

ANEXO 21

CARTACAPITAL, EDIÇÃO 808 DO DIA 16 DE JULHO DE 2014, p.24.

ENFERMIA

OS VERDADEIROS CULPADOS

Não adianta procurá-los entre os 23 selecionados. Os responsáveis estão bem longe das quatro linhas

Por Luiz Humberto Pimenta

Um velho futebolista conhecido de glória no futebol brasileiro, o jogador de futebol do Flamengo, o velho, o velho, o velho. Ele não sabe mais jogar, mas sabe muito bem quem são os culpados.

O sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação. O sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação. O sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação.

No âmbito da administração do futebol brasileiro, a falta de transparência e a falta de controle são os principais problemas. O sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação. O sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação.

...mas que o sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação. O sistema brasileiro de futebol não mudou muito desde os tempos de Pelé. Desde então, o futebol brasileiro vive em um estado de estagnação.

O JOGADOR ALEX, LÍDER DO BOM SENSO FC, FOI DIRETO: "QUEM MANDA É A GLOBO"

ANEXO 22

VEJA, EDIÇÃO 2327, 26 JUNHO, 2013. p.80.

Especial

UM CHUTE NA COPA

É inescapável a percepção de que se gastou dinheiro público de mais com belos estádios e de menos com o restante do cotidiano



ALEXANDRE SALVADOR, DE BRASÍLIA, CAIÚ MARQUES, NATALIA LUIZ E RENATA LUCHEINI
"QUEREMOS hospitais padrão Fifa..."

SIMPRESA NO PAIS DO FUTEBOL. Foi a última priorização no governo...
grandes obras de mobilidade que custarão 4,7 bilhões de reais...

tar até dois anos para agendar uma consulta no SUS? Resolvem-se também estudos sérios, como um da consultoria Ernst & Young que aponta o desperdício de 64,8 bilhões de reais no PIB entre 2010 e 2014 com a realização da Copa. Pode ser, só o tempo dirá, mas não é o que a história de eventos países que sediaram grandes eventos mostra. O economista Stefan Seydman, professor de gestão do esporte na Universidade de Munique e autor do livro Socceromics, vai direto ao ponto: "Em termos econômicos convencionais, receber a Copa não vale a pena. Ela transfere o pagamento de impostos dos contribuintes que poderiam ser usados em outros projetos para um único mês de futebol. Em qualquer país, escolas e hospitais oferecem taxas de retorno muito melhores. Quanto mais pobre um país, mais verdadeira é essa afirmação". Para ele, "o Brasil sacrificou um porqu沿海 de seu futuro para ter a Copa de 2014".

AS CONTAS DE 2014

Depois da confirmação do Brasil como país sede, em 2007, o governo e a CBF afirmaram que a Copa consumiria pouco dinheiro público, mas a realidade é muito diferente (em milis)



A grid of 12 small portraits of people, each with a name and a short quote. The names include: YVES BERNARDI, THAYSA CARIA, JAYNE REZENDE, PEDRO PAULO ARAUJO, NATALIA LUIZ, ANA LUCIA LOPES, RENATA LUCHEINI, CATHARINA DIAS, LUANA BARCELLOS, THAYSA FERREIRAS, EMERSON STEVENS, and NATALIA LUIZ. Each quote is a short, often humorous or critical, statement related to the 2014 World Cup.

ANEXO 23

VEJA. EDIÇÃO 2353, 11 DEZEMBRO, 2013. p. 146.

Especial

AGORA VAMOS FALAR DE FUTEBOL

FINAL DRAW

FOR THE 2014 FIFA WORLD CUP BRAZIL™



A definição dos grupos da Copa de 2014 autoriza deixar de lado — por alguns dias, ao menos — os problemas com estádios e aeroportos. O Brasil deu sorte ao enfrentar na primeira fase Croácia, México e Camarões

ALEXANDRE BALDOR, *do Centro de Sociologia*

Uma frase destacada na seção Viva Esta desta semana, dita por um ótimo goleiro já veterano e extraordinário exilista na maritímate, o franco apolíneo Albert Camus, é a constatação de que o futebol pode, sim, ser levado a sério. Esse Camus: "O que sei com mais certeza sobre moral e deveres dos homens, devo ao futebol". Se é assim, temos o direito de dedicar um breve momento aos problemas grandes e fundamentais que assolam a Copa de 2014, e que ainda oscilam por muito tempo, para agora falar de futebol — de esporte, dos grandes nomes, dos clássicos inigualáveis e das histórias que atravessam 84 anos de Mundiais. O que mais importa, em primeiro lugar, a seleção brasileira estreia contra a Croácia em 12 de junho, uma quinta-feira, no Itaipava. Depois enfrenta o México no dia 15, terça-feira, em Fortaleza. Encerra a fase de grupos contra Camarões, em 21 de junho, no

O SORTEIO Começa amanhã e acaba amanhã, às 20h, no Rio de Janeiro, no Palácio de Esportes Fernando de Sá

11 DEZEMBRO DE 2013 | veja

ANEXO 24

VEJA, EDIÇÃO 2354, 1 JANEIRO, 2014. p. 74.

Especial



A COPA E A COPA NO PAÍS DO FUTEBOL

Em 2014, o Brasil do futebol mais vitorioso e festejado do mundo terá encontro marcado com o Brasil que é pereba na infraestrutura, pereba de pau na educação, consistente na desigualdade social e matador na corrupção. Nenhum dos dois é uma mentira, mas, naturalmente, estranham-se no espelho

VERON BARROUX

A Copa do Mundo que se disputará de 12 de junho a 13 de julho do ano que começa será a mais difícil da história para o Brasil. A previsão de duricia para aquele que o mundo inteiro vê como o "país do futebol" — por ser a única nação protocampeã e também a única a ter conquistado a todas as edições do evento, desde que seu primeiro campeão com a presença de quatro escassas seleções europeias abriu a série em 1930, no Uruguai — não leva em conta apenas as chances esportivas da equipe comandada por Luiz Felipe Scolari. Mesmo em uma Copa maliciosa, que contará com a presença de todas as equipes que já levantaram a taça, ninguém seria louco de subestimar o Brasil, mesmo mesmo jogando em casa. O prognóstico caustico se deve mais a fatores estruturais, que desta vez não poderemos nos dar ao luxo de negligenciar segundo plano. Hája o que houver, seja aqui for o exemplo, evite desde já uma certeza: na Copa do Mundo do Brasil, o Brasil vai se encontrar com o Brasil — o país onde se joga o futebol mais vitorioso e festejado do mundo com o país que é pereba na infraestrutura, pereba de pau na educação, consistente na desigualdade social e matador na corrupção. Nenhum dos dois é uma mentira, mas, naturalmente, estranham-se no espelho.

Isso torna a Copa de 2014 única: aquela que, mesmo ganhando, correemos o risco de perder. Pela primeira vez, vencer nos garantirá não será suficiente. De forma incomparavelmente mais desafiadora do que em 1950, quando o Mundial da Fifa era um certame paraguaio comparado à superprodução de hoje, será preciso vencer nos aeroportos, nos hotéis, nos taxis, nas filas diante dos estádios e na segurança — em resumo, na organização — no jogo em que o placar já foi aberto e nos é amplamente desfavorável, com obras atrasadas, promessas que nunca saíram do papel, equipamentos estragados e desleques rotineiros como o do ministro do Esporte, Aldo Rebelo, ao dizer que nunca viu a neve chegar à Igreja na fumaça marcada. Ocorre que, se o Brasil tem de hoje pode ser ex-

O SONHO DIANTE DO ITAQUERÃO
 Deyvid Arnaldo da Silva, de 11 anos, nascido e criado em Itaquera, bairro da Zona Leste de São Paulo onde se encontra o estádio em que Brasil e Croácia farão a abertura da Copa, tem um sonho alimentado nas peladas de terra batida: "Ser igual ao Messi, o melhor do mundo". Inevitável, mas só quem não conhece o Brasil dizia que é impossível.

ANEXO 25

VEJA, EDIÇÃO 2364, 12 MARÇO, 2014. p. 50.

Brasil

AS AMEAÇAS À COPA

Relatório do serviço de inteligência do governo identifica seis grupos potencialmente capazes de atrapalhar ou até impedir a realização da Copa do Mundo no Brasil.

ROSEAN BOMI E RODRIGO APAREL

RELATÓRIO DE INTELIÊNCIA Nº 021UNISABMSGRUPO1EV.2014

APRESENTAÇÃO

ANÁLISE DE FONTES DE AMEAÇA PARA COPA DO MUNDO FIFA 2014

A Copa do Mundo FIFA 2014 ocorrerá de 12 jun. a 13 jul. 2014 em 12 cidades-sede brasileiras. Nos três níveis de governo, após extensa análise planejada para garantir a segurança durante a sua plena realização. Para, assim como em outros grandes eventos internacionais, há riscos ao País de sofrer de manifestações capazes de causar danos, interrupções de longo e curto prazo às atividades.

Fonte de Ameaça: Grupos de Pressão

As manifestações são um fenômeno comum, sendo que em países não estão necessariamente de alguma natureza.

As manifestações de insatisfação de caráter violento e hostilidade são comuns durante a Copa das Confederações, por exemplo, sendo a tal medida da "Copa do Mundo" o primeiro momento e fase culminante das manifestações, e a Copa do Mundo FIFA 2014 o momento culminante das manifestações.

MANIFESTAÇÕES DE RUA

A ameaça — A violência pode ocasionar as posturas de "grupos de pressão" como os Black Blocs e o Conselho Popular das Ações pela Copa. Também devem ocorrer de ruas as manifestações que reclamam dos gastos com o Mundial e da má qualidade dos serviços públicos.

Potencial

AVALIAÇÃO — Três níveis, com o início da Copa, Black Blocs e manifestações contra o Mundial já estão necessariamente previstos.

NA VÉSPERA
A polícia se prepara para evitar os ataques e protestos.

12 MARÇO 2014

www.veja.com.br

ANEXO 26

VEJA EDIÇÃO 2381 DO DIA 9 DE JULHO DE 2014, p.64.

Copa

DRAMA
Uma vitória sobre a lateral colombiana Zúliga em Neymar levou o craque ao gramado. Cravado de dor, ele foi reintroduzido para fora do campo de jogo e, depois, ao hospital. Uma partida na sequência entre os dois times da Copa

TRIUNFO E TRAGÉDIA

Depois de celebrar a vitória contra a bela equipe da Colômbia e reencontrar o equilíbrio perdido, ficando a dois jogos do hexa, a seleção brasileira perde Neymar quando mais precisa dele

ANEXO 28

VEJA, EDIÇÃO 2382, 16 DE JULHO DE 2014, p.26



Rodrigo

Constantino

Choque de realidade

“Esperança é a grande falsária da verdade”, disse Batasar Grácian. “Fatos não deixam de existir porque são ignorados”, disse Aldous Huxley. Os dois aforismos vieram à mente após a humilhante derrota da seleção brasileira para a Alemanha. Não sou jornalista esportivo, e sim economista. Pretendo falar de economia, portanto. O futebol será apenas uma metáfora para nossa situação econômica.

O país estava empolgado com o time, sonhando com a vitória em casa. Tão animado que preferiu ignorar a inferioridade técnica da equipe, que chegou às semifinais aos trancos e barrancos, sem enfrentar nenhum dos maiores concorrentes. Arrogância, expectativa desmedida, deslumbramento, tudo isso produz negligência e não prepara para o pior. A própria postura do técnico Felipão Scolari era de extrema agressividade para com os críticos. Deu no que deu.



A Copa termina com o Brasil derrotado. É triste, mas a vida continua. Futebol é apenas diversão, ainda que seja a mais importante das coisas menos importantes. No campo, tivemos um duro choque de realidade. Na economia, teremos outro, se as coisas não mudarem logo



Nossa economia enfrenta situação similar. Após a euforia com o crescimento artificial de 2010, que foi produzido por estímulos insustentáveis do governo e elegeu Dilma, o crescimento foi perdendo força e hoje é quase nulo. Enquanto isso, a inflação dá uma goiada nos trabalhadores, destruindo o poder de compra de seu salário. Mas o governo insiste que está tudo ótimo, que a inflação está sob controle, que o crescimento virá, sabe-se lá de onde.

A “técnica” do time econômico vive em negação da realidade, prefere se refugiar em ilusões, na esperança de que uma mentira repetida mil vezes se tornará uma verdade. Nas diretrizes de governo que Dilma enviou ao TSE, como preliminares de seu programa caso recedea, vemos um Brasil que simplesmente não existe. Ou melhor: existe apenas na fantasia de alguns.

Os alemães jogam com muita disciplina e humildade, treinam pesado e se destacam mais pelo futebol em campo do que por cabelos excêntricos e tatuagens. O foco está no resultado, não nas

aparências. Será que podemos dizer o mesmo da nossa seleção? Até que ponto a crença no improviso, na ginga, no jeitinho, na malandragem de quem cava pênalti o tempo todo não mascara a ausência de melhores fundamentos?

Voltando à economia, temos um agronegócio pujante que carrega as exportações nas costas, em boa parte graças às vantagens comparativas naturais do país. Até que ponto isso não nos ilude, desviando o foco da falta de boa infraestrutura, mão de obra qualificada, impostos reduzidos e regras do jogo mais claras? O que acontecerá quando o crescimento chinês desacelerar e o preço das commodities cair? Quem vai segurar as costas? Não há goleiro mágico que dê jeito.

Éis uma importante lição que podemos extrair do futebol: as regras são conhecidas *ex ante*, são isonômicas e não podem ser alteradas durante o jogo. O resultado depende mais do mérito que da sorte. Comparem-se a isso as intervenções arbitrárias do governo na economia, os subsídios, as barreiras protecionistas, as isenções fiscais pontuais, tudo modificando as regras durante o jogo, criando incertezas, levando as empresas a “investir” em lobby em vez de produtividade. Não pode dar certo.

A economia brasileira mal deve crescer 1% neste ano. Não obstante, a inflação acumulada de doze meses estourou o teto da elevada meta de 6,5% em junho, isso mesmo com vários preços repressados pelo governo. Já estamos praticamente em um quadro de estagnação. As contas externas encontram-se em território negativo. O resultado fiscal está cada vez pior, apesar dos rudimentares malabarismos contábeis. A gestão econômica é um fracasso.

Há um forte desejo de mudança por parte dos eleitores. Paradoxalmente, a presidente Dilma tenta se vender como a alternativa de “mais mudança”, após doze anos de PT no poder. Quando um time perde tantas partidas seguidas, inclusive de goleada, o técnico costuma cair por pressão dos torcedores, ávidos por novidades. Alguém deve assumir a responsabilidade pelos equívocos da equipe. Felipão assumiu: a escolha do time foi sua, a responsabilidade da derrota também é sua. Éis uma mensagem que deveria chegar ao Planalto.

A Copa do Mundo termina com o Brasil derrotado. É triste, mas a vida continua. Futebol é apenas diversão, ainda que seja a mais importante das coisas menos importantes. No campo, tivemos um duro choque de realidade. Na economia, teremos outro, se as coisas não mudarem logo.



16 | 16 DE JULHO 2014 | veja

ANEXO 29

EDIÇÃO DO DIA 16 DE JULHO DE 2014, p. 52.



Brasil

O BOM E O MAU HUMOR

Quando tudo ia bem na Copa e com a seleção, Dilma capitalizou o momento a favor — e deu certo. Agora ela tenta se isolar do azedume geral provocado pelos 7 a 1 no Mineirão. Vai dar certo?

ANTES DA DERROTA...
A carreira na carreira de seleção. Em 2013, depois que o time venceu a Copa das Confederações, Dilma declarou: "Meu governo é jurídico Felipe".

Dilma Rousseff colunista 1 de 32
Temho coz q @MeymaA eplnd de vida + rápido do q se imagina pi encher os brasileiros de água.
#cupadecopa #brasil.com @CopaCopa

Dilma Rousseff colunista 2 de 32
Agradeço por nos arcares de água e esperança a cada jogo da #CopaDasCopa
#brasil.com @CopaCopa

Dilma Rousseff colunista 3 de 32
O povo brasileiro confia em Felipe. Primeiro entre jogadores de #SeleçãoBrasileira #Brasil2014
#brasil.com @CopaCopa

Dilma Rousseff colunista 4 de 32
A maior gestão registrada em uma semifinal em vinte edições de Copa do Mundo. Foi a maior derrota sofrida pela seleção brasileira, a única pentacampeã mundial, em seus 100 anos de história. Fora de campo, foi o mais duro golpe no plano de Dilma Rousseff de transferir a propagação desta importante bandeira da campanha à reeleição. Com a divulgação de dados negativos na economia, como a previsão de alta global da inflação (6% ao ano) sobre o crescimento econômico (3% ao ano), a presidente apostava na satisfação com a Copa e no sucesso do Brasil no kercho para neutralizar o clima de mau humor reinante na população e crescer nos pesquisas de intenção de voto. Durante três semanas, esse plano deu certo. A aprovação à organização do evento e à candidatura rubi, assim como o vitória no Palácio do Planalto. Alineares presidenciais já indicavam Dilma, no Mineirão, entregando o troféu do heroi ao capitão Thiago Silva, seria o prenúncio da coronção nas urnas. Falhou contribuir com os aliados. Ao vencer por 7 a 1, eles impuseram uma sensação de revolta aos brasileiros, reduzião a esmiéla com a Copa e arrojaram o projeto de poder do PT, revertendo uma sonhada perspectiva de lucro sem menor real de projeto eleitoral.

Essencialidade pelo governo, uma pesquisa telefônica realizada nos 24 ho-
ras seguintes à eliminação do Brasil dá uma ideia do potencial de dano na

16 DE JULHO 2014 | **Veja**

ANEXO 30

VEJA, EDIÇÃO 2382, 16 DE JULHO DE 2014, p.114.


J.R. Guzzo

Com muito orgulho

Nunca antes na história deste país tinha acontecido nada igual. Não só na história deste país: o que se viu no 8 de julho de 2014, um dia que viverá para sempre, jamais tinha ocorrido em 100 anos de existência da seleção nacional de futebol. Também não havia acontecido em toda a história da Copa do Mundo desde a sua criação, em 1930 — não num jogo de semifinal, disputa privativa de gigantes da bola. Pois aconteceu: a Alemanha enfiou 7 a 1 no Brasil, comprovando uma vez mais que tudo o que não é impossível pelas leis da natureza é, por definição, possível de acontecer um dia qualquer. Quem poderia imaginar um resultado desses? Seria mais fácil o velho camelo da Bíblia passar pelo buraco de uma agulha. Mas os camelos do futebol, como se vê no mundo das realidades, são bichos capazes de fazer as coisas mais incríveis. Ficaram de novo, no Estádio de Minas Gerais. Fim de linha para a seleção e para o "hexa", por falência de múltiplos órgãos.



De certo, em tudo isso, só ficou a definição que Dilma Rousseff fez antes do desastre: seu governo é 'padrão Felipão'. Até que enfim a presidente acertou bem no alvo



E daí? E daí nada, realmente — apenas uma derrota esportiva, risco que existe em toda competição e do qual está livre só quem não compete. Numa sociedade razoavelmente adulta, capaz de separar futebol de honra nacional, felicidade do povo, "vergonha na cara" e outros valores, reais ou imaginários, o massacre que o time do Brasil viveu no Mineirão seria uma derrota horrenda, constrangedora e francamente evitável — mas uma derrota num jogo de bola, só isso, sem nenhuma prejuízo material para ninguém, para o país ou para o equilíbrio psicológico de quem quer que seja. Acontece que o Brasil tem uma imensa resistência em ser adulto, e aí a coisa complica. Como resultado da pressão neurótica aplicada ao futebol pelos meios de comunicação e pelo noticiário esportivo, autoridades públicas, políticos em geral, departamentos de marketing de grandes empresas, agências de publicidade e interesses econômicos que envolvem bilhões de dólares, constrói-se sistematicamente no Brasil um ambiente artificial de histeria que contamina a sociedade quase inteira, quando

se trata de futebol e de Copa do Mundo. Assim ficam estabelecidas exclusivamente duas possibilidades, ambas falsas: a vitória que transforma a nação num paraíso de coragem, competência e superioridade sobre todos os demais povos do mundo; ou, então, a derrota que nos reduz ao pó, com vergonha, choro e ranger de dentes.

É assim que se criou, entre outras invenções cultivadas com obsessão, a extraordinária lenda segundo a qual o Brasil sofreu um "trauma" sem limites ao perder no jogo final contra o Uruguai no Maracanã, em 1950, na primeira Copa aqui disputada. A derrota é vendida como uma "tragédia" sem igual na história brasileira, um momento de desgraça que jamais poderíamos viver de novo e que clamava aos céus por redenção e vingança — a ser providenciadas, enfim, em 2014, pela graça dos 23 rapazes convocados para a seleção do técnico Luiz Felipe Scolari e dos cartolas da CBF. Mas não existe trauma nenhum — como poderia existir, se apenas os brasileiros hoje com mais de 70 anos estavam vivos em 1950, em idade para entender minimamente o que aconteceu? Ninguém sofre, na vida real, por contrariedades que jamais experimentou. Mas aí está: impõe-se ao país o disparate segundo o qual uma partida de futebol disputada 64 anos atrás, o "Maracanazo", foi uma bomba atômica jogada no Rio de Janeiro, e que "jamais o Brasil iria permitir" que a calamidade se repetisse nesta segunda Copa sediada pelo Brasil. No jogo contra a Alemanha aconteceu muito pior do que uma repetição: um "Mineirão", com inéditos 7 a 1 no kmbto.

Essa mesma lavagem cerebral nos força a ficar repetindo que o Brasil é "o país do futebol", que nenhuma outra nação chega perto da nossa habilidade sobrenatural com a bola e que vamos ganhar sempre por causa da ginga, do jogo de cintura, da malandragem etc., pois amarramos "o coração na chuteira", somos "brasileiros com muito orgulho" e outras tolices. Já já é mais que uma mentira: é fazer um grosseiro desafeto aos fatos. O futebol brasileiro vale o mesmo que o jogado em mais uma dúzia de países; com a exceção de Neymar, nossos jogadores, em 2014, são apenas corretos, ou bonzinhos. Os da Alemanha, neste momento, são muito melhores, individualmente e em conjunto. Por um bloqueio mental pré-fabricado pela propaganda, porém, o futebol brasileiro é incapaz de admitir essa realidade simples.

De certo, em tudo isso, só ficou a definição que Dilma Rousseff fez antes do desastre: seu governo é "padrão Felipão". Até que enfim a presidente acertou bem no alvo.



114 | 16 DE JULHO DE 2014 | VEJA

ANEXO 31

EDIÇÃO 2383, DIA 30 DE JULHO DE 2014

Sociedade

O NOVO PAÍS DO FUTEBOL

Celeiro de craques, a Alemanha não foi campeã da Copa do Mundo por acaso. O país transferiu suas melhores qualidades para dentro do gramado: eficiência, autoconfiança, atração de talentos e muito espírito de equipe

TATIANA BERNAL, em Berlim



DIVERSÃO NO TREINO
Craques alemães não
apenas para se divertir
mas de mais de
20 anos, em escolas
e clubes em Berlim