



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

DIEGO HENRIQUE RODRIGUES DE MORAES

7X1:

O DIA EM QUE A IMPRENSA ESCANTEOU EM DEFINITIVO
O MITO DA OBJETIVIDADE

Londrina
2021

DIEGO HENRIQUE RODRIGUES DE MORAES

7X1:

O DIA EM QUE A IMPRENSA ESCANTEOU EM DEFINITIVO
O MITO DA OBJETIVIDADE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina - UEL, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Rodolfo Rorato Londero

Londrina
2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

MORAES, Diego Henrique Rodrigues de.

7X1: O DIA EM QUE A IMPRENSA ESCANTEOU EM DEFINITIVO O MITO DA OBJETIVIDADE / Diego Henrique Rodrigues de MORAES. - Londrina, 2021.
97 f. : il.

Orientador: Rodolfo Rorato Londero.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2021.

Inclui bibliografia.

1. Futebol - Tese. 2. Imprensa - Tese. 3. Objetividade - Tese. 4. Capas - Tese.
I. Londero, Rodolfo Rorato. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação.
III. Título.

CDU 316.77

DIEGO HENRIQUE RODRIGUES DE MORAES

7X1:

O DIA EM QUE A IMPRENSA ESCANTEOU EM DEFINITIVO
O MITO DA OBJETIVIDADE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina - UEL, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Rodolfo Rorato Londero
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. Fábio Alves Silveira
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. Miguel Luiz Contani
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina. 19 de abril de 2021.

Ao público pouco importa em absoluto que o combate seja falseado ou não: e ele tem toda a razão: Entrega-se à primeira virtude do espetáculo: abolir qualquer móbil ou consequência; o que lhe interessa é o que se vê, e não o que se crê.

Roland Barthes

AGRADECIMENTOS

À minha família – pai, mãe, irmãos, sobrinhos, tios, primos – base de sustentação emocional, que me permitiu chegar à conclusão desta dissertação. É sempre mais difícil ancorar um navio no espaço;

Mas sobretudo a minha avó materna – mãe duas vezes –, Santina Benedito Rodrigues, que acreditou em mim quando ninguém mais acreditava, que confiou no poder transformador da educação, apesar do parco acesso que teve ao ensino formal e de ter arrancado a vida com a mão. Amar é agir;

A minha companheira Fernanda, uma luz que ilumina meu caminho. Amor desses cresce primeiro, brota é depois;

Ao Professor (com P maiúsculo) Rodolfo Rorato Londero, que esteve comigo no tema que permeia este trabalho desde a graduação. Ensinar é um exercício de imortalidade;

Ao Professor (também com P maiúsculo) Miguel Luiz Contani, que trouxe o tempero de que este trabalho necessitava. O Professor Miguel é um colosso de sabedoria e gentileza, atributos escassos em tempos sisudos. Diante da brutalidade das horas, a delicadeza é um ato de insubordinação e de resistência;

Por fim, à Universidade Pública, que, mais do que nunca, tem que ser defendida e protegida do obscurantismo e do negacionismo científico. Quando abrirem-se os portões, de par em par, os loucos sairão. O Brasil voltará a sorrir!

MORAES, Diego Henrique Rodrigues de. **7x1**: O dia em que a imprensa *escanteou* em definitivo o mito da objetividade. 2021. 96 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2021.

RESUMO

Nesta dissertação, analisamos o conteúdo e a concepção das capas de doze jornais brasileiros: Extra, O Lance, O Dia, Metro, Meia Hora, Gazeta do Povo, Diário do Nordeste, Correio Braziliense, Folha de Londrina, Diário de Santa Maria, A Tarde, Zero Hora, um dia após a derrota da seleção brasileira de futebol para a Alemanha, na copa de 2014, no estádio do Mineirão, no confronto que resultou na maior derrota da seleção brasileira em todos os tempos – 7 a 1 para os visitantes. As capas dos periódicos são dotadas de uma alta carga semântica, seja pelo texto verbal, ou pelo não verbal escolhidos, gerando uma simbologia que dialoga em vários aspectos com o chamado público-alvo do jornal. Embasados nisso, almejamos decifrar, com os aportes teóricos do semiótico argentino Eliseo Verón, na noção de contrato de leitura, e do semiólogo Roland Barthes em seus estudos acerca de fotografia e de mito, a fim de conduzir reflexões requeridas pela complexidade do fenômeno que, naquele contexto específico, estabeleceu-se na relação entre emissor e receptor. Buscamos apontar a função de cada um desses dois agentes no cenário destacado e elucidar os aspectos conotativos e denotativos presentes nos conteúdos em análise, tais como legendas e título, imagem e diagramação, dentre outras ocorrências. Os resultados permitem afirmar que o emissor assumiu para si a linguagem do receptor e, ao suprimir a história, devolveu apenas a subjetividade exasperada, não só pelo fato de o país ter perdido o hexacampeonato, mas também de ele (receptor) não ter conseguido realizar “o grito que ficou preso na garganta de seus antepassados”. Com isso, a objetividade jornalística ficou totalmente proscrita.

Palavras-chave: futebol; imprensa; objetividade; capas, 7x1.

MORAES, Diego Henrique Rodrigues de. **7x1**: The day the press definitely *sent to corner* the myth of objectivity. 2021. 96 p. Dissertation (Master's degree in Communication) – State University of Londrina, Londrina, 2021.

ABSTRACT

In this dissertation, we aim to analyze the content and the conception of the covers of twelve Brazilian newspapers, namely: Extra, O Lance, O Dia, Metro, Meia Hora, Gazeta do Povo, Diário do Nordeste, Correio Braziliense, Folha de Londrina, Diário de Santa Maria, A Tarde, Zero Hora, the next day of the Brazilian's national soccer team defeat to Germany, in the 2014 World Cup, at Mineirão stadium, in the match that resulted in the biggest defeat of the Brazilian team ever – 7-1 to the visitors. The covers of the periodicals carried a high semantic load, either by the verbal or non-verbal text chosen, thus generating a symbology which dialogues in several aspects with the so-called target audience of the newspaper. Based on this, our intent is to decipher, with the theoretical support from the Argentine semiotician Eliseo Verón, with his concept of reading contract, and from semiologist Roland Barthes and his study about photography and about myth, with the purpose of conducting reflections required by the complexity of the phenomenon that took place in that particular context, involving the relationship established between sender and receiver. We seek to point out the role played by both agents within the scenario and clarify connotative and denotative aspects found in the content analyses such as captions and title, image and layout, among other aspects. The results allow us to state that the sender took for himself the language of the receiver and, by suppressing history, simply returned no more than exasperated subjectivity, not only because the country had lost the sixth title, but also because he (the receiver) could not perform "the cry that got stuck in the throat of his ancestors". With this, the journalistic objectivity was totally suppressed.

Key words: soccer; the press; objectivity; front page; 7x1.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa Extra	74
Figura 2 – Capa O Lance	76
Figura 3 – Capa O Dia	78
Figura 4 – Capa Metro	80
Figura 5 – Capa Meia Hora	81
Figura 6 – Capa Gazeta do Povo	82
Figura 7 – Capa Diário do Nordeste.....	84
Figura 8 – Capa Correio Braziliense	85
Figura 9 – Capa Folha de Londrina.....	86
Figura 10 – Capa Diário de Santa Maria	87
Figura 11 – Capa A Tarde.....	89
Figura 12 – Capa Zero Hora	90

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	SOCIEDADE BRASILEIRA E O FUTEBOL	12
2.1	CARÁTER LÚDICO E PROFISSIONALIZAÇÃO	16
2.2	COM O BRASILEIRO NÃO HÁ QUEM POSSA.....	23
2.3	DA CONSAGRAÇÃO AO VEXAME	29
3	O FUTEBOL SOB A ÓTICA DO JORNALISTA	36
3.1	A MEDIAÇÃO JORNALÍSTICA	39
3.2	AS GRANDES HISTÓRIAS DOS GRAMADOS.....	42
4	REFERÊNCIAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS	47
4.1	CUMPLICIDADE NO CONTRATO DE LEITURA.....	51
4.2	A LINGUAGEM DO MITO	56
5	ANÁLISE: 12 CAPAS DO DIA SEGUINTE	60
5.1	A ÂNCORA FOTOGRÁFICA	64
5.2	OS PARABÉNS AO REVERSO	71
5.3	UM VEXAME PARA A ETERNIDADE	80
5.4	O MAIOR FIASCO DA HISTÓRIA	86
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
	REFERÊNCIAS	95

1 INTRODUÇÃO

A Copa do mundo, que reúne as 32 melhores seleções de todo o planeta, em um único lugar, a cada quadriênio, está arraigada na cultura do povo brasileiro. É um evento aguardado com forte expectativa, certeza de conquista do primeiro lugar, convicção de desempenho inigualável, orgulho pelo país ser considerado a principal potência futebolística, berço do talento e da arte no esporte. Nomes como Pelé, Coutinho, Barbosa, Garrincha, Zico, Romário e Ronaldo tornaram-se mundialmente conhecidos, e reconhecidos, devido a uma performance notável com a camisa da Seleção Brasileira em mundiais de futebol.

A Copa de 2014, realizada, pela segunda vez, em território brasileiro, exceto as mazelas fora de campo, desde o anúncio oficial da sede, no final de 2007, teve a organização dentro dos gramados elogiada, seja pela recepção dada aos estrangeiros que aos montes desembarcavam no país do futebol, seja pela própria estrutura dos estádios, em que pese as altas despesas aos cofres públicos.

O Brasil, entre todos os partícipes de mundiais, é o único que nunca esteve fora de um deles. Figurou em todos, desde a primeira Copa, em 1930, no Uruguai. A queda emblemática de 2014, o famigerado 7 a 1, diante dos alemães, legou à seleção pentacampeã do mundo a maior derrota de um anfitrião em mundiais, fato de demasiada repercussão na imprensa nacional.

Esta dissertação, isso posto, visa levar luz às reações de 12 jornais de relevância nacional (Meia hora, Gazeta do Povo, Extra, A Tarde, Lance, O Dia, Correio Braziliense, Diário de Santa Maria, Diário do Nordeste, Metro, Zero Hora e Folha de Londrina) – com enfoque na análise das capas dos periódicos um dia após o placar de 7 a 1 imposto pelos alemães aos brasileiros em julho de 2014 –, na esteira da teoria da recepção, do semiólogo argentino Eliseo Verón, além do conceito de mito definido pelo também semiólogo francês Roland Barthes, que busca ainda elucidar a mensagem fotográfica, e do dramaturgo brasileiro Nelson Rodrigues, bem como de antropólogos e historiadores, no que concerne à derrocada da seleção comandada à época pelo técnico Luiz Felipe Scolari.

De que forma tais capas, dotadas de imagem e texto sobre os quais nos debruçaremos, podem revelar traços e pormenores da relação entre emissor e receptor? Quais as participações tanto deste quanto daquele na mensagem final que se estabelece? As escolhas de palavras e textos são aleatórias ou propositais dentro

de uma redação de jornal? Acima de tudo, são essas as perguntas a que este trabalho pretende responder com o objetivo de inferir o modo como a imprensa contribuiu para dissolver o mito da objetividade na cobertura que realizou do “imperdoável” malogro.

É indubitável a importância da seleção brasileira de futebol para o povo brasileiro. Não foi a primeira vez, é importante pontuar, que a seleção nacional deixou escapar uma Copa do mundo em casa. A copa de 1950 – cuja responsabilidade da derrota foi atribuída ao então goleiro Barbosa – legou cicatrizes não só no esporte em si, mas sobretudo na autoestima do brasileiro, para o qual os triunfos em campo foram capazes de minimizar as agruras fora dele ao longo da história.

A depressão oriunda da sensação de fracasso, tanto em 1950, quanto em 2014, não significa que o brasileiro tenha se acostumado apenas com glórias no futebol. Pelo contrário, ainda que o mundo tenha sido conquistado cinco vezes pelo Brasil, quedas, como a eliminação precoce em 1966, na Inglaterra, as derrotas de 1982, na Espanha, e 1986, no México, além do emblemático 3 a 0 diante da França na final da Copa realizada naquele país, foram profundamente sentidas pelos brasileiros.

Embora boa parte da população tenha comemorado a escolha do Brasil como sede da copa em 2007 (sete anos antes do evento), a realização do mundial em solo nacional foi colocada em xeque quando eclodiram movimentos de rua contrários aos gastos estratosféricos do governo com o torneio. Durante toda a copa do mundo, a seleção de Scolari foi duramente criticada pela crônica esportiva, a qual contestava a forma como o time se apresentava em campo, mesmo nas vitórias da equipe. Neymar, principal nome do Brasil naquele mundial, lesionou-se em uma das partidas e foi poupado do placar considerado vexatório, pela população e pelos objetos que serão analisados, diante dos alemães.

Este trabalho é dividido em quatro momentos: futebol e sociedade, o futebol sob a ótica do jornalista, referências teórico-metodológicas e, por fim, análise das capas. No primeiro tópico, a discussão é realizada com o respaldo de sociólogos, escritores e antropólogos que se debruçam – ou debruçaram-se – sobre a relação do povo brasileiro com o futebol desde quando os ingleses trouxeram a primeira bola ao país, no final do século 19, pois é de fundamental importância debater a influência do futebol na vida do brasileiro ao longo das décadas. Em O

futebol sob a ótica do jornalista, a abordagem é sustentada por teorias da comunicação, na intenção de revelar formas com as quais os jornalistas observam o mundo, com destaque para os jornalistas esportivos, e precisar como tais modos parecem contrariar, ou ir ao encontro, dos valores tradicionalmente identificados com esses profissionais de comunicação.

Neste momento da introdução, tomo a liberdade de fazer uso da primeira pessoa do singular, para explicar e assumir a decisão de adotar, ao longo do texto, a licença de mesclar as linguagens formal e informal, como estratégia expressiva para abordar, com mais autenticidade, a natureza do objeto de estudo. Farei isso com o cuidado de jamais me afastar da linguagem científica em seus fundamentos indispensáveis ao rigor de uma pesquisa. Assim procedo na certeza de que este prévio aviso alertará o leitor a não se surpreender se algumas construções lhe parecerem extravagantes.

As referências teórico-metodológicas, por sua vez, conterão aportes das teorias de semiólogos, como Eliseo Verón e Roland Barthes, estudiosos da imprensa. Ambos se complementam e garantirão respaldo às análises, pois suas especialidades encontram-se em textos e fotografias na mídia impressa, características que vão ao encontro do que se pretende discutir. Em Verón, o destaque será concentrado na noção de contrato de leitura e, de Barthes, virão os enfoques semiológicos de mito e linguagem fotográfica.

Por fim, já sustentado pela base histórica e teórica, vem o momento da análise das capas dos jornais supracitados, publicadas no dia seguinte à vitória alemã sobre o Brasil, em que imagens e textos verbais revelam muito sobre o momento pelo qual passava o país, bem como o elo existente entre imprensa - no caso, especificamente, a imprensa - e público leitor.

Este trabalho, em suma, pretende revelar, analisando isoladamente cada uma das partes do objeto, que a capa de um grande jornal estabelece um diálogo com o público-leitor, denotativa e conotativamente, comercialmente denominado público-alvo, cujo fim não desemboca somente na absorção, mas também em determinadas ações dentro do espaço público (ações hodiernas e pretéritas), que fazem da relação emissor-receptor uma via de mão dupla, na qual ambos têm papéis prescritos.

2 SOCIEDADE BRASILEIRA E O FUTEBOL

O futebol, esporte mais popular do planeta, não é reconhecido apenas por atrair bilhões de fãs, mas também por suas virtudes democráticas, pois a ele está relacionada a possibilidade de ascensão social de crianças e adolescentes oriundos das periferias e grotões do mundo, com maior ênfase nos países mais pobres e em desenvolvimento. No Brasil, nomes como Pelé, Ronaldo e Romário provaram, por meio do futebol, que garotos pobres são capazes de atingir patamares financeiros e de posição social que seriam pouco prováveis não fosse o poder do esporte bretão. A origem do futebol no Brasil, todavia, advém das elites econômicas. O paulistano Charles Miller nasceu em novembro de 1874 e foi mandado pelos pais à Inglaterra, com nove anos de idade, para estudar. No país europeu, onde ficou até 1894, Miller descobriu o futebol, que nascera em meio ao crescimento da massa operária inglesa e, em virtude disso, foi estigmatizado como esporte de ralé, principalmente quando as partidas terminavam em pancadaria e depredação. A primeira tentativa de uniformizar regras para o esporte ocorreu em 1850, com a utilização de escolas públicas para receber o jogo.

Esse futebol torna-se logo vitrine de um modo de vida europeizado, cosmopolita, e um índice de civilização e progresso, além de um traço de distinção social, pondo-se como um esporte vocacionado congenitamente para gente fina, seja na platéia ou no gramado (WISNIK, 2008, p.200).

Antes de se debruçar sobre as facetas do futebol na sociedade contemporânea, entretanto, faz-se necessário tratar das origens do jogo. Acredita-se que a ideia de algo parecido com futebol – sem levar esse nome – existiu nas sociedades pré-modernas, ou seja, antes das sociedades modernas industriais, cujas formas de se jogar diferiam do que se conhece no futebol atual. Ancas, cabeça e outras partes do corpo tinham participação elementar, no sentido de substituir os pés, à guisa de comparação com o jogo atual. Além disso, o excesso de violência (em muitas oportunidades, as disputas terminavam em morte) fazia com que os praticantes jogassem muito protegidos: os acessórios iam de cinturões a luvas de couro, numa tentativa de amenizar os choques causados pelo embate. No caso dos astecas, por exemplo, o chamado jogo-rito acreditava na possibilidade de reger

poderes celestiais e catastróficos com um equilíbrio ritual entre forças do céu e do mar, ideia impensável no futebol moderno, cuja base é uma sociedade racionalista.

Não obstante haja injeção de racionalidade aplicada no futebol moderno, o esporte é detentor de certa face violenta a ele inata. Se o futebol é uma representação ou reflexo da sociedade – admitindo-se que a sociedade tem grau elevado de violência e conflito –, a racionalidade encontra barreiras para se sobrepor às paixões. Seja na violência dentro de campo, seja na briga de torcidas organizadas nos arredores do estádio antes, nas arquibancadas durante e nos meios de transporte depois do jogo, a ideia de “jogo limpo”, como apregoa a entidade máxima do futebol, é desafiada, pois, por vezes, o futebol opera como um simulacro do antigo jogo-rito. A luta da razão contra o instinto é árdua, não só dentro de campo, mas também fora dele. Para Wisnik, “O seu caráter tradicional e pacífico admite, no entanto, uma margem de violência que lhe dá um caráter anárquico, desordenado, às vezes ilícito” (WISNIK, 2008, p. 81).

Uma das figuras mais importantes do futebol é o árbitro, popularmente chamado de “juiz”, mais uma representação da sociedade, afinal, remonta ao poder judiciário, o qual é responsável por tomar decisões que agradam a alguns, mas que desagradam a outros. O árbitro é atacado verbalmente (em algumas vezes, fisicamente) dentro de campo, se não pela torcida do time mandante, pela torcida do time adversário, basta uma falta marcada contra um dos dois lados, um impedimento assinalado, ou até um gesto mais ríspido direcionado a algum atleta. Em uma sociedade permeada pela desconfiança para com quem cuida da coisa pública, a mácula da desonestidade é direcionada àqueles que são entendidos como autoridades. No caso do futebol, o “juiz”, acompanhado de dois bandeiras e do quarto árbitro, uma espécie de “ladrão substituto”.

O árbitro em campo é o olhar da lei, alguém que, baseado em um conjunto de regras previamente estabelecidas, deve tomar a escolha correta, de modo a fazer justiça, muito embora para a maioria dos torcedores a justiça só existe se for feita para o lado conveniente. Assim, cria-se um ambiente hostil à representação da justiça dos homens dentro de campo, pois independentemente da medida tomada pela arbitragem, ela será achincalhada pela torcida, quando não pela imprensa esportiva. Não que os juizes de futebol sejam imaculados – muitos, inclusive, já se foi provado, flertaram com a ilegalidade –, mas os ecos das frustrações pessoais e demandas sociais ressoam na figura dele dentro de campo,

bastando um lance polêmico de entendimento subjetivo. Ao contrário dos juízes de toga, entretanto, o árbitro – profissão ainda não regularizada no Brasil – é jogado às feras sem compaixão.

Metaforicamente, o futebol delinea a própria vida. Como o desenho da sociedade é composto pela maioria da população dona da minoria dos recursos financeiros, no futebol não é diferente. A maior parte dos atletas que praticam o esporte mais conhecido do país ganha aproximadamente dois salários mínimos, fato que vai de encontro ao lugar comum no qual ser jogador de futebol é sinônimo de riqueza. A superexposição do esporte na mídia, a tradição dos grandes clubes, os altos salários de uma pequena parte maquam a verdadeira face do futebol, que é sinônimo de dureza na vida de diversos atletas, os quais perambulam pelo país à procura de um clube em que possam se estabelecer. No futebol, portanto, poucos são os alçados ao Olimpo da bola, ao passo que muitos ficam à deriva, ainda acreditando em um futuro de sucesso na profissão que escolheram seguir.

É sem dúvida essa complexidade que permite tomar o jogo de futebol como uma metáfora da própria vida. E assim, expressar o conflito básico existente na sociedade brasileira entre homens e forças impessoais que se colocam no seu caminho (DaMATTA, 1982, p. 31).

Por outro lado, o futebol guarda uma característica que poucas outras profissões têm: levar alguém de uma parca condição social para o apogeu financeiro, no qual se tem acesso aos melhores lugares, aos melhores bens de consumo duráveis e, em alguns casos, ao sucesso internacional. Se compararmos com outras profissões, perceberemos que esse “empurrão” ao paraíso do sistema vigente é bem mais raro do que no caso de quem opta pelo mundo da bola (ainda que seja mais injusto do que justo como já demonstrado). E isso acontece por alguns motivos. Para um menino pobre tornar-se um médico, por exemplo, necessita ter uma boa educação, estudar em escolas de qualidade, estudar em um cursinho de qualidade, possibilidade remota na sociedade brasileira. Para ser um advogado de destaque, além de tudo isso, deve preparar-se bem para o exame da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), uma tarefa difícil – embora não impossível, claro, pois há exceções à regra – para quem não teve o básico na infância e adolescência. Utilizando a parábola bíblica, o futebol é o caminho mais largo, dentro dos possíveis caminhos éticos, para a ascensão social de garotos das periferias e também o mais

democrático. Teoricamente, “cresce” quem tem talento. Não precisa ter estudado em escolas renomadas, não precisa ter passado em vestibulares difíceis e se formado em uma universidade de reconhecida para exercer a profissão, basta ter habilidades com a bola nos pés, sejam elas defensivas ou ofensivas. O futebol, portanto, dispensa títulos, exceto aqueles conquistados dentro de campo.

Se o futebol, como seus primos mais conspícuos, (o carnaval, a umbanda e o jogo do bicho), permite uma forma de cidadania positiva, posto que transforma um indivíduo sem eira nem beira em pessoa momentaneamente vitoriosa, é porque ele é uma ponte. Um instrumento que pode ser manipulado para permitir a ascensão social (DaMATTA, 1982, p. 18).

Mesmo dentro de campo – e que seja por quem já se estabeleceu em um clube de expressão – o futebol não deixa de ser uma representação da vida, um conjunto de incertezas no qual se vive uma série de dramatizações capazes de hipnotizar a platéia, muitas vezes sem ter saído sequer um gol, o orgasmo do esporte, em noventa minutos de partida. Há pessoas que são do mesmo time, há pessoas do mesmo time que não são tão próximas, há o time adversário, há a cobertura de olhares ávidos e atentos, há dinheiro envolvido, há quem defina as regras, há quem, correta ou erradamente, as aplique, há falhas, há acertos, lágrimas e sorrisos, vencedores e perdedores. Poderia ser uma das definições do que é a vida, mas é exatamente aquilo que há dentro de campo, aquilo que o futebol proporciona nas quatro linhas que demarcam o campo. Dessa forma, não é das tarefas mais difíceis encontrar um motivo para o futebol seduzir tanta gente.

A vantagem do futebol é, certamente, a de poder veicular muitos problemas fundamentais e, não obstante, ser apenas um jogo e um esporte. Talvez esteja aqui a significação central do esporte na sociedade moderna (DaMATTA, 1982, p. 30).

No início, o futebol (o jogo como é conhecido nas sociedades contemporâneas) não possuía nenhum tipo de remuneração para seus praticantes. Alguns times recusavam-se a participar de competições que premiassem os vencedores, pois, em virtude de uma visão romantizada do jogo, não queriam que o viés lúdico fosse preterido. Clubes londrinos viajavam o mundo para disseminar o futebol à sua moda. Quando Miller desembarcou no Brasil com o esporte que seria símbolo da nação nas malas, o jogo caiu no gosto dos mais abastados e passou a ser praticado pelas elites. Chácaras e velódromos – frequentados por um público

formado preponderantemente pela classe alta – foram os primeiros lugares para a prática do esporte, que ainda não era detentor de um local próprio para ser jogado. Sobretudo na primeira década depois da chegada ao Brasil, os praticantes preservaram o caráter lúdico do jogo, pois, assim como os inventores, os pioneiros do futebol no Brasil enxergavam no amadorismo o charme do jogo, que diferenciaria os atletas da suposta agressividade das camadas populares. No Mackenzie, primeiro clube fundado somente para futebol e integrado apenas por brasileiros, por exemplo, um dos jogadores foi advertido, antes de uma partida, por um dirigente em razão de entrar em campo com a gravata desarrumada. Havia, desse modo, a clara intenção de elitizar o esporte, restringindo-o a pessoas que contivessem certo traquejo social. Além disso, era comum que os jogadores se autodenunciassem ao cometer uma falta, o que reafirma a ideia lúdica e refinada da era romântica do futebol.

2.1 CARÁTER LÚDICO E PROFISSIONALIZAÇÃO

Nos primeiros anos da prática do futebol no Brasil, os equipamentos tinham de ser importados, “não havia campo adequado nem equipamento – as bolas, por exemplo, eram uma raridade” (GUTERMAN, 2014, p. 18), fato que dificultava ainda mais o advento do esporte pelas classes populares. No entanto, a poesia impregnada no futebol brasileiro não duraria muito, pois se viu desafiada pela profissionalização – potencializada a partir da década de 1920 – “o embate entre amadorismo e profissionalismo seria a tônica do futebol brasileiro nas primeiras três décadas do século 20”(GUTERMAN, 2014, p. 19) –, em que pese o desejo da elite de manter o caráter lúdico do esporte. Assim, afastando as camadas populares – que, aos poucos, apoderou-se do esporte, cuja competitividade e bom desempenho dos atletas fizeram do futebol algo rentável e, assim, gerando sua massificação. Tal fenômeno, por sua vez, fez com que ainda mais negros, mestiços e periféricos iniciassem a prática do esporte, já que o emprego nas fábricas não era garantido e o futebol surgia como uma fonte de renda, ainda que tímida, à época. Para Guterman, portanto, “a primeira década do futebol brasileiro estava impregnada de uma poesia que em pouco tempo se veria desafiada pela massificação e pela profissionalização” (GUTERMAN, 2014, p. 20).

No entanto, junto da entrada em maior número dos negros no futebol, veio o racismo. Um dos grandes nomes do futebol brasileiro nas primeiras décadas do século 20 foi Arthur Friedenreich, um atleta que, embora negro, alisava o cabelo para jogar futebol. Segundo o jornalista e cronista esportivo Mário Filho, Friedenreich era um “mulato que queria ser branco”. Além dele, Carlos Alberto, jogador do Fluminense, ficou conhecido por passar pó de arroz no rosto antes de entrar em campo, a fim de parecer branco. “O mulato jogava bola como nenhum outro de sua época, enquanto os olhos verdes e o sobrenome alemão eram o passaporte para o mundo dos brancos” (GUTERMAN, 2014, p. 43).

O ano de 1919 foi fundamental à guisa de comprovação da capacidade e qualidade técnica dos negros na prática do esporte que se tornaria símbolo do Brasil. Naquele ano, Brasil e Uruguai fizeram a final do torneio sul-americano, com a presença de mais de 20mil espectadores nas laranjeiras, estádio do Fluminense. Entre os torcedores estava o ex-presidente da república, Delfim Moreira. Foi de Friedenreich o gol histórico que deu a vitória à seleção brasileira. A partir de então, os negros jogadores de futebol fizeram com que surgissem “as condições que fariam do futebol o mecanismo pelo qual o Brasil romperia, ainda que momentaneamente, os limites rígidos de sua hierarquia social” (GUTERMAN, 2014, p. 50), e passaram a ser observados por parte dos fãs do esporte como atletas de relevância no cenário futebolístico, facilitando, desse modo, a entrada de outros negros, além de pobres e operários em tal cenário.

O país, inebriado pela conquista inédita, enamorado de seu craque exótico e já com sintomas evidentes de estar tomado pela febre do futebol, concedeu que esse esporte havia transbordado as muralhas dos clubes de ricos e brancos, ainda que estes não suportassem essa ideia, resistindo a ela o quanto podiam (GUTERMAN, 2014, p. 46).

Ainda nesse contexto, o Brasil vivia intensamente questões sociais, como greves de operários, além de rupturas com a tradição na arte, impulsionadas pelo movimento modernista. A Revolta da Vacina, outro fato histórico da época, demonstrou como o poder oligárquico menosprezava as massas, que reagiram em motim à vacinação compulsória, idealizada pelo sanitarista Oswaldo Cruz, autorizado pelo Congresso a invadir residências, a fim de exterminar mosquitos transmissores da febre amarela e aplicar vacina à força. Não demorou, e as ruas do

Rio de Janeiro transformaram-se em praça de guerra. As elites haviam percebido que suas demandas estavam seriamente ameaçadas pelos levantes populares. Nessa esteira, os governantes passaram a enxergar no futebol uma forma de controle social, pois a popularidade do esporte se espalhava cada vez mais, entre outras coisas, em razão de a prática canalizar a violência para um campo controlado de um esporte de massas. Em que pese a profissionalização do futebol tenha ganhado sustentação maior a partir da década de 1920, a remuneração oriunda do jogo ainda era baixa.

Na nova era que se abria, deixara de ser imprescindível ter jogadores que se identificassem de alguma maneira com as raízes ou as características dos times; o importante, cada vez mais, era vencer, e para isso era preciso ter os melhores jogadores [...](GUTERMAN, 2014, p. 52).

A primeira Copa do Mundo, realizada no Uruguai – sede escolhida porque comemorava o centenário de sua independência –, mostrou aos gestores do futebol brasileiro que se a ideia era alcançar bons resultados, fazia-se necessário reunir os melhores atletas, os quais deveriam se dedicar exclusivamente ao futebol, demandando maiores salários e investimento em organização e infraestrutura. O selecionado do Brasil, incompleto em virtude de discordância entre as associações carioca e paulista de futebol, pois esta acusava aquela de monopolizar a comissão técnica, terminou a competição com um modesto sexto lugar. A copa seguinte, em 1934, disputada na Itália, sacramentou a ruptura entre amadorismo e profissionalismo, em razão de o Brasil ter enviado apenas atletas amadores, eliminados já na primeira partida diante da Espanha. Participação mais rápida do Brasil na história das Copas.

Estava claro que, se tivesse pretensões nas competições internacionais mais importantes, o Brasil deveria se preparar melhor, reunir os melhores atletas e construir um time a partir de dedicação exclusiva ao esporte – o que implicava, necessariamente, remuneração (GUTERMAN, 2014, p. 65).

Na década de 1930, Getúlio Vargas ascendeu à presidência da república. O então presidente cria que o futebol cumpria uma função social importante, tanto que endossou a profissionalização do esporte, uma vez que a remuneração era interessante sobretudo para os jogadores mais pobres, os quais, com isso,

passaram a nutrir simpatia pelo governo. Getúlio, em 1932, recebeu os jogadores no Palácio do Catete após título do selecionado da Copa Rio Branco, jogada no Uruguai. “O esporte era visto como um veículo das aspirações nacionais e do perfil do brasileiro, razão pela qual Getúlio tratou de controlá-lo” (GUTERMAN, 2014, p. 72). O mandatário chegou a registrar em seu diário, já sob a vigência do Estado Novo, a desclassificação do Brasil da Copa de 1938, realizada na Itália, país que vivia o auge do fascismo, endossado por Vargas no Brasil. Além disso, Alzira Vargas, filha de Getúlio, foi escolhido como madrinha da seleção brasileira na Itália. Naquele mundial, o Brasil tinha como destaque Leônidas da Silva, um dos maiores jogadores da história, conhecido como “diamante negro”.

Nesse ínterim, as partidas começaram a ser transmitidas pelo rádio, um meio de comunicação de massa de grande relevância para Getúlio, já que poderia atingir milhões de trabalhadores, os quais Vargas desejava representar. As transmissões pelo rádio mudaram o futebol de patamar. A grandiloquência e o tom épico empregado pelos narradores cativavam incontáveis ouvintes a cada partida, em que pese a precariedade das primeiras transmissões, as quais eram realizadas com recursos técnicos limitados, como a não existência de uma cabine para os radialistas, por exemplo. O sucesso foi tão intenso que gestores do São Paulo pensaram em vetar a transmissão dos jogos pelas rádios, sob a alegação de estas estarem afastando o público dos estádios. “O esporte, que já era popular, tornou-se um ser vivo, pulsante, um drama de cores épicas descrito pelos narradores” (GUTERMAN, 2014, p. 74).

A Copa do Mundo só voltaria a ser disputada em 1950, no Brasil, haja vista o início da Segunda Guerra Mundial, a qual, entre outras variáveis, contribuiu para uma saída temporária de Vargas, em razão de este ter se aproximado do lado derrotado na disputa, o lado do fascismo, ainda que tenha se unido aos vencedores ao longo do confronto. Tal união se deu em virtude de pressões populares para que o Brasil se pusesse junto dos aliados. Dezenas de milhares de soldados brasileiros foram convocados à guerra. Mesmo assim – e junto da sinalização positiva no tocante à abertura democrática –, Vargas foi deposto pelos militares e deixou a presidência da república.

A primeira Copa realizada em solo brasileiro, em 1950, teve como chefe da nação o general Eurico Gaspar Dutra, que vencera as eleições de 1945 com o apoio de Getúlio. Incertezas políticas e dificuldades econômicas pelas quais o Brasil

passava na época fizeram com que Dutra concentrasse forças no mundial, pois o futebol já havia se transformado no esporte favorito do brasileiro, e o sonho de ser campeão do mundo já rondava o imaginário popular. Em 1948, o governo brasileiro iniciou a construção do Maracanã, já sob a sombra de Vargas, que regressaria ao Catete três anos depois. Em 1950, o Maracanã, então maior estádio do mundo, foi inaugurado. A pressão pela conquista não era oriunda apenas dos torcedores, mas também das autoridades brasileiras, como o então prefeito do Rio de Janeiro, Angelo Mendes de Moraes, que cobrou publicamente a vitória do Brasil na Copa, (...) “porque ela ocorreu no início de uma década na qual o Brasil buscava marcar o seu lugar como nação que tinha um grande destino a cumprir” (DaMATTA, 1982, p. 31).

O mundo vivia a Guerra Fria, que opôs capitalistas, representados pelos Estados Unidos da América, a comunistas, representados pela então União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, e a intenção dos governantes brasileiros era aproximar o país dos americanos, e o evento mundial era uma chance única de demonstrar poder e organização. “O Maracanã seria, do mesmo modo, a prova de que poderíamos eventualmente superar aquilo que de melhor havia na Europa, como prova da pujança nacional” (GUTERMAN, 2014, p. 89).

Dentro de campo, todavia, as coisas não saíram como planejado, embora a seleção brasileira tenha chegado até a final, contra o Uruguai, jogando pelo empate. Mais de duzentas mil pessoas assistiram ao Brasil ser derrotado por 2 a 1 diante dos uruguaios, transformando o orgulho de sediar o mundial, e de ter o maior estádio do mundo, em frustração e descrença, que ainda acompanhariam a seleção por anos, mesmo após grandes vitórias nas Copas seguintes. Durante a competição, o Brasil derrotou times como a Suécia, México e Espanha, esta última com a torcida toda entoando “Touradas de Madri”, música tradicional no país ibérico. Mais tarde, o selecionado de 1950 seria duramente criticado pelo excesso de confiança e a pouca concentração antes do jogo contra a celeste uruguaia, campeã da primeira de todas as copas, dentro de casa, em 1930. O Uruguai não era o favorito ao mundial, embora fosse reconhecido pela garra de seus atletas, mas sem grandes estrelas e chegou à final precisando vencer, já que o Brasil, todo de branco (cor do uniforme da seleção à época, aposentado dois anos depois da Copa), jogava pelo empate, que não aconteceu. O maior público presente em um estádio de que se tem registro no país assistiu ao Brasil abrir o placar com Friaça – o que só aumentou a euforia – e ao Uruguai empatar com Schiaffino e virar com Ghiggia, em falha do goleiro

Barbosa, negro, transformado em vilão pela torcida e crônica esportiva. Até a derrota para a Alemanha por 7 a 1, também em solo brasileiro, a perda do título de 1950 era considerada o maior revés do futebol brasileiro.

O país, que começava a se orgulhar de seus feitos, e o Maracanã era um dos mais vistosos deles naquela oportunidade, viu-se de repente como um derrotado, no momento mesmo em que todas as circunstâncias lhe pareciam favoráveis, como se o destino não quisesse que o Brasil fosse grande, afinal (GUTERMAN, 2014, p. 99).

Não obstante os grandes ídolos do futebol brasileiro até 1950 – e também depois – tenham sido negros e mestiços, a falha do goleiro Barbosa no gol que decidiu o mundial a favor dos uruguaios serviu de pretexto para que o racismo e a perseguição aos negros fossem potencializados por setores da sociedade brasileira. A Barbosa foi creditada a maior responsabilidade pela derrota de modo exagerado e consistente. O goleiro da seleção, na primeira Copa realizada no Brasil, não foi esquecido – ou perdoado – nem mesmo após o surgimento de Pelé, em 1956, ano em que Juscelino Kubitschek assumiu a presidência da república, dois anos após Vargas ter cometido suicídio e de Café Filho ter iniciado a conclusão do governo eleito em 1951, considerado o maior jogador de futebol de todos os tempos, presente em três dos cinco títulos mundiais conquistados pelo Brasil. O certo é que “o negro despertava (e ainda desperta) no Brasil sentimentos ambíguos. Serve para explicar o sucesso e o fracasso do país. E 1950 foi a prova definitiva disso” (GUTERMAN, 2014, p. 100).

No ano da morte de Getúlio Vargas, o Brasil voltara a disputar uma Copa do Mundo, dessa vez, na Suíça, tornou a ser disputado na Europa depois da Segunda Guerra Mundial. As marcas de 1950 ainda eram muito recentes na memória da torcida e da imprensa brasileiras. Em razão disso, a seleção chegou muito pressionada para a competição em solo suíço. O resultado em campo corroborou a má impressão que mídia e população tinham daquele time: Brasil terminou a competição em sexto lugar e ficou marcado pela falta de coragem e desequilíbrio emocional de seus jogadores. Daquela Copa em diante, todavia, a história do futebol brasileiro começaria a mudar.

O dramaturgo e escritor brasileiro, Nelson Rodrigues, foi o responsável por cunhar a expressão “síndrome de vira-lata”, a qual, segundo ele, acometera o

brasileiro, tanto jogadores como torcedores, após as derrotas nas copas do mundo do início dos anos 1950, sobretudo a Copa realizada no Brasil. Nelson, como cronista, escreveu sobre incontáveis partidas de futebol, de clubes e da seleção nacional. Em “O complexo de vira-latas”, um de seus mais famosos textos, chamou a atenção para o descrédito do brasileiro em si mesmo, quando sucumbe a algum adversário. Para Nelson, que escreveu tal crônica¹ sobre o complexo de vira-latas um ano antes da copa de 1958, conquistada pelo Brasil, a derrota de 1950 para o Uruguai deixou no brasileiro uma marca indelével de dor humilhação. Ainda que o país tenha conquistado após o texto do cronista cinco mundiais, a desconfiança e o descrédito costumam surgir nos momentos de perdas de campeonatos. A crônica rodriguiana identifica, portanto, um problema de autoestima no brasileiro, que tem, segundo o texto, falta de fé em si mesmo.

Eis a verdade, amigos: — desde 50 que o nosso futebol tem pudor de acreditar em si mesmo. A derrota frente aos uruguaios, na última batalha, ainda faz sofrer, na cara e na alma, qualquer brasileiro. Foi uma humilhação nacional que nada, absolutamente nada, pode curar. Dizem que tudo passa, mas eu vos digo: menos a dor-de-cotovelo que nos ficou dos 2 x 1. E custa crer que um score tão pequeno possa causar uma dor tão grande. O tempo passou em vão sobre a derrota (RODRIGUES, 1993, p. 51).

A mudança de patamar do futebol brasileiro deu-se na segunda metade da década de 1950. Isso se deve à aparição de Edson Arantes do Nascimento, o Pelé – menino negro e pobre que mais tarde se tornaria o rei do futebol e seria considerado o atleta do século 20. Não obstante Pelé, aos 17 anos, já fosse um craque, o Brasil iniciou a Copa de 1958 com apenas um negro entre os titulares: Didi. Isso foi consequência de um forçado branqueamento da seleção, impulsionado pelo mito de que a mistura racial enfraquecia o brasileiro, haja vista os resultados negativos das Copas antecedentes. O Brasil não teve um início fácil na Copa do mundo realizada na Suécia, pois esteve em um Grupo que reunia países como a Inglaterra e a então União Soviética, em plena Guerra Fria, o que gerava temor nos adversários em razão de estes acreditarem que havia um rigor científico para com o futebol naquele país, tornando os atletas mais competitivos. Todavia, a seleção

¹Crônica é um texto muito pessoal, que mescla informação, crítica e poesia, para trazer ao leitor uma visão bastante particular que um autor tem sobre determinada questão ou assunto, ao mesmo tempo é um texto muito agradável de ler, pois provoca identificação no leitor por geralmente tratar de temas que dizem respeito a todos de forma informal e descontraída.

superou as adversidades e levou o país à redenção no dia 29 de junho de 1958, quando venceu os donos da casa por 5 a 2, oito anos após a final marcante contra o Uruguai no Maracanã. Depois de creditar aos jogadores negros a responsabilidade pela perda da Copa no Brasil, o país comemorava os dois gols do jovem negro, Pelé, na final da Copa da Suécia. A seleção brasileira, desde então, passou a ser conhecida pelo futebol arte e por abrigar o rei do futebol.

[Pelé] anda em campo com uma dessas autoridades irresistíveis e fatais. Dir-se-ia um rei, não sei se Lear, se imperador Jones, se etíope. Racionalmente perfeito, do seu peito parecem pender mantos invisíveis. Em suma: ponham-no em qualquer rancho e sua majestade dinástica há de ofuscar toda a corte em derredor (RODRIGUES, 1993, p. 42).

A política, por sua vez, não abriu mão de colher os frutos da vitória em solo sueco. O presidente Juscelino Kubitschek explorou a conquista da seleção. Além de convidar o pai de Garrincha – outro grande nome da história do futebol, e em 1958, principal jogador do time –, a esposa de Didi e a noiva de Vavá para ouvir o jogo Brasil contra País de Gales, JK prometeu emprego público e financiamento habitacional para os jogadores da seleção. Nessa época, o futebol ainda não proporcionava a ótima condição de vida que proporciona aos atletas de ponta da atualidade e era comum que muitos dos atletas dividissem o tempo com outras tarefas. Os tempos de pujança industrial e social do governo JK foram coroados com o primeiro título mundial do Brasil – embalado pela marchinha “Com brasileiro não há quem possa” –, que ganharia o bicampeonato quatro anos mais tarde.

2.2 COM O BRASILEIRO NÃO HÁ QUEM POSSA

Pelé transformou-se, em pouco tempo, na marca do orgulho nacional brasileiro. O craque fez questão de, aos 18 anos, servir o exército brasileiro, o que potencializou a imagem de patriota ligada ao então jogador, fazendo com que “a imagem de patriota rapidamente lhe foi incorporada”(GUTERMAN, 2014, p. 138).

Pelé chegou a representar o Brasil como garoto propaganda do Instituto Brasileiro do Café no exterior. A presença do rei do futebol e de outros craques, como Garrincha, fez com que o Brasil chegasse para a disputa da Copa de 1962, no

Chile, sob um clima de muita confiança por parte da imprensa e dos torcedores. A seleção vencera 28 dos 32 jogos que disputara antes da Copa e apresentava um bom desempenho futebolístico.

O que nós chamamos de realeza é, acima de tudo, um estado de alma. E Pelé leva sobre os demais jogadores uma vantagem considerável: a de sentir rei, da cabeça aos pés. Quando ele apanha a bola e dribla um adversário, é como quem enxota, quem escorraça ignaro e piolhento. [...] Quero crer que a sua maior virtude é, justamente, a imodéstia absoluta. Põe-se por cima de tudo e de todos. E acaba intimidando a própria bola, que vem aos seus pés com uma lambida docilidade de cadelinha (RODRIGUES, 1993, p. 42).

À época, o Brasil tinha como presidente João Goulart, que fora vice-presidente de JK, a quem sucedeu em 1961. Jango, como era conhecido, contava com o sucesso da seleção no mundial de 1962 para que o sentimento da população fosse favorável a seu partido, o PTB, nas eleições parlamentares daquele mesmo ano. O país estava paralisado em virtude de crise econômica e imbróglios políticos. A vitória do partido de Jango contrabalancearia a relação com a UDN e o PSD no Congresso. Além disso, um plebiscito, o qual, inicialmente, estava marcado para 1965, foi antecipado para 1963, a fim de consultar a população que escolheria entre presidencialismo e parlamentarismo. No Chile, a seleção brasileira, mesmo com Pelé machucado e substituído por Amarildo, conquistou o mundial, vencendo a Tchecoslováquia por 5 a 2 no jogo derradeiro. João Goulart, que havia sido zagueiro no juvenil do Internacional de Porto Alegre, recebeu os bicampeões mundiais em 18 de junho de 1962 no Palácio do Alvorada, na recém-inaugurada Brasília, ainda em obras. Jango ergueu a taça ao lado de Zagallo e capitalizou aquele momento histórico. “Aquela onda de felicidade pátria no coração do poder podia lhe ser muito útil, afinal”(GUTERMAN, 2014, p. 145). No mesmo ano do bicampeonato, o PTB de Jango obteve sucesso nas eleições e, em 1963, a população preferiu o presidencialismo ao parlamentarismo. No entanto, no ano seguinte, Jango seria deposto por um golpe militar que mudaria os rumos do país.

Com o golpe militar (endossado por imprensa, empresários e parte da sociedade), a pretexto de evitar uma suposta ameaça comunista – o mundo vivia a Guerra Fria, que opôs capitalistas, como supracitado, liderados pelos Estados Unidos da América, a socialistas, liderados pela então União Soviética – jogadores

de futebol renomados, como Garrincha, Didi, Zagallo e Nilton Santos, passaram a pagar imposto de renda, do qual eram isentos no governo anterior. Embora o Regime militar tivesse a intenção de parecer democrático (prometera ficar seis meses no poder até pacificar o país e abri-lo para novas eleições), permaneceu no poder por 21 anos e, em muitos momentos, obteve no futebol alegrias, mas também conflitos, sobretudo no seu ocaso. Arrochos salariais e medidas rigorosas no tocante à questão tributária deram fôlego à economia e derrubaram, momentaneamente, a inflação. Enquanto isso, a Copa do Mundo de 1966 – primeiro mundial realizado no país que inventou o futebol, a Inglaterra – aproximava-se. “Começava o período das trevas da história republicana brasileira, marcado pela megalomania do poder e pela apatia da sociedade. [...] o futebol teria papel central nele” (GUTERMAN, 2014, p. 147).

O Brasil era bicampeão do mundo e havia muito otimismo em torno da possibilidade do tricampeonato. Mas a conquista da terceira Copa foi adiada. Pelé, melhor jogador da equipe, saiu machucado no primeiro jogo contra a Bulgária, vencida pelo Brasil por 2 a 0. Garrincha, conhecido como “anjo das pernas tortas”, que fora o melhor jogador do bicampeonato no Chile, não executou o mesmo futebol de quatro anos antes. Dessa forma, a seleção de 1966, sobre a qual havia muita confiança, mas sem preparação consistente para a disputa, despediu-se do mundial no terceiro jogo, contra a seleção portuguesa, do craque Eusébio, que impôs ao Brasil o placar de 3 a 1. Na Inglaterra (que conquistou seu primeiro título mundial), o tricampeonato não veio – frustrando as expectativas de militares e de João Havelange, que era presidente da Confederação Brasileira de Desportos (CBD) e almejava tornar-se presidente da Federação Internacional de Futebol (FIFA), mas chegaria quatro anos mais tarde, no México, já com interferência da ditadura militar.

Em dezembro de 1968, os militares endureceram as ações e o discurso e executaram o Ato institucional número 5, que decretou o fechamento do Congresso Nacional e suprimiu direitos individuais. A necessidade do governo de obter aceitação popular aumentou, a partir de então, e o futebol exercia papel fundamental nessa busca. Em 1969, o militar Emílio Garrastazu Médici chegou ao poder e deu início ao momento mais agudo da ditadura. Médici era bem querido por boa parte das classes populares, principalmente em virtude dos baixos índices de desemprego. A Copa de 1970 coroaria essa relação. Com o país dividido, parte dos intelectuais identificado com as esquerdas cria que torcer para o Brasil na Copa do México era

ser conivente com as práticas da ditadura militar. Por isso, posicionaram-se contrariamente ao sucesso do Brasil na Copa. No entanto, a torcida contra não deu certo, e o mundo assistiu, em 1970 – primeira Copa transmitida ao vivo pela televisão – ao considerado melhor time de todos os tempos. Dezesesseis estados brasileiros, além do Distrito Federal, receberam as imagens do torneio realizado no México. “A seleção não era mais uma simples representação esportiva nacional; ela era a essência brasileira, sua expressão de força, capaz de gerar orgulho patriótico e nacionalista” (GUTERMAN, 2014, p. 156).

Pelé, em 1969, marcara seu milésimo gol, no maracanã, contra o Vasco da Gama, de pênalti. Em razão disso, o rei do futebol foi condecorado por Médici e chegou ao mundial de 1970 como comendador, tendo chegado a desfilar em carro aberto na cidade de Brasília. João Saldanha, militante comunista, perdeu o emprego de técnico da seleção meses antes da Copa. O real motivo nunca foi revelado, mas a interferência dos militares e o mau relacionamento com alguns jogadores (em que pese os bons resultados) são possibilidades aventadas. Zagallo, sucessor de Saldanha no comando técnico da seleção, teve sua convocação bastante questionada em razão da desconfiança de que Médici havia imposto a convocação do atacante Dario, do Atlético Mineiro, cuja família chegou a agradecer ao presidente pela convocação. Porém, Dario não teria chance de jogar naquela seleção permeada de craques que encantaram o mundo.

Médici costumava envolver-se muito com futebol, tecendo até comentários, como no jogo em que o Brasil venceu a Inglaterra no mundial, definindo os ingleses como “fregueses de caderno”. Ademais, o então ditador, após o jogo contra os campeões de 1966, mandou um telegrama à seleção brasileira dizendo-se comovido com a atuação dos jogadores. A sociedade brasileira vivia clima de ufanismo com a seleção, embalada pela canção “Pra frente, Brasil”, que marcou aquela Copa. O governou brasileiro percebeu a oportunidade e passou a investir em propagando que relacionasse o sucesso da seleção ao do país, que, segundo a propaganda, seria alcançado se houvesse a participação de todos, como em um gol de Jairzinho no mundial. Nessa esteira, o Brasil passou pelos seus adversários com um futebol elogiado e admirado pela crítica e torcida e alcançou mais uma final de Copa do Mundo. Dessa vez, a adversária seria a Itália, também bicampeã do mundo, títulos conquistados em 1934 e 1938. Todavia, os italianos não fizeram frente aos brasileiros, que venceram o jogo por 4 a 1 – placar que Médici

arriscou em um palpite – e fizeram do Brasil o primeiro tricampeão mundial de futebol. Médici premiou os campeões mundiais com 25 mil cruzeiros para cada jogador. O governo Médici foi o que teve maior aproveitamento em razão do momento vivido, e de seus próprios predicados, “para atingir o objetivo que qualquer regime de exceção almeja, isto é, criar uma espécie de cumplicidade com a maior parte da população em torno de seus projetos de grandeza” (GUTERMAN, 2014, p. 161). O clima de euforia e de atenção mundial contribuiu para que Médici renovasse o Congresso, na tentativa de demonstrar apoio popular à ditadura e que o país vivia em pleno gozo de sua liberdade e pacificação social.

Desse modo, Médici pôde deslanchar seu projeto nacional-desenvolvimentista, que fez a dívida externa crescer 90% entre 1971 e 1974. Além do endividamento, outro aspecto perverso do crescimento brasileiro foi a alta concentração de renda, criticada na ocasião pelo Banco Mundial (GUTERMAN, 2014, p. 184).

Clubes, como o Santos de Pelé, recorreram ao regime militar para sanar as suas dívidas, estreitando, desse modo, os laços com o governo. “O significado disso tudo transcendia, e muito, o campo esportivo. O futebol abreviou dramaticamente as diferenças entre o público e o privado” (GUTERMAN, 2014, p. 179).

Em 1971, Pelé, consagrado como rei do futebol, despediu-se da seleção brasileira em dois jogos amistosos realizados contra a Áustria, no Morumbi, em São Paulo, e contra a Iugoslávia, no Maracanã, no Rio de Janeiro. Na capital fluminense, cento e trinta e oito mil pessoas assistiram ao jogo e pediram para que Pelé ficasse. Mas o apelo não surtiu efeito, e Pelé, junto de outros jogadores como Gerson e Tostão, não estariam mais no time nacional a partir daquele momento. O Brasil necessitaria de um time bastante modificado para a Copa do mundo de 1974, que seria disputada na Alemanha ocidental (o país estava dividido em razão da Guerra Fria).

A queda técnica da seleção, que vencera três dos últimos quatro mundiais, coincidiu com a decadência do regime militar. Em campo, o time brasileiro teve muitas dificuldades para caminhar na Copa até ser eliminado pela Holanda, que apresentava ao mundo o que ficou conhecido como “Carrossel Holandês” ou “Laranja Mecânica”, um esquema de linha em que todos defendiam e atacavam, muito incomum para o futebol da época. A derrota de 2 a 0 frente aos holandeses –

além da perda do terceiro lugar para a Polônia – mostrou ao Brasil que a seleção já não era detentora do melhor futebol do mundo. Um novo ciclo de fracassos voltaria a gerar desconfiança quanto à capacidade dos brasileiros para vencer no futebol. Enquanto isso, o chamado “milagre econômico”, período em que a economia obteve crescimento relevante no governo Médici, bem como a dominância política dos militares, começava a decair sob o comando de Ernesto Geisel. Em 1975, o endividamento externo e o aumento da inflação já começavam a macular a seção econômica do governo. Ademais, a morte do jornalista Vladimir Herzog, diretor de jornalismo na TV Cultura, foi um dos episódios mais emblemáticos do Regime, pois, embora os agentes do governo tenham alegado que Herzog se matara na prisão, a cena da morte demonstrava a inverossimilhança entre a versão e o fato. O suposto enforcamento fora simulado. Milhares de pessoas, impulsionadas por intelectuais e pela parte progressista da Igreja, protestaram contra o que havia acontecido com Herzog sob a tutela do Estado. E o futebol não gozava da boa fase de outrora para diminuir os impactos da crise. “Ou seja: havia um abismo imenso entre o discurso do Brasil como potência e a prática de suas limitadas capacidades, coincidentes com a acelerada depauperação do país”(GUTERMAN, 2014, p. 192).

As medidas político-econômicas tomadas pelo governo não surtiram efeito e os militares passaram a ter cada vez menos apoio na população. Em 1978, a Copa do mundo voltava a ser disputa na América do Sul. Dessa vez, na Argentina, que iniciava sua trajetória como potência no futebol mundial, e também era um país sob forte repressão militar. Vencer o mundial era de fundamental importância para o projeto nacionalista dos militares argentinos, que censuravam a imprensa, impedindo-a de noticiar os gastos com o torneio. A Copa da Argentina estava, portanto, politizada, fato que gerou muitas desconfianças em torno da idoneidade da organização. A seleção brasileira – cujo futebol não convincente fez com que o Almirante Heleno interviesse na escalação durante o mundial – esteve bem perto de disputar mais uma final de Copa do Mundo. Para que isso não acontecesse, a Argentina precisaria vencer o Peru por quatro gols de diferença, o que não havia acontecido com os peruanos em todo o mundial. No entanto aconteceu o “milagre de Rosário”, que é como ficou conhecida a vitória dos argentinos sobre os peruanos que classificou o país sede a sua primeira final de Copa do mundo, vencida pela Argentina no jogo decisivo contra a Holanda, por 2 a 1, que pela segunda vez seguida ficava com o vice-campeonato. Afinal, fora derrotada quatro anos antes pela

Alemanha. Assim como no Brasil, a ditadura argentina aproveitou-se da vitória da seleção na Copa para promover seu projeto político.

Nada disso aplacou a sensação de que a seleção brasileira, tomada pela ânsia de mimetizar a eficiência europeia a despeito das supostas características intrínsecas do futebol nacional, refletia a encruzilhada que o próprio Brasil vivia (GUTERMAN, 2014, p. 200).

Nos anos 1980, a crise econômica acentuou-se e o Brasil passaria por desaceleração aguda no campo da economia. “A recessão fazia suas vítimas de modo generalizado, e a perspectiva de crescimento econômico simplesmente evaporara” (GUTERMAN, 2014, p. 205). Isso deu fôlego à abertura política e a um novo ciclo democrático. Os democratas encontraram no futebol um apoio de extrema importância para a redemocratização do país. O Sport Club Corinthians Paulista, fundado em 1910 por um grupo de operários, apresentou ao país um movimento chamado “Democracia Corintiana”, liderado pelos jogadores Sócrates e Vladimir, símbolos daquela equipe. O movimento consistia no fato de que todos os jogadores, comissão técnica e dirigentes tinham direito a voto nas decisões concernentes ao clube, aludindo à democracia, endossada por faixas com as quais os jogadores entravam em campo nos jogos. O paraense Sócrates, o qual, mais tarde, se formaria em medicina, ganhando apelido de “doutor”, despontou como principal nome no futebol pela abertura democrática do Brasil. Sócrates foi jogar na Itália, pois prometera sair do país caso a emenda Dante de Oliveira, cujo objetivo era reinstaurar as eleições diretas no Brasil, não vigorasse. Votação no Congresso derrubou a emenda em 1985, e o brasileiro só pôde escolher um presidente por meio do voto, novamente, em 1989, a despeito do apoio de parte da classe artística, de cantores como Chico Buarque e Elba Ramalho, de Osmar Santos, um dos locutores esportivos mais famosos da época, e de vasta pressão popular.

2.3 DA CONSAGRAÇÃO AO VEXAME

Três anos antes, em 1982, o Brasil, sob o comando de Telê Santana, disputou a Copa da Espanha com uma das melhores seleções que já foi capaz de formar. Os movimentos operários, liderados no ABC paulista por Luiz Inácio Lula da

Silva, metalúrgico que mais tarde tornar-se-ia presidente da república, se fortaleciam, ao passo que a ditadura militar perdia credibilidade e, conseqüentemente, apoio da sociedade. Liderada por Zico, a seleção brasileira jogou um belo futebol na Espanha, retomando a qualidade que fora vista pela última vez no México, em 1970, goleando Escócia e Nova Zelândia em solo espanhol. O tetracampeonato parecia próximo, mas, diante da Itália, o sonho do título sucumbiu. O Brasil foi derrotado por 3 a 2 para a Itália, que não havia feito um bom mundial até então, muito em razão da ótima partida que fez o italiano Paolo Rossi, autor de todos os gols italianos.

No ano de 1985, depois de 21 anos, a ditadura militar chegou ao fim no Brasil, e a intervenção direta do governo na seleção praticamente inexistiu dali em diante, muito embora, indiretamente, governos tenham capitalizado sucessos e procurado se afastar em fracassos do Brasil nos mundiais. Com a derrubada da emenda Dante de Oliveira – apoiada pela maior parte da população –, o Congresso elegeu, por meio de eleição indireta, Tancredo Neves para a presidência da república, com trezentos votos de diferença para o segundo colocado, Paulo Maluf. Todavia, Tancredo Neves, de 74 anos, em decorrência de uma infecção intestinal, morreu antes de tomar posse da presidência da república, ficando esta a cargo de José Sarney, então vice-presidente. “Foi o maior funeral da história brasileira, maior que o de Getúlio” (GUTERMAN, 2014, p. 220). Tinha início a Nova República e mais uma Copa do mundo se avizinhava. A disputa de 1986 se deu no México novamente, após dezesseis anos, em virtude da renúncia da Colômbia, sede escolhida inicialmente, à organização do evento.

No México, como na Espanha, o Brasil estava sob o comando do técnico Telê Santana e tinha Zico como principal jogador. Todavia, a seleção não apresentou o futebol encantador que apresentara quatro anos antes, a despeito da eliminação. Um futebol mais competitivo se impôs em detrimento do futebol arte, o qual fora criticado por não gerar resultados práticos. Entretanto, o pragmatismo não foi suficiente para dar ao Brasil o tetracampeonato, e a seleção foi eliminada nas quartas de final diante da França, de Michel Platini, nos pênaltis. Antes da disputa de penalidades máxima, Zico perdera um penal no tempo normal, o que marcou a carreira do jogador, que lutou contra uma contusão durante o torneio. A seleção, desse modo, caminharia para 20 anos sem conquistar uma Copa do Mundo, enquanto isso o Brasil passava pela hiperinflação – bem como por planos

econômicos frustrados do governo Sarney – e pela promulgação da Constituição de 1988, a qual ratificou os rumos democráticos que o país pretendia tomar.

Era uma espécie de negação da doutrina militar que contaminara a mentalidade dos dirigentes da seleção brasileira desde 1970, assim como, de resto, era uma negação da tecnocracia que levava o Brasil ao desastre da dívida externa impagável e da perversa distribuição de renda (GUTERMAN, 2014, p. 209).

Em 1989, o cidadão brasileiro pôde escolher, novamente, de modo direto, o presidente da república. No futebol, as dificuldades econômicas dos clubes brasileiros, junto do poderio econômico elevado dos clubes europeus, passou a afastar, cada vez mais, os craques do futebol nacional e aproximá-los do futebol do velho continente. Após prometer resolução para o problema econômico e combate à corrupção, Fernando Collor de Melo foi eleito o primeiro presidente da redemocratização, derrotando Lula no segundo turno das eleições. O desejo de modernidade e apoio popular fez Collor, depois de assumir o cargo de presidente em 1990, escolher Zico para o ministério dos esportes em detrimento de um burocrata. A ação mais emblemática do ex-jogador foi propor a erradicação da lei do passe, que vinculava o jogador ao clube e era comparada à escravidão. No início dos anos 1990, os clubes enfrentavam dificuldades econômicas, ao passo que os grandes clubes europeus começavam a potencializar a execução de sua superioridade econômica, na esteira do fim da Guerra Fria e início da globalização, bem como da verba oferecida pelas televisões privadas detentoras dos direitos de transmissão das partidas. Outros jogadores já haviam deixado o país antes para atuar na Europa. Falcão, ídolo do Internacional, fez sucesso na Roma, da Itália, por exemplo. Todavia, nunca fora tão consistente a migração de atletas de clubes brasileiros para europeus. Doze dos 22 brasileiros convocados para a Copa do Mundo de 1990, na Itália, atuavam fora do Brasil, e a seleção chegou para a disputa do mundial sem identidade, sem identificação com a torcida e sob desconfiança.

Na Copa de 1990, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), antiga CBD, estava sob o comando do empresário Ricardo Teixeira, o qual prometera eficiência à frente do cargo, mas que, depois de mais de duas décadas, deixaria-o envolto em escândalos relacionados a contratos de patrocínio, sobretudo da seleção principal. A confirmação do poder da CBF na era Teixeira deu-se com a formação da chamada “bancada da bola” no Congresso, a qual era integrada por parlamentares

defensores dos interesses da Confederação. Dentro de campo, todavia a gestão de Teixeira obteve sucesso. A seleção conquistou onze títulos. Duas Copas do mundo, entre eles. No mundial de 1990, o Brasil já completava 20 anos sem título mundial e deu sequência a ideia de um futebol mais prático – personificado na figura de Dunga, jogador conhecido pela raça e comprometimento tático –, análogo ao europeu, iniciado em 1986. Naquela Copa, no entanto, essa ideia de jogo não surtiu efeito, e a seleção acabou eliminada para o maior rival, a Argentina, de Maradona, nas oitavas de final. O assédio dos clubes europeus durante o mundial revelava que o esporte que começara como diversão havia, enfim, se consolidado como um negócio. “De uma hora para outra, todos os jogadores do mundo passaram a sonhar com o futebol europeu” (GUTERMAN, 2014, p. 231). Jogadores brasileiros que reivindicavam participação nas cotas de patrocínio durante o mundial na Itália foram hostilizados por torcedores após o término da disputa. “Era um país à mercê de seus próprios fantasmas e rendido às evidências de que talvez a democracia e a beleza do futebol fossem concessões de sua própria imaginação” (GUTERMAN, 2014, p. 223).

Depois de 24 anos sem uma Copa do mundo, a seleção brasileira chegou para disputar o mundial de 1994 sem muitas expectativas. Havia se classificado para a competição com dificuldades e a abundância de craques de outros tempos já não existia. A não ser um: Romário. O “Baixinho”, como era conhecido, fizera os dois gols da classificação do Brasil para a Copa dos EUA em jogo decisivo contra o Uruguai, no Maracanã, depois de um longo período afastado da seleção por indisciplina. A disputa do mundial daquele ano começou pouco após a implementação do plano real, no governo de Itamar Franco, que substituíra Collor, impedido de exercer o cargo após escândalo de corrupção. Entre os arquitetos do novo plano econômico estava o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, que, meses mais tarde, seria eleito presidente do Brasil. A moeda se estabilizou e a inflação foi controlada momentaneamente, enquanto a seleção brasileira alcançava o tetracampeonato mundial, após cinco Copas. A aposta no jogo pragmático – “Não brilhava, mas era eficiente” (GUTERMAN, 2014, p. 234) –, prosperara, pois contou com o desequilíbrio técnico, em relação aos concorrentes, proporcionado por Romário, artilheiro da competição. A vitória brasileira veio na disputa de pênaltis contra a Itália. O Brasil ratificava a pecha de país do futebol. “A diferença foi Romário, que ainda guardava alguma semelhança com os craques de DNA

brasileiro, pela possibilidade de inventar o jogo em um ínfimo espaço de campo” (GUTERMAN, 2014, p. 246).

A taça do mundo voltou para o Brasil, mas o país havia deixado de ser referência no esporte, dando lugar à Europa e seus clubes milionários, que conquistavam os melhores jogadores brasileiros, como é o caso de Ronaldo Fenômeno, que disputou quatro Copas e venceu duas. Ronaldo jogou em gramados europeus durante a maior parte de sua carreira. Na política, uma Copa do mundo continuava a surtir efeito, durante o mundial, nos EUA, a delegação brasileira comprou inúmeros produtos nas cidades pelas quais passava, mas não pagou os impostos devidos. Quando Osiris Lopes filho, chefe da receita à época, obrigou jogadores e demais integrantes a declarar as compras, Ricardo Teixeira e atletas ameaçaram devolver as medalhas e até a réplica da taça. Osiris demitiu-se após ser desautorizado pelo ministro da Fazenda, Rubens Ricupero. No futebol nacional, ao passo que os times europeus se fortaleciam, os brasileiros enfraqueciam-se, incapazes de competir com as moedas estrangeiras. “O mundo globalizado havia definitivamente engolido os brasileiros naquilo que eles consideravam seu patrimônio nacional” (GUTERMAN, 2014, p. 247).

O futebol, portanto, estava globalizado. Na Copa de 1998, na França, apenas três dos onze titulares atuavam no Brasil. O governo FHC, por sua vez, também pretendia globalizar-se, aderindo a práticas econômicas executadas em boa parte do mundo, as quais consistiam em diminuir o Estado e abrir o mercado às competições capitalistas internacionais. As políticas econômicas do governo não surtiram efeito, o real perdeu a estabilidade que conquistara no início do plano, e o país entrou em crise financeira. Entretanto, FHC foi reeleito presidente em outubro de 1998, impondo a terceira derrota consecutiva de Lula nas eleições presidenciais. Na França, embora viesse de sucessos recentes, como a conquista da Copa América de 1997, a seleção não obteve o sucesso da Copa anterior e foi vencida pela dona da casa, a França, por 3 a 0, em uma final que ficou marcada pela convulsão sofrida por Ronaldo, então melhor jogador do mundo, horas antes da partida. O problema não impediu Ronaldo de entrar em campo, mas o jogador não mostrou o bom futebol de partidas anteriores. No Congresso, entre 2000 e 2001, uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), que investigava contratos entre Nike – marca esportiva que patrocinava a seleção – e CBF, por meio de alguns

parlamentares, defendeu a tese de que a Nike obrigara Ronaldo a entrar em campo, mesmo após ter convulsionado, por força de contrato. Nada foi comprovado.

Entre 1999 e 2002, o governo FHC não foi capaz de equacionar os problemas econômicos e as tensões sociais pelos quais o Brasil passava, enquanto a seleção passava por um período de instabilidade e troca frequente de comando. Vanderlei Luxemburgo – investigado na CPI do Congresso – e Emerson Leão estiveram à frente do selecionado até a chegada de Luiz Felipe Scolari, o Felipão, que chegara com a missão de agregar e seriedade à postura dos atletas. Romário, por exemplo, ficou fora do mundial de 2002, na Coreia do Sul e no Japão, porque o técnico não o considerava relevante para o grupo, em que pese tenha havido forte pressão popular para a convocação do artilheiro da Copa de 1994.

Ao passo que Felipão, no futebol exercia uma postura intransigente, na política, Luiz Inácio Lula da Silva, que se aproximava de disputar a quarta eleição presidencial, procurava se tornar mais suave, em um discurso que buscava contemporizar em detrimento do embate. “Enquanto Scolari endurecia, o petista Lula ficava ‘light’”(GUTERMAN, 2014, p. 255). O fato é que ambas as táticas obtiveram êxito. Scolari levou a seleção ao pentacampeonato mundial, vencendo a Alemanha por 2 a 0 na final, e Lula, que tinha uma trajetória de vida como a de muitos dos atletas campeões do mundo – Não havia estudado, era oriundo de família pobre – tornou-se presidente da república. “Um século depois, o futebol e a república no Brasil, que nasceram dominados pela aristocracia branca e demofóbica, assistiam finalmente à revanche”(GUTERMAN, 2014, p.261). O ex-metalúrgico chegava ao planalto com a missão de resolver os problemas econômicos e sociais do país. Depois de Médici, um presidente voltava a falar abertamente de futebol. Lula é corintiano. “A trajetória de Lula confundia-se com a dos meninos miseráveis que encontravam no futebol uma maneira de sair da pobreza” (GUTERMAN, 2014, p. 255).

O Brasil não voltou a conquistar um mundial desde então. Perdeu as Copas da Alemanha (2006), África do Sul (2010), no próprio país, 64 anos após 1950, e a última na Rússia. Na política, o futebol teve envolvimento direto em razão da organização da Copa de 2014, missão recebida em 2007. Muitos movimentos questionaram os altos gastos com as construções de estádios e da estrutura que a FIFA exige para a realização do torneio, pois acreditavam que o país tinha urgências que estavam sendo preteridas. Todavia, a Copa do mundo foi realizada, mas para a

história do futebol brasileiro seria mais vantajoso que as pressões dos movimentos de rua tivessem-na impedido.

3 O FUTEBOL SOB A ÓTICA DO JORNALISTA

A imprensa opera como um espelho da realidade, pois reflete claramente coisas ocorridas no cotidiano. Essa é a chamada teoria do espelho, na qual o jornalista é apenas um intermediador sem interesse no fato informado, devendo estar atento à realidade, à honestidade e ao equilíbrio do relato. Segundo a teoria em questão, o dever do profissional de imprensa passa por informar, colocando a verdade acima de qualquer outra coisa, “mas, para isso, ele precisa entregar-se à objetividade, cujo princípio básico é a separação entre fatos e opiniões” (PENA, 2008, p. 125).

A teoria do espelho encontra respaldo entre jornalistas, pois legitima e garante credibilidade a esses profissionais, uma vez que define que as notícias refletem a realidade, tornando os comunicadores imparciais e dotados de um conhecimento baseado na ciência, assegurando, assim, o relato pragmático dos acontecimentos. Afinal, “os fatos substituem os comentários e assim acredita-se que a palavra pode substituir a realidade” (PENA, 2008, p. 126).

Embora a teoria do espelho proporcione ao jornalista a objetividade e imparcialidade almejadas, *a priori*, por tal carreira profissional, é preciso entender que a subjetividade do jornalista que relata determinado fato dá novos caminhos ao que foi relatado, criando novas formas de se observar o mesmo assunto. Ou até mesmo mantendo o fato apenas nas redações, já que o espaço limitado dos veículos de comunicação torna inviável a divulgação de todos os acontecimentos. Desse modo, “os próprios jornalistas estruturam representações do que supõem ser a realidade no interior de suas rotinas produtivas e dos limites dos próprios veículos de informação” (PENA, 2008, p. 128).

Se é verdade que o jornalismo reflete os acontecimentos da realidade, também não seria falso concluir que a própria realidade acaba por se propagar pelas páginas dos jornais, toma novos rumos, e seu reflexo retorna ao meio sob novas formas. É a famosa repercussão do caso na imprensa (PENA, 2008, p. 127).

A teoria do *newsmaking*, por sua vez, afasta a possibilidade de o jornalismo ser um espelho do real e condiciona a produção de discursos jornalísticos a atividades e pressões da sociedade, o que se convencionou chamar, segundo o

autor, de notícia nas redações. “Assim, a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la” (PENA, 2008, p. 128).

A teoria do *newsmaking* lança mão do método construtivista, o que vai de encontro com aquilo que propõe a teoria do espelho, embora isso não corresponda com a falta de contato com a realidade exterior. Nessa teoria, as notícias, ao passo que informam e têm referência na realidade, também ajudam esta a ser construída, com uma lógica que implica o processo de construção como um todo. O processo de produção de uma notícia, segundo tal teoria, portanto, assemelha-se a uma indústria. Assim, “(...) embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo” (PENA, 2008, p. 129).

A noticiabilidade é uma das práticas sobre a qual se debruça a *newsmaking*, num acordo que se dá entre profissionais de comunicação de veículos de imprensa a fim de definir quais acontecimentos têm significados relevantes para se tornarem de fato notícias. É importante pontuar que, nesse viés, “quanto mais famoso for o personagem do fato, mais chance este tem de virar notícia” (PENA, 2008, p. 131).

A teoria do *gatekeeper*, por sua vez, compreende o jornalista como uma espécie de portão ou cancela, pois é ele quem define se a informação prosseguirá, se ficará retida ou se desaparecerá, caso opte-se por não executar a publicação. Conforme essa ótica, portanto, o critério é subjetivo, já que está sujeito à realidade diária do indivíduo, como o horário em que as informações chegam até ele. “Ou seja, diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão” (PENA, 2008, p. 133).

A teoria organizacional vai ao encontro da maneira como é posta em prática a maior parte da cadeia jornalística na atualidade, pois a organização desse negócio, que é o jornalismo já há algum tempo, está direcionada à busca pelo lucro, que é o que sustenta os empregos nas redações e sobretudo as benesses materiais e de poder do empregador. Sem o comercial, não há captação de anúncios para manter o jornal “e eles interferem diretamente na produção de notícias” (PENA, 2008, p. 136).

A linha editorial das empresas, dessa forma, é quase sempre seguida, e, com os jornalistas conformados, as normas editoriais passam a ser mais importantes

do que as crenças individuais, ainda que haja fugas, não raramente, de tal controle da empresa.

A teoria gnóstica, por fim, aponta para um conhecimento assimilado pelo jornalista de acordo com os conhecimentos compartilhados pela tribo deste profissional, transmitindo tradição por meio de vocabulário específico e ritos de iniciação, como o batismo nas redações. A transmissão desse conhecimento secreto é fundamental para a formação da identidade do grupo, que se fortalece ao compartilhá-lo. A interação entre jovens e velhos jornalistas passa pelo processo de acumulação de saberes transmitidos destes para aqueles, a fim de que possam começar a fazer parte de tribo.

Enfim, as notícias têm uma estrutura de valores que são compartilhados pelos jornalistas entre si, embora carreguem ecos da interação com a sociedade. Esse compartilhamento é nitidamente uma operação gnóstica, com ritos de passagem e forte conotação de conhecimento secreto, só acessível a uns poucos iniciados, os próprios jornalistas(PENA, 2008, p. 141).

Segundo a teoria do agendamento, que aponta para um poder mais limitado da imprensa, os profissionais de comunicação são o elo entre os acontecimentos do mundo e as imagens que os leitores possuem desses acontecimentos, “mas são surpreendentemente bem-sucedidos quando nos dizem o que pensar” (TRAQUINA, 2008, p.16). Embora esse entendimento não seja mais unanimidade, seja dizendo sobre o que pensar ou apenas selecionando aquilo em que se deve pensar, a mídia isso realiza por meio de narrativas, histórias que são contadas pelos jornalistas, em que pese haja resistência na classe para assumir esse viés, que carrega consigo a subjetividade que o simples relato de um acontecimento não pode possuir. Há uma forte resistência, portanto, à noção de que “a notícia não é um relato, mas uma construção” (TRAQUINA, 2008, p.17).

A emergência da mídia de massas se deu durante o século 19, com o desenvolvimento do capitalismo e, por consequência, da educação em massa, urbanização e industrialização. Dessa forma, por fazer parte do sistema vigente, o jornalismo tornou-se um negócio, cujos executores passaram a se empenhar em um processo de profissionalização, no qual a busca por identidade caminhava ao lado da busca por independência e autoridade, uma vez que a profissão tornara-se pilar da democracia. O jornalismo, então, passou a produzir sua própria ideologia, a

representação de si mesmo. Esse sistema de crença dá sentido à vivência do trabalho, já que a interação entre os profissionais define papéis e demais características do grupo. Afinal, “como criaturas sociais, as pessoas participam em padrões de ação, falam a linguagem do seu grupo e pensam como pensa o seu grupo” (TRAQUINA, 2008, p.22).

3.1 A MEDIAÇÃO JORNALÍSTICA

O fato de os jornalistas viverem em tribo, unidos por interpretações partilhadas da realidade, faz com “os jornalistas confiem fortemente no trabalho uns dos outros, como prática institucionalizada, para ideias de histórias e confirmação de seus critérios noticiosos” (TRAQUINA, 2008, p.27). A cultura noticiosa comum gera uma linha de produção no jornalismo. Isso é possível observar quando os jornalistas cobrem o mesmo fato praticamente da mesma maneira. No dia seguinte à derrota do Brasil na Copa de 2014, um mesmo jornalista parecia ter produzido diversas das capas, apenas com pequenas variações, haja vista a semelhança na linha editorial. Vale salientar que os jornalistas monitoram as coberturas uns dos outros, buscam entender o que os colegas de profissão pensam sobre os assuntos que cobrirão.

Enquanto os repórteres seguirem as mesmas rotinas, adotando os mesmos valores profissionais e tomando-se uns aos outros como padrões de comparação, a reportagem tenderá a ser insular e auto-reforçadora. Mas é precisamente dessa insularidade que os jornalistas precisam. Fornece-lhes um pouco de certeza que lhes permite agir num ambiente aliás incerto (SIGAL, 1973, p.180-181).

Há uma clara função social dos jornalistas dentro das sociedades democráticas, havendo também, portanto, a definição de uma identidade profissional ligada a esses papéis sociais. O jornalismo está ligado aos valores mais nobres da história da humanidade, como o valor da liberdade. A cultura da profissão oferece um modo de ser e falar, um modo de ver o mundo, “isto é, um ethos, uma definição da maneira como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo)” (TRAQUINA, 2008, p.37).

Outra característica marcante da profissão é o imediatismo, em razão do modo como o jornalista lida com o tempo. O jornalismo é marcado pela hora de

fechamento. Ou seja, há um limite a que todo jornalista está sujeito, pois necessita de entregar o material cuja responsabilidade de produzir é dele. A busca pela notícia “quente” ou “fresca” é obsessão dos membros da comunidade, já que “as notícias são vistas como um bem altamente perecível, valorizando assim a velocidade (TRAQUINA, 2008, p. 37). A deterioração do valor da informação é combatida por esse imediatismo. Notícias que fogem dessa lógica, portanto, deixam de ser notícias.

Ser obcecado pelo tempo é ser jornalista de uma forma que os membros desta comunidade interpretativa consideram ser especialmente sua, quase como um ato de fé num deus chamado Kronos. O valor do imediatismo traduz, melhor dito, exprime como o fator tempo constitui o eixo central do campo jornalístico (TRAQUINA, 2008, p. 38).

Os jornalistas organizam-se dentro de um ciclo temporal. Em razão da falta de domínio sobre o que irá acontecer, há uma organização em ciclo diário no qual possam caber esses produtos ainda desconhecidos, embora haja aqueles produtos costumeiros. Então, “um tal planejamento identifica os acontecimentos futuros numa tentativa de impor ordem ao (possível) caos provocado pela imprevisibilidade de (alguns) acontecimentos” (TRAQUINA, 2008, p. 39).

Assim, a relação entre o jornalista e o tempo é essencial e constata, ou não, a competência do profissional, que implica capacidade de ter domínio sobre o tempo, não de dele ficar à mercê. “Ser profissional, portanto, é não ser vítima, mas conquistador do tempo” (TRAQUINA, 2008, p. 41). Em razão disso, há um pragmatismo inerente aos jornalistas, pois a atividade que executam é prática – os jornalistas são profissionais da ação, não do pensamento –, responsável por responder às horas do fechamento. Por conseguinte, “não há tempo para pensar, porque é preciso agir” (TRAQUINA, 2008, p. 44).

Em virtude de os jornalistas privilegiarem a ação, os profissionais de imprensa encontram dificuldades para definir de quais critérios de noticiabilidade lançam mão ao determinar quais fatos serão contados e como serão contados. No entanto, ancoram-se no empirismo para identificar o que é notícia e torná-lo publicável. Afinal, ser jornalista “é ter uma perspicácia profissional, possuir uma perspicácia noticiosa” (TRAQUINA, 2008, p. 45). Além disso, ser jornalista é também saber contar as histórias. Para isso, os jornalistas não podem ficar restritos à linguagem da tribo, advinda das experiências passadas dos mais velhos para os

mais novos. Para se dar uma notícia de modo assertivo, é preciso ter uma fala acessível. “Uma das características principais desta fala, desta escrita, é a sua qualidade de ser compreensível” (TRAQUINA, 2008, p.46).

Uma notícia facilmente compreensível é preferível a uma outra cheia de ambiguidade. Os clichês, os estereótipos e as ideias feitas são muitas vezes necessários. Os jornalistas têm obrigação de escrever de uma forma fácil de compreender; por simplificação, portanto, entendemos tornar a notícia menos ambígua, reduzir a natureza polissêmica do acontecimento (TRAQUINA, 2008, p. 91).

Outro ponto a se destacar é a confusão entre a vida privada e a vida profissional de um jornalista, o qual costuma se ver imbuído de uma missão, uma vocação, da qual não pode abdicar. Isso resulta em longas e incertas horas de trabalho, uma vez que as coisas não têm hora para ocorrer, e o profissional de imprensa deve estar pronto para transmitir a informação. Fora os perigos inerentes à profissão, como perseguições políticas, risco de morte em confrontos, entre outros, já que

Existe entre os membros desta comunidade um gosto pelos detalhes mais espetaculares, um gosto pela retórica mais empolgante (o que não pode ser considerado como simplesmente sensacionalismo), um gosto pela polêmica e pelo conflito (TRAQUINA, 2008, p. 50).

O jornalista, destarte, na busca pela grande história, por um momento glorioso, o sonho de toda uma vida – em que pese a maior parte das notícias possua “um padrão geral bastante estável e previsível” (TRAQUINA, 2008, p. 63) –, possui um casamento com a profissão, legando consequências deletérias à vida pessoal.

Uma natureza que sobressai na cultura jornalística é a dos sacrifícios pessoais, dos efeitos nocivos que as longas, e possivelmente irregulares, horas da profissão têm sobre a vida privada do jornalista: problemas de saúde, casamentos desfeitos, família adiada, economias fracas e ausência da vida privada(TRAQUINA, 2008, p. 53).

Nelson Traquina elenca cinco valores-notícia de construção que justificam o fato ocorrido nas capas dos jornais em 8 de julho de 2014. Esses valores-notícia são elementos aptos a serem inclusos no desenvolvimento de uma notícia. São eles a simplificação, a amplificação, a relevância, a personalização e a dramatização. O acontecimento na semifinal da Copa do mundo de 2014 contém os cinco valores

supracitados, porque a simplificação é uma notícia de fácil compreensão, não há dificuldade em entender o que se passou no Mineirão. Desse modo, “(...) por simplificação, portanto, entendemos tornar a notícia menos ambígua, reduzir a natureza polissêmica do acontecimento” (TRAQUINA, 2008, p.91). A amplificação, por sua vez, é inerente ao acontecimento, já que o placar do jogo foi amplo o suficiente para ser a maior derrota do Brasil na história dos mundiais. “A lógica é a seguinte: quanto mais amplificado é o acontecimento, mais possibilidades tem a notícia de ser notada (...)” (TRAQUINA, 2008, p.91). A relevância segue no mesmo caminho da inerência, tendo em vista que a Seleção disputava novamente, depois de 64 anos, uma Copa do mundo em casa e chegara à semifinal, “quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento, mais hipóteses a notícia tem de ser notada” (TRAQUINA, 2008, p.91). A personificação é corroborada pelo fato de vários periódicos terem recorrido às figuras de jogadores, como David Luiz, e do técnico Luiz Felipe Scolari para representar a derrota. A personalização, portanto, costuma ser uma tática para prender o leitor, “porque as pessoas se interessam por outras pessoas” (TRAQUINA, 2008, p.92). Por fim, a dramatização também surge naturalmente nas capas analisadas nesta pesquisa, pois a história contada de modo melodramático – e na história em questão tal tom se impôs – cativam o leitor. “Por dramatização entendemos o reforço dos aspectos mais críticos, o reforço do lado emocional, a natureza conflitual” (TRAQUINA, 2008, p.92).

3.2 AS GRANDES HISTÓRIAS DOS GRAMADOS

Apesar de uma Copa do mundo ser um evento sobre o qual os jornalistas têm certo controle – sabem que ocorre a cada quatro anos, que é disputada por 32 seleções, que há três jogos na primeira fase e depois oitavas, quartas, semifinais e final – um placar como o que ocorreu no Mineirão, sobretudo em razão de o revés ter sido sofrido pelos donos da casa, maiores vencedores de copas, país do maior jogador de futebol de todos os tempos, coloca o profissional de imprensa onde ele gosta de estar: no olho do furacão. Um momento histórico na carreira de qualquer jornalista, remontando aos sonhos que os levaram a escolher a profissão. Mega-acontecimentos como esse “arrebenta nas redações jornalísticas e provoca uma alteração completa na rotina, como uma nova primeira página, boletins de notícia,

uma interrupção prolongada da programação normal” (TRAQUINA, 2008, p.97). Por si só, o evento Copa do mundo já midiático, a maneira como o Brasil foi eliminado da Copa de 2014, no entanto, multiplicou tal característica por muitas vezes.

Os “acontecimentos mediáticos” são acontecimentos especiais que fazem para uma sociedade – são ocasiões em que a pressão da própria sociedade 1) torna o ato de assistir obrigatório 2) pré-planejados e pré-anunciados, de tal forma que 3) a sua transmissão seja ao vivo. 4) (...) enquadrados no tempo e no espaço. Assim, a Guerra do Golfo não é um “acontecimento mediático”, mas a Copa do Mundo é. O acontecimento mediático tem 5) um elemento de grande drama ou ritual(TRAQUINA, 2008, p.99).

No Brasil, o jornalismo esportivo é a porta de entrada para vários egressos dos bancos universitários das faculdades de comunicação. A editoria de esportes não é onde se concentram os melhores salários, o que é um facilitador desse ingresso. Há uma máxima que aponta todo brasileiro como um treinador de futebol, sobretudo em período de Copa do mundo, quando, de fato, a maior parte da população se interessa pelo esporte bretão, “(...) visão equivocada, mas avalizada por boa parte dos editores. Todo mundo viu futebol um dia na vida. Então, pronto! Está definido o futuro do jornalista sem especialidade” (COELHO, 2018, p.43). Esse entendimento superficial também acomete o jornalista, que, na editoria de esporte, caminha naturalmente para cobrir futebol, uma vez que os outros esportes são preteridos, e a compreensão do futebol passa a ser de domínio público.

Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generalidades. Que se torna muitas vezes melhor quando é conhecedor do assunto específico. Quando vira jornalista de basquete, de vôlei, de futebol, de automobilismo. Nunca de esportes (COELHO, 2018, p. 38).

Ainda que em seu início o futebol tenha tido um forte viés elitista, é a identificação com as massas, fenômeno ocorrido após a profissionalização, que lhe é atribuída como principal característica. É também essa identificação a responsável pelo preconceito para com os fãs do esporte mais popular do país. A dificuldade que as publicações puramente esportivas (leia-se futebolísticas) enfrentam para se estabelecer são históricas, e revistas e jornais surgiram e desapareceram ao longo dos anos. O fã de futebol não seria visto como um leitor fiel para sustentar uma

publicação, já que não costumava possuir poder aquisitivo nem era notado como alguém ligado a interesses culturais.

Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. O preconceito não era infundado, o que tornava a luta ainda mais inglória. De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e ler, conseqüentemente não constava de nenhuma lista de prioridades (COELHO, 2018, p.9).

Países como a Itália e a Argentina, embora menores e menos identificados, no imaginário popular, com o futebol do que o Brasil, tiveram antes do Brasil revistas e cadernos esportivos nos jornais. Os jornais brasileiros só deram espaços relevantes para as publicações esportivas na década de 1960. “Dessa época para cá, os principais jornais de São Paulo e do Rio lançaram cadernos esportivos e deles se desfizeram como se tratasse de objeto supérfluo. Gastar papel com gols, cestas, cortadas e bandeiradas nunca foi prioridade” (COELHO, 2018, p.10).

A relação da imprensa esportiva brasileira com os profissionais do futebol não costuma ser fácil ao longo da história, mas ela tornou-se mais dura e incisiva quando o romantismo começou a dar lugar à rica realidade financeira vivida por jogadores e técnicos. A seleção da Copa de 1990, por exemplo, como já citado nessa pesquisa, cujos atletas negociavam novos contratos com clubes durante a Copa do Mundo, foi duramente criticada e ficou marcada como uma geração fracassada, pois “a seleção treinada por Sebastião Lazaroni fez o pior trabalho em Copa do Mundo desde o fiasco de 1966” (COELHO, 2018, p.20).

O futebol das décadas anteriores, no entanto, era retratado, muitas vezes, por jornalistas identificados com a literatura, o que casava com o período romântico vivido pelo esporte. O alardeado charme do futebol carioca, vale ressaltar, foi construído pela forma como os escritores Nelson Rodrigues e Mario Filho (que dá nome ao Maracanã) contavam as partidas nos jornais e revistas da época. Os relatos, sobretudo os de Nelson, não tinham compromisso com a realidade e geravam imprecisões históricas, mas encantavam os leitores e faziam de uma partida de futebol uma crônica literária. Histórias simples tornavam-se grandes épicos nas palavras desses escritores. Mas o contrário também vale para a

imprensa mais preocupara com a realidade de umas décadas para cá, conforme supracitado. As grandes histórias nos gramados, “(...) sempre mereceram o tom épico que desapareceu das páginas de jornais e revistas e dos relatos de emissoras de rádio e de televisão” (COELHO, 2018, p.23), salvo exceções.

A história do jogador Ronaldo Fenômeno, por exemplo, cujo roteiro contava com dor, sofrimento, recuperação e volta por cima, teve como mediadores profissionais da comunicação forjados na objetividade jornalística. Em novembro de 1999, Ronaldo necessitou de uma cirurgia no joelho direito, que já tinha sido motivo de o jogador passar a Copa da França, em 1998, com muitas dificuldades. Na volta aos gramados, em abril de 2000, o já consagrado fenômeno entrou em campo na decisão da Copa da Itália. Com pouco tempo em campo, caiu sozinho. Ele tivera total ruptura do tendão patelar do joelho direito. Ronaldo só voltaria a campo em agosto de 2001, há poucos meses da Copa do Mundo. O técnico da seleção à época, o mesmo que estaria no comando na Copa de 2014, apostou em Ronaldo e o convocou. O atleta brasileiro foi o artilheiro do mundial e levou o Brasil à conquista do quinto título mundial depois de quase ter se tornado inutilizável para o futebol. No entanto “(...) ninguém escreveu uma única crônica sobre a incrível proeza de Ronaldo” (COELHO, 2018, p. 22). Assim, “toda imprensa estampou os feitos do fenômeno em relatos repletos de... realidade! Realidade demais para história tão irreal” (COELHO, 2018, p. 22). Os relatos hiperbólicos, que encheram as três conquistas iniciais de emoção, deram lugar à objetividade dos fatos nas duas últimas.

O problema, evidentemente, é que o que é verdade, o que é opinião e o que é lenda se misturam e nem todo mundo é capaz de diferenciar o que é jornalismo do que não é. Mas a maneira como os principais jornalistas esportivos de cada tempo se referem aos jogadores de cada época produz distorções difíceis de corrigir (COELHO, 2018, p.19).

Alguma coisa foi perdida e a sensação é de que algo parece ter escapado pelo vão dos dedos. O jornalismo não faz nada no sentido de desfazer esse estado de espírito. Também não se está dizendo, por outro lado, que o brasileiro tenha que perder o amor que tem pelo esporte, o futebol especificamente. Cada país tem o seu esporte nacional, aquele que constitui a paixão do povo. Outros países como, por exemplo, o Japão também se iniciaram no futebol, e há desportistas que vêm para o

Brasil a fim de treinar, ganhar mais experiência. Os Estados Unidos reconhecem que este é o único esporte no qual não são hegemônicos, como acontece com a natação e o basquete. Cabe pensar na aceção mais adequada a dar para o termo “vexame” para um país que é o único pentacampeão e participou de todas as versões do evento desde sua criação. Ou seja, nunca falhou no sentido de assegurar sua classificação, ao passo que dentre os demais países há aqueles que chegaram a ficar ausentes por duas décadas ou até mais tempo.

É evidente que há alguma anomalia de outra natureza, menos a de “não saber jogar” ...Umaseleção que sempre brilhou e reúne craques de alto padrão e elevada remuneração, não levaria uma goleada como algo corriqueiro e espontâneo. Se na copa de 2014, o Brasil tivesse jogado disputando o terceiro e quarto lugares, e fosse derrotado por uma contagem de 3X1, os danos a sua imagem não teriam a mesma proporção. Em futebol, quando uma partida termina com um alto score, como 14x12, tende a dar a entender falhas imperdoáveis. Um score de “5x” para o vencedor já seria referido pela expressão popular “surra” de um time sobre outro.

Contagens elevadas costumam acontecer em jogos de peladas ou futebol de salão, onde as dimensões do campo são menores, a trave é pequena e a movimentação dos jogadores é mais rápida ao mesmo tempo que limitada. Em qualquer dos contextos, de há a forte atribuição ao “frango do goleiro”. Numa partida de estádio, no entanto, pode por exemplo ocorrer um empate de 1X1 num jogo repleto de emoção e ansiedade, com 90 minutos sofridos e a plateia ali suspirando a cada lance o tempo todo. Um mito se instala quando o jornalista entra na frequência dessa ação e reação e as converte para a linguagem noticiosa e de comentário desportivo. Compreender a natureza desse mito envolve avaliar o emprego de termos e imagens em vários momentos, um dos quais a concepção da capa que sairá na edição do dia seguinte. A objetividade da qual a profissão jamais abre mão –mesmo com o devido desconto de que toda produção humana conterà alguma forma de subjetividade–, pode se converter numa “objetiva subjetividade”, assim mandando para escanteio a objetividade.

4 REFERÊNCIAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

“A mensagem fotográfica”, do escritor e semiólogo francês Roland Barthes, debruça-se sobre os pormenores da fotografia, que, para o intelectual, é uma mensagem, sendo, desse modo, constituída por atributos, como emissão e recepção, que a caracterizam como tal. O texto, o título, a legenda são complementos que circundam a fotografia, o que não os torna, segundo Barthes, menos “informante”. Ou seja, aquilo que está em uma capa de jornal – objeto trabalhado nessa análise – compete para que uma mensagem seja transmitida ao público, que a interpreta de acordo com variáveis discutidas pelo autor mais adiante. Para Barthes, a fotografia deve ter um método distinto do simples estudo da emissão e recepção da mensagem, pois

a fotografia não é apenas um produto ou um caminho, é também um objeto, dotado de autonomia estrutural; sem pretender absolutamente separar este objeto de sua finalidade, faz-se necessário prever um método particular, anterior à própria análise sociológica, e que só poderá ser a análise imanente dessa estrutura original que é uma fotografia(BARTHES, 1982, p. 11).

Segundo o semiólogo, não é possível analisar apenas uma ou outra estrutura da fotografia e conferir sentido a ela, mas deve-se, sim, analisar isoladamente cada uma das partes, salvaguardando os significados específicos carregados por cada uma, a fim de aglutiná-las e, enfim, absorver a ideia geral, entendendo o que pretende passar a mensagem fotográfica em questão.

Embora não haja fotografia jornalística sem comentário escrito, a análise deve focalizar, em primeiro lugar, cada estrutura isolada; somente após ter-se esgotado o estudo de cada estrutura é que se poderá compreender a maneira como as estruturas se completam(BARTHES, 1982, p. 12).

Se a mensagem fotográfica, como expressam palavras de Barthes, é uma mensagem contínua, à luz da conotação, não da denotação, pode-se observar nela traços históricos, oriundos não apenas do exato momento em que o receptor a visualizou, tampouco de algo inerente, intrínseco, ou seja, nascido com o receptor, mas, sim, de um universo de signos, constituídos ao longo da história, delineadores de um elo entre quem emite e quem absorve o objeto. (Mais adiante, ir-se-á a fundo

nisso, embasados no que o semiótico argentino Eliseo Verón denomina contrato de leitura, uma espécie de vínculo que existe entre “leitorado” e jornal).

A clareza de uma fotografia, ou conforme Barthes, “estatuto puramente denotante”, sugere algo definitivo, um imperativo categórico que inviabiliza a inferência, ou seja, entende-se, no senso comum, que não há nada subentendido, nada além do que está visível, diferentemente de um quadro artístico, cujos elementos não palatáveis são tão, ou até mais, importantes do que os palatáveis. No caso da fotografia jornalística, porém, não se pode eliminar a possibilidade da conotação, pois é possível, haja vista o exemplo do que se debate nesta monografia, observar elementos pretéritos que pairam sobre aqueles momentos capturados, não a esmo, por um fotojornalista: “O que significa que o código de conotação não é nem artificial (como em uma língua verdadeira), nem natural: é histórico” (BARTHES, 1982, p. 16).

Todavia, faz-se necessário pontuar que, para Roland Barthes, o fato de a fotografia conter elementos além da mera e simples denotação, isto é, sem sentidos derivativos ou figurados, não implica arte. Muito embora possa-se encontrar princípios conotativos em uma fotografia, pinçando o que está além do momento registrado, não se identifica a mesma aura artística, porque “em fotografia, contrariamente às pretensões dos fotógrafos de exposição, nunca há arte, mas, sempre, um sentido – o que oporia, finalmente, segundo um critério preciso, a boa pintura (ainda que fortemente figurativa) à fotografia” (BARTHES, 1982, p. 18).

É importante salientar que os objetos em questão não se resumem a imagens ricas em significados e com inúmeras possibilidades de interpretações, eles também contêm algo fundamental a ser discutido, sobre o qual Barthes se debruça: a palavra. No passado, a imagem servia para tornar o texto jornalístico mais claro, elucidava-o, era uma espécie de complemento àquilo que já estava escrito. Atualmente, a palavra emite juízo de valor, abastece o texto, deixa-o mais “pesado”, inculcando nele certa moral e cultura (em alguns dos objetos trabalhados, há um agravante, as palavras em questão são adjetivos, grupo de palavras muito poderoso, o que potencializa o valor moral implicado na fotografia). Posto isso, para Barthes, “a imagem já não ilustra a palavra, é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem” (BARTHES, 1982, p. 20).

Uma fotografia jornalística é tirada, entre muitas outras, e selecionada nas redações, a fim de seguir uma linha cujo ponto de vista seja semelhante ao do

público leitor, pois as empresas de mídia encomendam diversas pesquisas, a fim de traçar um perfil do público-alvo, com o qual alinhava uma espécie de contrato, cujas regras estabelecidas extrapolam os simples atos de fornecer e consumir. Nessa esteira, é possível delinear um paralelo com o que o semiótico argentino Eliseo Verón denomina “contrato de leitura”, o qual será detalhado nesta monografia. Verón, grosso modo, acredita em um acordo preestabelecido entre imprensa e público-leitor, no qual este, ao assinar uma publicação, já se conscientizara acerca do discurso reproduzido, ao passo que aquele sabe o tipo de discurso que deve reproduzir. Tal ideia, claro, elucidar-se-á melhor no desenrolar da teoria de Verón.

A dúvida de Barthes em relação à imagem na modernidade encontra sentido. Seria ela (a imagem), questiona Barthes, boa ou ruim? Das três grandes religiões monoteístas, islamismo, judaísmo e cristianismo, apenas a última, por meio de sua principal vertente, o catolicismo, cultua imagens. As demais abominam essa prática por crer que representações de divindade são degradantes e nocivas ao segmento. Atualmente, numa sociedade cada vez menos apegada às tradições religiosas, as imagens cultuadas são diversas e vão desde astros do rock a jogadores de futebol, numa relação de discípulo e divindade, para o bem e para o mal, sem ser possível, ainda, definir para qual dos dois a balança pende mais, pois

por um lado, a difusão das imagens pertence ao mundo moderno, é um produto da sociedade tecnológica, de tal modo que condenar a imagem é parecer condenar a modernidade; por outro lado, a imagem não é só veículo de pulsões, tabus, afetos, forças irracionais e instintivas (pelo menos é o que se diz), mas sobretudo dissemina-se de modo incontrolado, o que só pode preocupar toda ideologia organizada (BARTHES, 2005, p. 66).

Ademais, também é viável estabelecer um paralelo entre os textos que acompanham as fotos nas capas dos jornais e o poder que Barthes observa nas palavras no contexto jornalístico da modernidade. Para o semiólogo, “as palavras desnorteiam, intimidam, fazem sofrer, fazem sonhar” (BARTHES, 2005, p. 68), além de gerar afetos e traumas infinitos. Dessa forma, vale retroceder a uma classe de palavras específica supracitada: a dos adjetivos, que expressam qualidades e características do substantivo. Em algumas das capas, adjetivos pejorativos (fato que aumenta ainda mais o peso das palavras) revelam a visão do jornal e do público para o qual ele se dirige no que concerne ao país naquele momento. Em momentos,

o substantivo Brasil não aparece para ser qualificado, e nem é necessário. Já não importa mais o significado lato da palavra, mas, sim, o que ela representa, “pois o que define uma linguagem não é o que ela diz, é o modo como diz” (BARTHES, 2005, p. 68).

Também se faz necessário pontuar na teoria de Roland Barthes – e para isso necessitamos voltar à conotação, esmiuçada em “A mensagem fotográfica” – os seis elementos destacados pelo escritor: trucagem, pose, objetos, fotogenia, estetismo e sintaxe. Dar-se-á destaque para quatro destes elementos: pose, objetos, estetismo e trucagem, todos conotativos, ou seja, dotados de códigos. Portanto, “o objeto talvez não possua mais uma força, mas possui, certamente, um sentido” (BARTHES, 1982, p. 18).

Na obra *A Câmara Clara*, por sua vez, Roland Barthes apresenta os conceitos de *studium* e *punctum*, que consistem em abrangências e particularidades no momento de observação de uma fotografia. Enquanto o *studium* proporciona seus códigos para o observador sem tanto esforço, liberando-o de uma análise mais densa, o *punctum* requer paciência e, por vezes, certo distanciamento do objeto para que se possa inferir um detalhe quase imperceptível ou que passou despercebido, por um ou outro motivo, em um contato inicial. O *studium*, portanto, está no campo da percepção genérica, já o *punctum*, na recortada, uma vez que necessita de uma imersão profunda para que seja identificado. “O *studium* está, em definitivo, sempre codificado, o *punctum* não” (BARTHES, 1982, p. 80).

A denotação encontra-se na primeira ordem da significação e é a ela que o *studium* está atado por consistir em um interesse vasto, sem compromisso fervoroso com o que se observa, transitando pelo gosto superficial e momentâneo. Dessa forma, o *studium* é facilitador de um consenso entre espectadores, pois seu significado está dado, está condicionado àquilo que se enxerga, não àquilo que, com esforço e distanciamento, se poderia enxergar. Ainda que o *studium* requeira certo compartilhamento de códigos entre espectador e fotografia, afinal, é todo codificado, o esforço do observador não vai além disso, não se afunila. Não é necessário, desse modo, que o espectador seja hábil, tampouco perspicaz ou artil, basta que, de modo generalizado, compreenda os códigos que estão às claras.

É o *studium*, que não quer dizer, pelo menos de imediato, “estudo”, mas a aplicação a uma coisa, o gosto por alguém, uma espécie de

investimento geral, ardoroso, é verdade, mas sem acuidade particular (BARTHES, 1982, p. 45).

No sentido de compartilhamento de códigos, é possível relacionar o *studium* – e não só ele, mas, em um segundo momento, o *punctum* também – à teoria do contrato de leitura, apresentada por Verón, uma vez que esta trata da relação a quatro mãos que constrói o discurso de um jornal, revelado por meio de elementos verbais e não verbais. Em ambos os casos, rechaça-se ou aceita-se o que é publicado, mas, acima de tudo, sempre se harmoniza e se integra ao conteúdo, uma vez que o contrato preestabelecido impera nesse vínculo vigoroso entre emissor e receptor.

Reconhecer o *studium* é fatalmente encontrar as intenções do fotógrafo, entrar em harmonia com elas, aprová-las, desaprová-las, mas sempre compreendê-las, discuti-las em mim mesmo, pois a cultura (com que tem a ver o *studium*) é um contrato feito entre os criadores e os consumidores (BARTHES, 1982, p. 48).

O *punctum*, por seu turno, está relacionado ao elemento conotativo, passa, por conseguinte, pela seara interpretativa e permite um diálogo mais denso e duradouro com a fotografia, o qual pode ocorrer a posteriori, isto é, depois da experiência com o objeto fotográfico. A capacidade de relacionamento íntimo com o leitor faz do *punctum* profundo, capaz de evocar os sentimentos e percepções mais distantes e, às vezes, esquecidos. É uma relação de cumplicidade, em muitos momentos, provocadora e dolorida. “O *punctum* é, portanto, uma espécie de extracampo sutil, como se a imagem lançasse o desejo para além daquilo que ela dá a ver” (BARTHES, 1982, p. 89).

4.1 CUMPLICIDADE NO CONTRATO DE LEITURA

A fotografia capaz de transportar o espectador para fora de seu enquadramento é rica em *punctum*, pois não o condena ao explícito, pois a ele dá asas capazes de alcançar os mais altos voos sem a armadilha da extravagância, com a qual o *punctum* jamais deverá ser confundido ou misturado. Afinal, é da natureza da extravagância ser cristalina, declarada, esclarecedora e evidente, e isso choca-se com a delicadeza, sutileza e sofisticação inatas ao *punctum*, tornando-os,

portanto, (*punctum* e extravagância), imissíveis. O *punctum*, dessa forma, revela muito mais sobre o indivíduo do que sobre a coletividade. É preciso doar-se para nele se revelar. “Com muita frequência, o *punctum* é um detalhe, ou seja, um objeto parcial. Assim, dar exemplos de *punctum* é, de certo modo, entregar-me” (BARTHES, 1982, p. 69).

Ademais da teoria de Roland Barthes, a do semiótico argentino, Eliseo Verón, que apresenta em sua obra, *Fragmentos de um tecido*, a teoria da recepção, a qual ele também chama de reconhecimento, será detalhada. Para o semiótico argentino, todo discurso propaga um campo imenso de significados, jamais o que é dito - ainda que seja um emissor de grande abrangência, como no caso da mídia de massa – opera como a agulha hipodérmica, na qual a mensagem é transmitida de modo vertical e automaticamente assimilada, sem que haja reação. Ou seja, se determinada mídia pretende disseminar um ponto de vista demasiado ideológico, ela não será ativa e o receptor apenas passivo, mas este, sim, também corroborará, ou corroborou – o verbo no passado possui mais força de sentido -, a finalidade do que foi emitido. Segundo Verón, a análise semiótica visa revelar o direcionamento de quem propaga e de quem recebe a mensagem. “A análise semiológica tem por objetivo destacar e descrever todas as operações que, no discurso do suporte, determinam a posição do enunciador e, como consequência, a do destinatário” (VERÓN, 2004, p. 233).

Verón acredita que haja uma espécie de “contrato de leitura”, no qual tanto o receptor – aquele que nutre algum tipo de interesse – quanto o emissor, têm noção daquilo que compete a si. Isso é, ao passo que o último sabe o que deve transmitir, o primeiro, ancorado no contrato de leitura, espera algo pré-determinado a receber. O editor do jornal, que determinou as fotos e textos escolhidos no dia seguinte à maior derrota brasileira na história das Copas, tinha consciência – é o que se imagina em um jornal de grande porte, com enorme poder de formar opinião – do que o leitor que se dispusesse a desembolsar determinada quantidade de dinheiro na banca ou acessasse o site na internet desejava, ainda que inconscientemente encontrar estampado na capa. O jornalismo impresso, sobretudo, necessita de um leitor fiel, que banque a circulação do periódico. E leitor fiel cria-se com cumplicidade entre ambos. Verón crê em variáveis as quais culminam na opção de leitura do leitor.

Ler é fazer: é preciso, pois, terminar com o procedimento tradicional que se limita a caracterizar o leitor “objetivamente”, isto é, passivamente, sem jamais indagar-se sobre a questão de saber o que ele faz (ou não faz) quando lê: caso se chegue a responder essa questão, compreender-se-ão melhor as razões pelas quais se lê o que se lê (VERÓN, 2004, p. 236).

Outro ponto muito importante a ser citado e ligado à teoria do semiótico argentino é a questão da publicidade. É de conhecimento público que a imensa maioria da imprensa, seja ela televisiva, radiofônica, de internet, ou impressa – nesta dissertação, com destaque para a última – é patrocinada com o dinheiro de empresas, desde o pequeno ao grande porte, cujos interesses são, por vezes, expostos nas páginas dos jornais, que dependem delas para sobreviver. É quase inimaginável a possibilidade de um jornal produzir uma grande reportagem sobre trabalho escravo para grandes lojas de roupas em países remotos tendo como mecenas justamente essa loja. Tais empresas também possuem o chamado público-alvo, sobre os quais são encomendadas inúmeras pesquisas, reveladoras da situação financeira das pessoas, dos lugares que elas pretendem frequentar, número de filhos, opiniões acerca de assuntos polêmicos, a fim de definir qual a melhor estratégia para decifrá-lo e, enfim, fisgá-lo para o consumo dos produtos que oferta. Assim, “produzido um leitorado, ele é valorizado (por um metadiscorso que é uma representação particular do discurso do título) a fim de vendê-lo como coletivo de consumidores potenciais junto a diversas categorias de anunciantes” (VERÓN, 2004, p. 247).

Em um mundo cada vez mais volúvel, no qual as pessoas têm mais acesso à informação e mudam de opinião constantemente, a imprensa também está submetida a modificações presentes. A mídia, na esteira do sistema vigente, opera por meio do lucro, agindo, portanto, da forma que melhor lhe convier. Ou seja, não está condenada, desse modo, a sempre repetir o mesmo discurso. À guisa de exemplificação, o jornal *O Globo*, que, na década de 60, quando do emergir da ditadura militar no Brasil, optou por apoiar o regime ditatorial, não em detrimento da sociedade civil, como pode-se pensar, mas ao encontro dela, que em boa parte deu suporte para que os militares alcançassem e mantivessem por 21 anos o poder no Brasil. Mais de cinco décadas depois, no entanto, em um Brasil bem diferente daquela época, já ciente das mazelas causadas pela ditadura, o periódico, em editorial, reconheceu o que chamou de “erro” e rechaçou qualquer forma de governo

que não seja a democracia. Em suma, os fins são justificáveis para se atingir os meios desejados, sendo estes modificáveis de acordo com o contexto. “Em dado setor da imprensa, a oferta bem como a demanda evoluem permanentemente. Os discursos produzidos, de um lado, e as expectativas, de outro, estão em constante modificação” (VERÓN, 2004, p. 251).

São diversos os fatores capazes de levar alguém a ser um consumidor de um determinado jornal. Não se compra o jornal A pelo excesso de pautas conservadoras, ou se compra por esse mesmo motivo. Não se compra o jornal B pelo excesso de pautas progressistas, ou se compra por esse mesmo motivo. Há, no leitorado, uma zona de conforto, na qual se repousa para não ter a necessidade de pensar, analisar e, somente depois, chegar a uma conclusão sobre determinado tema, pois leva-se tempo demais em um mundo que requer celeridade. É como se a capa do jornal usurpasse as vozes, com o consentimento de seus donos, e se compromettesse a delinear por meio de elementos verbais e não verbais aquilo que se pensa, mais ainda: aquilo que se deseja, por vezes, sem saber. Comprometimento, por conseguinte, é a palavra central. Quando se assina um contrato, compromete-se com algo. No caso do contrato de leitura, trabalhado por Verón, a assinatura não ocorre com o leitor em sã consciência, mas também não ocorre com o indivíduo desacordado.

A preferência opera em um campo de oferta determinado (a “zona de concorrência direta”), ela é, portanto, o resultado de uma escolha, mais ou menos consciente, mais ou menos explícita, mais ou menos refletida, mas inteiramente opaca em relação aos mecanismos significantes que a criam (VERÓN, 2004, p. 253).

Existe entre o jornal em análise e o público para o qual ele se direciona, portanto, o que o semiótico Eliseo Verón chamou de “contrato de leitura”, já trazido à tona neste trabalho. Ou seja, uma espécie de trato abstrato no qual ambos são agentes, ainda que, em primeira análise, o primeiro pareça agir verticalmente sobre o último. O leitor, dessa forma, não só absorve, mas também influi no conteúdo publicado, como numa espécie de barganha, alguém assina um jornal esperando, ainda que não declaradamente, algo em troca. Sobremaneira nos dias atuais, nos quais as pessoas encontram-se mais isoladas nas próprias ideias e evitando o diálogo com o outro, a não ser que seja para convencê-lo, é utópica a ideia de que alguém comprará frequentemente uma publicação que contrarie o próprio ponto de

vista. Um progressista não sustenta, via de regra, um, periódico conservador e vice-versa. Por isso, o estudioso argentino prefere trocar a palavra recepção por reconhecimento. Afinal, ao abrir seu periódico favorito, o leitor pretende enxergar um espelho.

A relação entre a produção e a recepção (prefiro chamar esta última de reconhecimento) é complexa: nada de causalidade linear no universo do sentido. Ao mesmo tempo, um discurso dado não produz um efeito qualquer. A questão dos efeitos é, portanto, incontornável (VERÓN, 2004, p. 216).

O contrato de leitura é o elo entre o suporte e quem o lê. Quando, por algum motivo, existe uma debandada do conjunto de leitores é provável que, de algum modo, esse contrato tenha sido rompido. É possível citar, por exemplo, o caso de modificações redacionais, as quais fatalmente influirão no direcionamento de pautas de um jornal. O jornal *O Estado de São Paulo*, para manter o debate na imprensa escrita, é conhecido nacionalmente pelo viés conservador, o qual é assumido em editorias. À luz da teoria de Verón, *O Estado* não manteria o público cativo que mantém caso, em um cenário hipotético, passasse a defender a legalização do aborto, pauta costumeiramente progressista, pois o público que compra o jornal espera dele justamente posição oposta a essa. Desse modo, as baixas no antigo público-alvo serão inevitáveis. Emissor e leitor, dessa forma, são uma via de mão dupla, criada a partir de uma infinidade de signos compartilhados por ambos.

Frequentemente, a estagnação ou a baixa do conjunto de leitores resulta de uma alteração progressiva e insensível do contrato, ou então da introdução de modificações redacionais que produzem uma incoerência no contrato. É o contrato de leitura que cria o vínculo entre o suporte e seu leitor (VERÓN, 2004, p. 219).

Na análise, esta pesquisa se debruçará sobre 12 (doze) capas dos principais jornais impressos do Brasil, que retrataram com grande destaque a derrota da seleção brasileira frente à alemã no dia seguinte à partida válida pelo mundial de 2014. Em primeiro lugar, definir-se-á o contrato de leitura, do semiólogo argentino Verón, para, na sequência, apontar as semelhanças – e possíveis diferenças – entre o que Verón definiu como “contrato de leitura” e a postura dos jornais da época frente ao famigerado acontecimento. Isso encerrado, serão abordadas as

mensagens denotativa, conotativa e linguística, identificadas nos objetos desta dissertação, de acordo com a teoria de Roland Barthes, a fim de analisar cada trecho dos textos de forma isolada para que, no final, encontre-se o objetivo a partir da aglutinação dessas partes, conforme o semiólogo. Ainda com base na teoria do estudioso francês, serão estabelecidos – e apontados – os conceitos de *punctum* e *studium*, que tratam de abrangências e peculiaridades no momento de observação de uma foto, a fim de demonstrar as percepções genéricas e aprofundadas possíveis de se inferir das capas.

4.2 A LINGUAGEM DO MITO

A tradição grega da narrativa mitológica faz referência a atos associados aos feitos de deuses e heróis. A concepção é diferente na visão de linguagem proposta por Barthes (2001) em sua obra *Mitologias*. O livro foi composto juntando as crônicas jornalísticas que publicaram no final dos anos 1950. Em sua visão de mito, o autor afirma ter produzido uma reflexão originada de sua “impaciência” frente ao modo natural com que a imprensa, a arte, o senso comum convertem a realidade pelo fato de mascará-la e com isso não permitir que se mostre perfeitamente histórica. Ressalta que nos relatos da atualidade, natureza e história são confundidas e acabam por gerar uma exposição decorativa do que é óbvio, e essa dissimulação vem a se converter em um abuso ideológico. A noção de mito designa o tratamento dessas falsas evidências.

O sentido já está completo, postula um saber, um passado, uma memória, uma ordem comparativa de fatos, de idéias, de decisões. Tornando-se forma, o sentido afasta a sua contingência; esvazia-se, empobrece, a história evapora-se, permanece apenas a letra. Efetua-se aqui uma permutação paradoxal das operações de leitura, uma regressão anormal do sentido à forma [...]. O sentido continha todo um sistema de valores: uma história, uma geografia, uma moral, (...) uma literatura. A forma afastou essa riqueza: a sua pobreza presente requer uma significação que a preencha (BARTHES, 2001, p.139).

Decorrem dessas formulações, alguns pontos de vista ressaltados, tais como: o que interessa é o que se vê, não necessariamente o que se crê. Paixões afloram das cenas presenciadas e do modo como são convertidas em imagens e

expressões capazes de emanar sensações. As formas não suprimem o sentido, elas o transferem para outro foco. “O que o mundo fornece ao mito é um real histórico, definido, por mais longe que se recue no tempo, pela maneira como os homens o produziram ou utilizaram; e o que o mito restitui é uma imagem *natural* deste real” (BARTHES, 2001, p.163, grifo do autor).

O mito não esconde nada e, por esse motivo, produz distorções que não são percebidas: há uma ambiguidade expansiva que, pelo contrário, acentua convicções. O mito se encontra de tal modo ligado à pessoa, a ponto de ela não poder se livrar dele. O mito tem um caráter imperativo e, por esse motivo, impõe-se. “O mito possui um caráter imperativo, interpelatório: tendo surgido de um conceito histórico, vindo diretamente da contingência (...) é a mim que ele se dirige: está voltado para mim, impõe-me a sua força intencional; obriga-me a colher a sua ambigüidade expansiva” (BARTHES, 2001, p.145).

Em seu funcionamento, o mito transforma história em natureza, razão pela qual faz o indivíduo perder a história. Nos tempos atuais, a profusão das chamadas *fake news* exemplifica com clareza o domínio do mito, em que fatos, pessoas, lugares são os mesmos, mas a história não é a mesma, a história não equivale. Vemos a história contada sob um ponto de vista, não pelo que de fato se passou, o real episódio acontecido. O mito sobrevive, mesmo com essa força perversa, porque ela não é fácil de ser percebida, por ter se instalado numa tão evidente quanto a lógica que está sendo omitida ou descontextualizada. A isso atribui-se a característica do mito de “naturalizar” suas intenções, motivo pelo qual não as esconde.

O mito, segundo Barthes (2001), é um roubo de linguagem: “Repito, portanto, não existe nenhuma rigidez nos conceitos míticos: podem construir-se, alterar-se, desfazer-se, desaparecer completamente” (BARTHES, 2001, p.142). Ele retira, ajudado por sua competência em naturalizar, a linguagem de algo e a transfere para outro algo. Com isso o mito consegue evacuar o real:

É que o mito é uma fala roubada e restituída. Simplesmente, a fala que se restitui não é exatamente a mesma que foi roubada: trazida de volta, não foi colocada no seu lugar exato. É esse breve roubo, esse momento furtivo de falsificação, que constitui o aspecto transido da fala mítica (BARTHES, 2001, p.147).

Uma melhor compreensão do funcionamento do mito requer entendê-lo como fazendo parte de uma significação. Daí a associação feita pelo autor com a semiologia com a natureza semiológica desse processo, com uma importante peculiaridade: “Não quero dizer com isto que a semiologia cubra igualmente todas essas pesquisas: elas têm um estatuto comum, são todas elas ciências dos valores; não se contentam em circunscrever o fato: definem-no como um *valor de equivalência*. (BARTHES, 2001, p.133, grifo do autor). A significação se configura em um esquema tridimensional composto de significante-significado-signo. O autor ressalta que a semiologia só tem possibilidade de centrar-se no nível das formas e não no dos conteúdos. O seu campo é limitado e tem condição de efetuar uma operação: ou a leitura ou o deciframento.

Na clássica definição de Ferdinand de Saussure, significante é o plano da expressão, a dimensão que utiliza palavras e outras formas para indicar um significado, plano do conteúdo, ou seja, a coisa referida. O primeiro é sobretudo uma imagem acústica, ao passo que o segundo pertence ao plano das ideias. O signo é gerado pela junção de imagem acústica e conceito. O mito obedece esse mesmo esquema tridimensional, mas carrega algo típico exclusivamente seu, que é o fato de que ele se constrói a partir de uma cadeia semiológica que acontece antes que ele se inicie. Por esse motivo, ele é chamado de sistema semiológico segundo. “O que é signo (isto é, totalidade associativa de um conceito e de uma imagem (no primeiro sistema, transforma-se em simples significante no segundo)” (BARTHES, 2001, p.136). O seguinte esquema ilustra esse funcionamento:



No mito existem dois sistemas semiológicos deslocados entre si. No sistema da língua, são presentes os modos de representação a ela assimilados, e a ele o autor dá o nome de linguagem-objeto, pelo fato de ser essa a linguagem da qual o mito irá se servir para construir o seu sistema paralelo. O mito é designado como metalinguagem, por ser um tipo de segunda língua com a qual se fala da

primeira. Os dois primeiros termos do mito são manifestos, um não oculta o outro; “o mito não esconde nada”: tem como função deformar, não fazer desaparecer” (BARTHES, 2001, p.143). A função do mito é transformar sentido em forma. A análise deve considerar não mais a linguagem-objeto por si só, tampouco concentrar-se no detalhe do esquema linguístico. As razões são as seguintes:

dele só terá de considerar o termo total o signo global, e apenas na medida em que este termo se presta ao mito. Eis porque o semiólogo deve tratar do mesmo modo a escrita e a imagem: o que ele delas retém é que ambas são *signos*, ambas chegam ao limiar do mito dotadas da mesma função significante; tanto uma como a outra constituem uma linguagem objeto (BARTHES, 2001, p.137).

No próximo capítulo, o foco será voltado para as capas dos 12 (doze) jornais selecionados em 9 de julho de 2014, dia seguinte à derrota da seleção brasileira para a alemã, na semifinal da Copa realizada em território brasileiro, 64 anos após o país ter recebido seu primeiro e único mundial até então, em 1950. No geral, as capas trazem lembranças históricas, personagens que marcaram a partida de 2014, ironias, sarcasmos, excesso de qualificadoras, como adjetivos e até xingamentos, escanteando a objetividade, tão cara à imprensa comercial, tudo em razão do placar elástico diante da eliminação para a Alemanha com uma goleada histórica no estádio Mineirão, em Belo Horizonte.

5 ANÁLISE: 12 CAPAS DO DIA SEGUINTE

Muito embora as capas dos jornais, além das fotos, tenham sido delineadas também com texto (adjetivos muito fortes são utilizados para qualificar o revés brasileiro), o que facilitaria a interpretação e compreensão, apenas a foto – analisada isoladamente – faz parte do que se chama fotojornalismo. Segundo o *Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia*, o fotojornalismo é um “gênero de jornalismo em que a fotografia é primordial para a veiculação de notícias” (NEIVA, 2013). Ou seja, ao contrário das fotos comuns tiradas em aniversários, reunião de amigos e família, uma foto jornalística visa à informação, chama a atenção do leitor para o conteúdo publicado, surpreende-o, pauta-o, choca-o. O fotojornalismo tem relevância social, a imagem é tão forte, tão definitiva, que ela “fala” por si só, dispensando as palavras. No caso da foto em análise, há uma mescla de texto e imagem muito fortes, isso facilita a distinção da importância de ambos. Apesar de estas (as palavras) serem mais denotativas, revelarem mais facilmente intenções, e o fotojornalismo, mais conotativo, exigindo assim um domínio maior do contexto e dos signos afins, ambos têm a mesma finalidade: informar.

Dentro dos gêneros de fotojornalismo, como retrato, *picture stories, features*, fotografias de notícias e ilustrações fotográficas (SOUSA, 2002), algumas fotos dos jornais em questão são uma mescla das duas últimas, primeiro por informar, algo atribuído à fotografia de notícia, depois, e o mais importante, por extrapolar isso, por ir além da simples informação e constituir-se em construção simbólica de determinada situação real. Isso é, a situação real, o fato, é tão emblemática, que passa a representar um amontoado de signos capazes de formar opinião. Há, portanto, a potencialização das imagens por meio de adjetivos qualificadores da situação (colocados, por vezes, em letras garrafais) ocorrida horas antes. Para pinçarmos um caso de domínio público e nos remontarmos a ele, podemos utilizar, à guisa de exemplificação, a foto do menino sírio de bruços, morto em uma praia da Europa, em 2015, depois de tentar escapar pelo mar da guerra que assola o país em que vivia. A fotografia tirada naquele momento não só informou ao mundo o horror existente naquele país, mas também extrapolou a barreira da informação para simbolizar a consequência da brutalidade humana, a qual não perdoa nem mesmo uma criança indefesa. Dessa forma, guardadas as devidas proporções, tanto as fotos das capas em debate quanto a da criança síria se

aproximam por serem mais que informação, por ecoarem muito mais longe do que o lugar em que foram tiradas.

As fotos discutidas, portanto, não terminam em si só. São informativas, abrangentes, emblemáticas, um híbrido de informação e sentimento, de denotação e conotação, razão e emoção, que fazem dela objeto de estudo deste trabalho, pois entende-se a importância impressa no contexto histórico-social do Brasil e do povo brasileiro.

A fim de jogar luz sobre essas históricas capas de jornais, utilizamos o aporte teórico de dois estudiosos da comunicação, o semiólogo argentino Eliseo Verón, cuja ideia, grosso modo, trata de estabelecer uma via de mão dupla entre emissor e receptor, na qual ambos têm papéis importantes, e do estudioso francês Roland Barthes, o qual esmiúça a fotografia, extraindo de cada parte uma função a ser cumprida dentro de um contexto. Barthes também aponta os tipos de mensagem que a foto transmite para o receptor e os impactos por eles causados.

Tratemos, primeiro, de Verón. Sua “teoria da recepção” retira do emissor – a mídia, mais especificamente – o monopólio da responsabilidade do entendimento da mensagem recebida. A título de ilustração: não é responsabilidade apenas do emissor (um jornal impresso, uma rádio, uma televisão) aquilo que se compreendeu da mensagem em textos verbais e não verbais, o receptor também tem parcela importante naquilo que ele próprio absorve, em virtude de tal absorção não ser automática, de demandar uma compreensão de mundo do leitor que é anterior ao contato com a mensagem.

A isso, o semioticista chama de “contrato de leitura”, no qual as cláusulas são lidas e sabidas pelo meio e pelo receptor. Os dois, portanto, sabem exatamente os papéis que devem cumprir nessa relação ambivalente de poderes semelhantes. No momento atual do jornalismo, em que outras mídias, sobretudo as sociais, são concorrentes não tão generosas, o jornal impresso necessita de público, necessita de cativar pessoas para que elas sejam fiéis à publicação, gerando suporte financeiro advindo da publicidade. Caso os públicos de tais jornais prefiram, por exemplo, uma política neoliberal, na qual o Estado seja mínimo, isto é, tenha pouca interferência na vida do cidadão, o jornal não terá uma linha estatizante, que defenda um Estado intervencionista, mais participativo na vida do indivíduo. Aliás, o público de *O Globo* assim seria chamado se o jornal caminhasse na direção contrária àquilo pensado pela maioria, exceto em raríssimas exceções.

Consciente ou inconscientemente, na hora de abrir a carteira para comprar na banca ou assinar um jornal pela internet, o leitor tende a eleger o periódico que na maior parte das vezes vai ao encontro da visão de mundo partilhada por ele. No caso do Brasil, os jornais impressos, na maioria dos casos, ainda não tomam escancaradamente partido de uma ou outra corrente política em seus textos, mas podemos pensar em países cuja imprensa se posiciona para elucidar a ideia. Nos Estados Unidos, O *New York Times* é famoso pela visão progressista de mundo e possui um público cativado para sustentá-lo. Se de um dia para o outro o editor do jornal resolver que a linha editorial será conservadora, é provável que perca um bom número de leitores. Afinal, a fidelidade foi quebrada, mais que isso, um contrato, o contrato de leitura foi rompido, dando ao leitor o direito de migrar para outro jornal.

Há, portanto, nas capas de grandes jornais, como nos casos dos jornais cujas capas estão em análise, o que na obra de Verón é denominado “contrato de cumplicidade”, no qual ambos – é importante repetir – têm papéis prescritos, com os quais concordam atuar. O público de tais jornais, naquele momento posterior à derrota brasileira, possivelmente estranharia a imagem de um jogador, por exemplo, sorridente e otimista quanto ao futuro do futebol brasileiro, lembrando que se é necessário aprender com a derrota, estampado na capa do jornal que costuma adquirir nas bancas ou receber em casa todas as manhãs. Tampouco admitiria um texto brando, leniente e compreensivo com o resultado do Brasil em campo.

Embora qualquer jornal dependa financeiramente de um público para que possa sobreviver, seja por assinaturas, seja por publicidade angariada, não se pode entender uma situação tal qual essa em questão como algo semelhante a uma chantagem, isto é, uma vez que o jornal não publicasse algo ao encontro do desejo de leitor, este migraria para o concorrente, mas, sim, como ideias afins, catalisadoras de visões sobre o mundo em comum entre quem publica e quem lê. Essa relação opera como a de um casal que se apaixona reciprocamente. O fato de os dois preferirem vinhos argentinos a franceses, cinema francês a argentinos e comida nacional a comida estrangeira tende a aproximá-los, não o contrário. Se durante a relação, no entanto, um dos dois chega à conclusão de que os vinhos franceses são os melhores, que o cinema argentino tem lá suas qualidades que o tornam superior ao francês, além de preferir sushi a churrasco, é possível que encontrem dificuldades em manter acesa a chama da paixão. Caso a chantagem

passa a guiar a relação, é porque ela naufragou, tanto no amor quanto no contrato de leitura.

Via de regra, o jornalismo é – ou, pelo menos, deveria ser – pautado pelo chamado “contrato de distanciamento”, aprendido nas escolas de comunicação e propalado como imparcialidade. Ou seja, uma certa objetividade que deve ser mantida ao tratar dos fatos. Todavia, o que se observa é uma mistura conveniente entre esses dois tipos de contrato (contrato de cumplicidade e contrato de distanciamento) nas mais variadas mídias pelo mundo. Ao adjetivar em excesso a derrota brasileira, utilizando de diversos meios, como se observará, para fazê-lo, *Os periódicos* afastam-se da objetividade e imparcialidade jornalísticas, preterindo, assim, o contrato de distanciamento, e aproximam-se da subjetividade, do sentimento do público leitor, priorizando o contrato de cumplicidade em detrimento da neutralidade.

Nesse sentido, de opção clara por um lado da moeda, a mídia também cria um chamado “público não-leitor”, originando contrastes que também ajudam a sustentar um público, um sentimento de exclusividade que faz de quem lê determinado jornal “único”. É bem possível que um jornal que não esconde os posicionamentos que tem em relação a assuntos de relevância social consiga cativar mais leitores assíduos do que um jornal que preze pela objetividade e distanciamento dos fatos. Não tratando quantitativamente, afinal, pode ser quem um assunto como a legalização da maconha tenha mais pessoas neutras, que não se importam muito com os rumos que essa discussão vá tomar, do que pessoas muito interessadas, contrária ou favoravelmente, mas qualitativamente, no sentido de um público fiel, o qual, independente do contexto, continuará a adquirir determinado jornal, pois sabe que nele encontrará ecos das ideias que defende. Ainda que ódio – não é exagero utilizar essa palavra nos dias atuais – pareça subtrair, ele acaba por criar um vínculo ainda maior, um laço mais forte e mais duradouro, entre jornal e leitor, pois funciona como uma espécie de refletor, que ilumina o refúgio no qual provavelmente se encontrará empatia e complacência.

À guisa de exemplificação prática: se alguém rechaça uma empresa de mídia por ela defender a liberação da maconha, mostra para o público simpático à causa um lugar que dá voz às ideias que defende.

Orientados por essa forte associação entre comportamento de compra e propriedades discursivas, podemos fazer produzir discurso

para nossos leitores e não-leitores (nas situações de entrevista, por exemplo) a outras invariantes identificáveis no discurso dos sujeitos que exprimem tal preferência. Trata-se de uma situação comparável àquela – banal – verificada em qualquer setor do mercado dos produtos de grande consumo: escolhas diferentes incidindo sobre as marcas existentes em um dado setor de produtos são associadas muito frequentemente a imaginários muito contrastados. (VERÓN, 2004, p.169)

Do vasto campo de ideias pelo qual Verón caminha, pincemos, portanto – e ratifiquemos -, a ideia de que o leitor não é um mero paciente, que anestesiado e passivo absorve opiniões e sugestões de um jornal sem ao menos contestá-las. Mais que isso, para Verón, Ler é fazer, ou seja, é também agir, é ter autonomia para definir qual jornal abrir na manhã de domingo, é ter a consciência de qual jornal pretende “patrocinar” de acordo com a visão de mundo que defende. Não que tudo o que está escrito em um jornal reflita exatamente o que pensam aqueles que o leem, mas a estrutura – isto é, a linha editorial, o coração de um jornal -, é essa que sustenta um público fiel, um público que faz, quando se assemelha às ideias deste. No que concerne às capas, é possível que os jornais tenham amealhado leitores eventuais naquele nove de julho de 2014, mas é muito provável que o público cúmplice do periódico tenha refeito mais uma vez os votos de fidelidade e felicidade com o jornal carioca.

5.1 A ÂNCORA FOTOGRÁFICA

Se da obra de Verón depreendemos a relação entre publicação e público leitor, da obra do semiólogo francês Roland Barthes inferiremos os pormenores de uma fotografia, como esta em questão, a fim de revelar que cada parte de uma fotografia no jornalismo cumpre um papel determinante na finalidade da mensagem que viaja do emissor para o receptor. Ou seja, nesse caso, daquele que escreve e daquele que lê. É importante salientar que para Barthes a fotografia necessita de ser analisada separadamente e, na sequência disso, enfim, ser juntada e analisada como um todo. Além da própria fotografia, Barthes aponta como elementos partícipes desse conjunto o texto, o título e a legenda, os quais embora pareçam estar em um segundo plano, não são por isso menos informante. À guisa de ilustração: imaginemos que no lugar de muitas fotos estampadas nas capas não

existisse imagem, mas apenas o título em letras garrafais e a legenda abaixo da foto resumindo o que foi o jogo. Ainda assim, o público seria informado corretamente daquilo que ocorreu no Mineirão no dia anterior. Isto é, tanto título quanto legenda continuariam a cumprir sua função de informar, de modo denotativo-conotativo. A saber: em que pese Barthes creia que a palavra seja um estatuto puramente denotante, sobretudo em um momento de comoção nacional como o que acometeu o Brasil após a saída do mundial diante dos alemães, ela conotou, superadjetivada, como em letras garrafais acima da foto, ou metáforas, como em alguns textos, ao definir como “massacre”, “vergonha”, “fiasco”, entre outras coisas, o que acontecera no Mineirão horas antes.

Os elementos textuais, desse modo, separados da fotografia (a fotografia jornalística, é muito importante frisar), poderiam ser interpretados tanto como denotativos, pois cumprem a função, a princípio, de um jornalismo pautado pela objetividade, que não abre brechas para interpretações, analogias ou coisa do gênero, como pela conotação, afinal, à guisa de exemplificar utilizando os objetos em questão, as palavras supracitadas, seguidas de uma legenda, embora esclarecedora acerca da derrota brasileira, também opinativa. As palavras, portanto, não são frias como números, ciência exata. Não deixam dúvidas sobre o que aconteceu em campo, isso é fato, mas também geram ilações sobre o posicionamento do jornal no tocante ao jogo do Brasil contra a Alemanha. Foi um momento catártico, catalisador de grandes e variadas emoções, no qual, com licença poética, as metáforas denotaram.

Antes, as imagens ancoravam as palavras, aplicando doses de conotação para que o leitor não fugisse demasiadamente do propósito que se pensou passar. Isso é muito comum em livros infantis. As imagens nesses livros não servem apenas para que a criança não se canse ao olhar apenas para as letras, mas também para que ela evite “viajar” nas palavras e criar interpretações equivocadas. Olhemos para o caso do livro *Chapeuzinho vermelho*. O narrador conta, em determinado momento da história, que o lobo se passara pela avó da menina porque desejava comê-la. No campo da interpretação e da imaginação fértil de crianças informadas e, por vezes, com traços maliciosos, apenas o texto poderia gerar conotação sexual. No entanto, a imagem, junto ao texto, na página do livro, mostrando o lobo com a boca aberta em direção a chapeuzinho, limita o que seria um imenso campo de interpretações. A partir disso, o suporte dado da imagem às palavras, recortando os inúmeros

significados destas. Mais atualmente, todavia, ocorre o efeito contrário. Pelo fato de, em muitos casos, as imagens serem chocantes, ou conotadas demais – lembrando que estamos falando de fotojornalismo – a palavra se faz necessária para delimitar o caminho a ser percorrido pela mente do leitor. Também recorramos a um exemplo. Uma das fotos mais aclamadas de 2015 é a da então presidente Dilma sendo “atravessada” pela espada de um militar, aproximando-se do que Barthes chama de trucagem, afinal, houve manipulação de ângulo para que a foto levasse o público a entender o que entendeu. Nesse caso, a palavra funcionaria como âncora ao frear qualquer possibilidade interpretativa de a imagem – mesmo no caso de uma foto artística, termo para o qual Barthes, como já visto, faz suas ressalvas – ser real.

A fotografia comum, de um churrasco de família, por exemplo, aproxima-se mais do que Barthes denomina “estatuto puramente denotante”. Não diz, por sua vez, nada além do que está ali. Caso haja um tio abraçado com um sobrinho, será somente um tio abraçado com um sobrinho. No oposto disso, está a arte. Um quadro renascentista possui inúmeros elementos a serem analisados além do que se apresenta à primeira vista. É como se esse estatuto denotante desaparecesse de tão preponderante que é a conotação. Utilizemos para ilustrar ainda melhor o quadro abaporu, de Tarsila do Amaral. Ele pode tratar tanto da grandeza do Brasil, um país-continente, em razão do extenso corpo do personagem pintado, como também pode ser uma crítica à mente fechada do brasileiro, de difícil compreensão do externo, em virtude da cabeça minúscula do personagem, desproporcional ao corpo. Entre outras interpretações capazes de gerar horas a fio de discussões.

O fotojornalismo, por sua vez, está no meio de ambos, é a ponte entre a fotografia corriqueira e um quadro artístico, pois ao mesmo tempo que informa, também abre espaço para inferências, interpretações do público-leitor embasado em uma gama de signos adquiridos ao longo da vida. Percebamos isso de modo mais claro e afunilado: muitas das fotografias informam, são denotativas, sobretudo se no mesmo caminho de Barthes entender-se que texto, título e legenda também fazem parte dela como um todo. Mas ao mesmo tempo são conotativas, pois estão cercadas de signos capazes de criarem interpretações por parte do público. Ademais das mensagens conotativa e denotativa, Barthes também se debruça sobre a mensagem linguística, a qual, como já sugere o nome, passa pela linguagem, estabelecendo um paralelo entre mensagem e leitor. A mensagem linguística comumente é utilizada na publicidade e no jornalismo, em decorrência do alto poder

de fixação. Na publicidade, porque um determinado produto necessita ser vendido. Imaginemos uma propaganda de esponja de aço que te dão chamativa, ao reunir códigos que cativem o público, permaneça no subconsciente de um potencial consumidor por dias. As chances, posto isso, de o consumidor, na prateleira do supermercado voltada à limpeza da casa, apanhar esse mesmo produto em detrimento de um concorrente são muito maiores, pois a mensagem linguística cumpriu sua finalidade.

No caso do jornalismo, entretanto, a fixação ocorre por motivos distintos: o primeiro é informar, a finalidade do jornalismo é pautada na objetividade e, na teoria, na imparcialidade. Um jornal capaz de produzir uma manchete, ou uma capa, como no caso do objeto em análise, chamativa, impactante, provavelmente será o jornal com mais retorno publicitário e mais adquirido nas bancas, ainda que para isso necessite de carregar nas tintas e flertar com o sensacionalismo. É importante lembrar que, ao contrário da publicidade, o jornalismo não necessariamente precisa agradar para vender. Ao passo que a publicidade depende do otimismo, é no pessimismo que o jornalismo opera e consegue se comunicar com o público.

Um ponto que sustenta a importância da mensagem linguística é a concomitância. A saber: à medida que na linguagem escrita e falada os signos aparecem sequencialmente, na imagem, eles aparecem de modo simultâneo. Ou seja, uma gama de signos aos quais os olhos do leitor têm acesso de uma só vez. As relações estabelecidas, portanto, não estão condicionadas ao tempo, tal qual na linguagem escrita ou falada, mas, sim, ao espaço.

Barthes, ao tratar da conotação – mas isso também pode ser estendido à mensagem linguística – elenca e detalha o que chama de “tipos de mensagem”(já apresentados superficialmente no capítulo de referências teóricas), que podem estar inseridos em uma fotografia. Para analisarmos melhor e enquadrarmos essa nomenclatura na realidade do trabalho, é importante descrever quais são esses tipos de mensagem e apontá-los nas fotografias que fazem parte das doze capas em análise neste trabalho. São seis os tipos de mensagem que Barthes observa dentro das interpretações subjetivas, excetuando-se, assim, a denotação. São elas: trucagem, pose, objetos, fotogenia, estetismo e sintaxe. Importantes, mas não tão essenciais como as outras, estão a sintaxe (apenas uma das capas traz essa característica), a fotogenia e o estetismo, pois embora seja costumeiro uma fotografia ser trabalhada – tendo a iluminação melhorada, sombras eliminadas,

contraste equilibrado, entre outros artifícios para que a foto seja publicada com uma qualidade maior –, no caso das fotos das doze capas, a fotogenia não é gritante e interfere pouco no resultado final do conjunto da obra (fotografia e texto) e na ideia que se pretendeu passar. O estetismo segue por um caminho semelhante de pouca interferência no resultado final do conjunto, pois consiste em carregar nas tintas para aproximar a fotografia da arte, pretende-a (a fotografia) uma pintura, mas para Barthes

essa fotografia não é absolutamente um quadro: por um lado, sua estética exposta remete (maliciosamente) à própria ideia de quadro (o que é contrário a toda verdadeira pintura), e, por outro lado, a composição significa, aqui, de maneira clara, uma certa espiritualidade estática, traduzida precisamente em termos de espetáculo objetivo (BARTHES, 1982, p. 18)

Por outro lado, os tipos de mensagem que de fato têm participação fundamental na análise são trucagem, objetos e pose. A trucagem, que consiste na manipulação de uma imagem a fim de utilizá-la para um fim diferente daquele que ela expressa espontaneamente, ocorre na fotografia da *Folha de Londrina*. David Luiz, prostrado na foto escolhida, é declaradamente cristão, o que é de conhecimento da imprensa que cobre futebol, e costuma, nos finais dos jogos, independentemente do resultado, fazer uma oração, na qual primeiro se abaixa e, em seguida, levante-se com os dedos apontados para o céu. Foi no primeiro momento, quando ele estava abaixado, que o fotógrafo bateu a foto. Escolheu-se a foto, portanto, não como uma representante real de um momento espontâneo, mas apenas para que ela, de algum modo, se adequasse ao texto escrito pelo jornal e reforçasse a ideia de fracasso e indignação. Uma medida, filosoficamente falando, utilitarista, pois visou atingir um número maior de pessoas que compartilhavam aquele mesmo “sentimento”. Imaginemos que não houvesse as palavras, o texto. O torcedor de futebol que acompanhasse a carreira de David Luiz e os jogos das competições europeias possivelmente não interpretaria aquela imagem como a de alguém rendido ou envergonhado, mas identificaria o momento de oração do jogador, assim como costumava ver em outros jogos. Desse modo, a trucagem estabelece-se na foto.

Os objetos são um cenário escolhido pelo fotógrafo para registrar aquele exato momento. Na foto da *Folha*, o cenário, em preto e branco, é composto por um gramado e um jogador da seleção brasileira vestido com o uniforme da seleção

brasileira, e os sentidos conotados surgem exatamente daí, pois entre inúmeras fotos tiradas em um evento de grande expressão como é uma Copa do mundo, o editor do jornal optou justamente por esta foto, com estas características, em detrimento de incontáveis outras. A partir disso, depreende-se a mensagem passada: não era apenas um jogador derrotado – ainda que esse fosse o atleta mais importante da equipe naquele jogo –, era, e isso é de fundamental importância ratificar, a derrota de um país inteiro. A associação feita de uma foto na qual o jogador veste a camisa da seleção brasileira é semelhante à associação feita por Barthes em sua análise (biblioteca= intelectual). Desse modo, a biblioteca está para o intelectual assim como a camisa da seleção está para o brasileiro. Mundo afora, muitas pessoas desconhecem a bandeira nacional brasileira, mas conhecem, e andam pelas ruas, com a camiseta do time de futebol do Brasil. Ou seja, uma coisa está intimamente ligada à outra.

Esses objetos constituem excelentes elementos de significação: por um lado, são descontínuos e completos em si mesmos, o que, para um signo, é uma qualidade física; e, por outro lado, remetem a significantes claros, conhecidos; são, pois, elementos de um verdadeiro léxico, estáveis a ponto de se poder facilmente estabelecer sua sintaxe (BARTHES, 1982, p. 17)

Já a pose, como o próprio nome denuncia, é o elemento central da capa em análise, é o lugar para o qual os olhos do leitor se voltam primeiramente. Antes do texto, antes da legenda. David Luiz, um jovem jogador brasileiro, milionário, há anos fazendo sucesso na Europa, zagueiro mais caro da história do futebol mundial, responsável por naquele jogo ser o grande nome da seleção, dias antes comparado pela imprensa ao rei bíblico Davi, prostrado em campo, com o rosto escondido e devidamente uniformizado com as cores da seleção de futebol. Não à toa a foto escolhida para ser publicada na capa da *Folha de Londrina* – acompanhada da palavra “Humilhante”, remetia a até então maior derrota do futebol brasileiro, a copa de 1950, também em casa, no episódio que ficou conhecido como Maracanazo – no dia posterior foi essa. Ao analisarmos o contexto, imaginamos um jogador triste, porque havia acabado de sofrer o maior revés como profissional, acabava de ser o principal jogador da maior derrota do futebol brasileiro, e em uma Copa do mundo em casa. A ideia disseminada, não obstante, é a de um jogador envergonhado, humilhado, rendido em campo, obviamente reforçada pela palavra escolhida para

ilustrar a partida contra os alemães. A mensagem revelada pela pose, como crê Barthes, é ambivalente. “A pose não é um procedimento especificamente fotográfico, mas é difícil não mencioná-la, já que seu efeito resulta do princípio analógico que é a base da fotografia” (BARTHES, 1982, p. 17).

Desse modo, a mensagem não é a pose em si, mas David Luiz prostrado, rendido, o que, em um primeiro momento pode ser cristalino, mas que com um olhar mais aguçado passa por uma gama de signos. Ou seja, “O leitor recebe como uma simples denotação o que é, na verdade, uma estrutura dupla, denotada-conotada” (BARTHES, 1982, p. 17).

Além da capa da *Folha*, A Capa da *Gazeta do Povo* também trabalha com a pose, além da fotogenia, pois é retratada a imagem de uma torcedora da Seleção Brasileira com um olhar distante e olhos marejados. A metade do rosto exposta na capa está pintada com as cores da bandeira nacional, mas a pintura está borrada, sugerindo, assim, que as lágrimas teriam sido as responsáveis por borrar. O texto que acompanha a foto na capa é hiperbólico: “A derrota das derrotas”, operando como uma espécie de manchete, e “A Copa das Copas se tornou a maior humilhação da seleção brasileira na história dos Mundiais”, “Goleadas por 7 a 1 é o pior vexame já sofrido por uma equipe em semifinais” e “Alemanha supera o Brasil em número de finais disputadas”.

5.2 OS PARABÉNS AO REVERSO

A pose também pode ser observada na capa do jornal Zero Hora, que traz o jogador Fernandinho, apontado como um dos principais responsáveis pela derrota da Seleção naquele Mundial. O jogador aparece cabisbaixo apoiado nas redes de um dos gols do estádio. “Fiasco” é a qualificadora que aparece em letras garrafais na Capa, logo abaixo há uma sequência de fotos de torcedores com expressões incrédulas e tristes no estádio onde a partida fora realizada. O texto da Capa “Brasil de Felipão leva inacreditáveis 7 a 1 da Alemanha, envergonha torcedores para sempre, produz um elenco de jogadores marcados pelo fracasso e, humilhado, sepulta o sonho de conquistar o Hexa em casa” é duro, incisivo e também hiperbólico.

A capa do jornal *O DIA*, por sua vez, é uma das mais emblemáticas, pois apresenta o treinador em uma pose, a qual, por meio da trucagem, é manipulada, já que o treinador, cujos dedos em riste formam o número 7 (sete), assim como muitos outros profissionais técnicos de futebol, comunicava-se com os atletas taticamente. Nos textos da capa, o treinador é mandado para o inferno, em uma resposta a ele mesmo depois de uma entrevista coletiva dias antes, na qual disse que aqueles que não gostassem da declaração deveriam ir para o inferno. Na legenda que está na capa, Scolari é definido com responsável pela derrota acachapante. “Ele ganha cerca de R\$ 1 milhão por mês, é o maior garoto-propaganda do país, não treinou, escalou mal e substituiu errado. Foi responsável pela pior humilhação da Seleção em mais de um século de história. Semana passada, questionado sobre suas atitudes, ele disse: “Vou fazer do meu jeito. Gostou, gostou. Quem não gostou vá pro inferno.”

A capa do jornal *Extra* lança mão da ironia para se referir ao que ocorreu no Mineirão naquela tarde de 8 de julho de 2014. Com uma foto histórica de fundo, o periódico carioca deu parabéns, em letras garrafais aos vice-campeões de 1950, ano da primeira Copa do Mundo realizada em solo brasileiro. Muitos jogadores daquele elenco, como o goleiro Barbosa, ficaram marcados pela pior derrota até então da Seleção Brasileira, após perder a final da Copa para o Uruguai no Maracanã com mais de 200.000 (duzentos mil torcedores) no estádio. “PARABÉNS” “(...)aos vice-campeões de 1950, que sempre foram acusados de dar o maior vexame do futebol brasileiro. Ontem, conhecemos o que é vexame de verdade.

A capa do jornal *Meia Hora* fez uma alusão aos turbulentos protestos que precederam a Copa do Mundo, cujo lema era “Não vai ter Copa”. O jornal em questão não utilizou nenhuma foto em sua capa, apenas um fundo preto e o seguinte texto verbal (em letras garrafais): “NÃO VAI TER CAPA”, como manchete, e “Hoje não dá para fazer graça, a gente ficou com vergonha. Amanhã nós voltamos* Enquanto você lia isso... mais um gol da Alemanha”, como legenda, aludindo à sequência célere de gols dos alemães no primeiro tempo da partida no Mineirão.

Na mesma linha, o jornal *A TARDE* também não lançou mão de uma fotografia em sua capa, mas de um fundo escuro, com a logo da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e símbolos que sugerem nascimento e morte. “AQUI JAZ O SONHO DO HEXA EM 2014” e “MORTO DE VERGONHA” são destaques de texto verbal nessa capa em questão.

O jornal *metró* também opta por tons fúnebres, mas escolhe uma foto de quando já anoitecia em Belo Horizonte com o placar eletrônico ao fundo apontando o resultado da partida. Diferentemente dos outros jornais, a fonte utilizada pelo jornal em questão é pequena. Para enxergar o texto “Para não esquecer: placar de Brasil x Alemanha no Mineirão, às 19h17 de ontem”, há que se fazer esforço.

O *Diário de Santa Mariatraz* o placar da partida com muito destaque e uma foto do jogador Marcelo em uma pose que sugere desespero e vergonha, ambos ancorados pelas seguintes palavras: “O maior fiasco da história” e “Os brasileiros não acreditaram no que viram ontem. A seleção que buscava o hexa foi humilhada pela Alemanha. O sonho de apagar o fantasma de 1950 e vencer uma Copa em casa virou um grande pesadelo”.

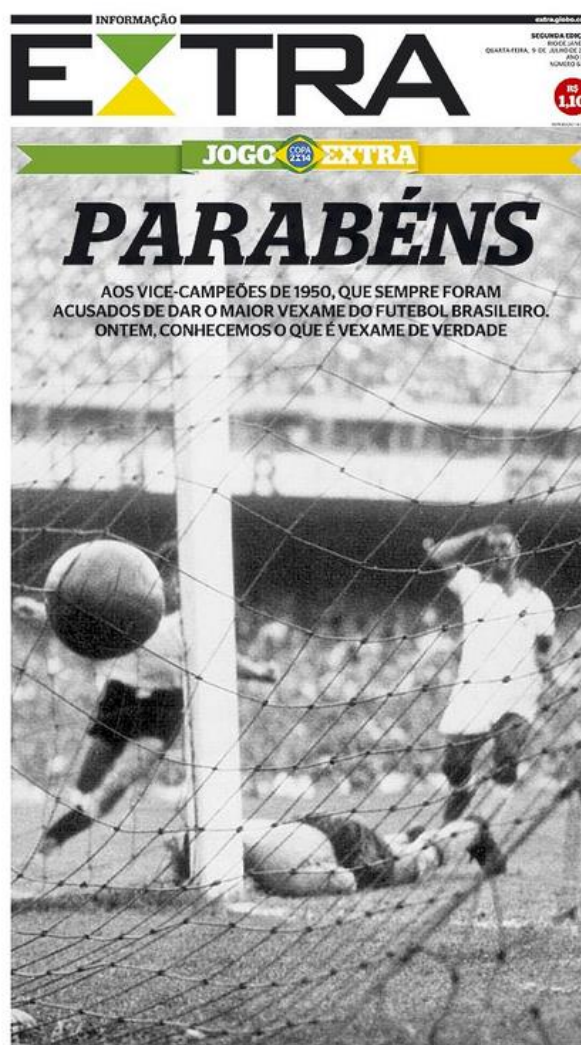
“Indignação, Revolta, Dor, Frustração, Irritação, Vergonha, Pena, Desilusão...”, essas foram as expressões qualificadoras utilizadas pelo *LANCE*, em uma capa que remete a uma lousa ou folha sulfite, que, na sequência, convida o próprio leitor a escrever a própria capa de acordo com o que está sentindo. O excesso de adjetivos entra em diálogo com o que o público-alvo sentia depois da queda da Seleção da maneira como aconteceu.

Das capas elencadas, a do *Diário do Nordeste* é a única que mescla o corrido no dia 8 de julho de 2014 com outros assuntos ligados à economia e à política, embora com menor relevância. Esse jornal em questão dá destaque às imagens do técnico Felipão com as mãos ao rosto do mesmo modo de uma torcedora do Brasil em Fortaleza, sugerindo o desespero do momento, e à palavra

“Humilhação”, apresentado, na sequência, o placar da partida, seguido do texto: “Foi duro. O placar diz mais do qualquer texto. Em 29 minutos, a Alemanha sacramentou o fim do sonho do hexa em casa, com 5 gols. Parecia muito ruim, mas ao fim do jogo piorou. Em letras garrafais, estava escrita a maior humilhação do Brasil em mais de 100 anos de futebol. Se gostaríamos de apagar a imagem deixada pela derrota em casa há 64 anos, conseguimos. Depois de 2014, vai ser difícil lembrar de 1950 como desastre”.

Por fim, o jornal Correio Braziliense definiu a derrota do Brasil para a Alemanha como “Um vexame para a eternidade”, também recorrendo à hipérbole. O jornal em questão também apresenta no entorno da página inúmeras imagens que passam pelos torcedores e pelos jogadores do Brasil e da Alemanha. Além disso, algo insólito é apresentado nessa capa: uma crônica inteira, escanteando, de vez, as tradições de um jornal da mídia comercial.

Figura 1– Capa Extra



Fonte: Extra (9/7/2014).

A capa registra duas expressões contrastantes, formando uma espécie de oxímoro, em que duas condições não podem estar presentes no mesmo fenômeno. Seria como dizer algo como escuridão luminosa. O verbete no Dicionário Aurélio exemplifica com a expressão “silêncio eloquente” e acrescenta composições usadas por autores da literatura, como “covarde valentia” (Almeida Garrett); “inocente culpa” (Cecília Meireles). Saudar um vexame com parabéns é uma forma de enfatizar contradição – neste caso, algo situado na ideia de que uma seleção de alto desempenho consiga a “proeza” de “levar” de 7X1.

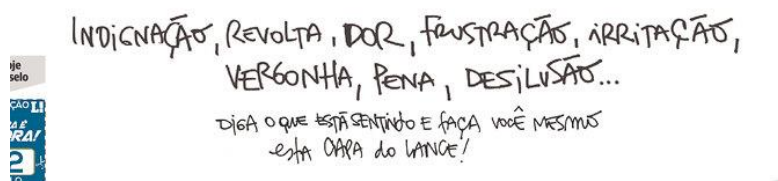
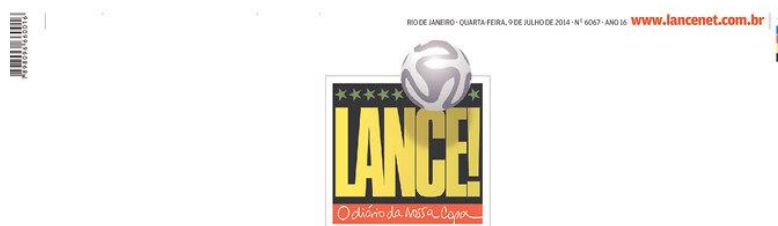
O termo vexame está na chamada que acompanha a expressão parabéns escrita em caixa-alta, negrito e itálico, três realces aplicados ao mesmo tempo. A comparação é com o desfecho de 1950 no Maracanã, em que só havia o “1” a favor do adversário e não o “7” como desta vez. A foto ocupa toda a extensão da capa, e

retrata a cena daquela copa. A expressão “bola na rede” sempre foi tradicional no futebol e está situada em punctum, no primeiro plano da imagem. A associação produzida é a de um vexame preexistente, a ser desfeito na segunda vez em que a copa foi disputada no território nacional.

Deixa então de ser considerado e de ter valor tudo o que foi conquistado desde 1950. Ou seja, o mito naturaliza que deixa de ter relevância o fato de que o país se tornou pentacampeão, feito jamais alcança do por todas as outras seleções, e esteve presente em 100% dos eventos desde a primeira edição em 1930. Esse conjunto de êxitos também incorpora a presença da seleção do país em várias oportunidades como vice-campeã ou como terceira ou quarta colocada, o que também não é má figura tendo em vista o número de concorrentes, o mundo inteiro adepto do esporte desde as etapas de classificação. A história é perdida.

Esclarecendo melhor a pergunta, trata-se de saber o que há de mais profundo no sentido do termo, além do acontecimento de uma goleada que seria um fato mais simples se não estivesse atrelado a uma plateia mundial supostamente respeitadora de um time sempre temível, com tendências a “invencível”, e isso eventualmente reconhecido. Marca-se então uma situação do tipo “não saber onde pôr a cara...” por ter cometido o fiasco inexplicável (será mesmo?) diante de um público que esperava o contrário. A velha tendência de ganhar em casa como ponto de honra estava também presente.

Figura 2– Capa O Lance



Fonte: O Lance (9/7/2014).

O espaço vazio é expressivo nessa capa como que a demonstrar que “ficamos sem palavras”. Mas elas aparecem abaixo, sem formalidades de diagramação, como que manuscritas, no formato de uma espécie de bilhete, escrito sobre os joelhos. É o idealizador da capa saindo da função jornalística e assumindo sua condição de torcedor que incorporou o “com o brasileiro não há quem possa”. Houve alguém que pôde, daí a indignação e a revolta, num primeiro plano, com dois ímpetos que instigam agressividade, em seguida atenuados pelos sentimentos de dor, frustração, vergonha, que remetem a condutas de prostração e necessidade de resignar-se. A lista finaliza com os termos pena e desilusão, no que podem significar de sina, destino, fado: jamais vamos ganhar em casa.

A imagem da capa limita-se a conter, na parte superior, a marca da publicação e, na parte inferior, a lista de palavras expressando sentimentos. Mais

abaixo, nessa mesma posição, uma afirmação funcionando como uma espécie de bordão: “Diga o que está sentindo e faça você mesmo esta capa do Lance!” Aqui o contrato de leitura se evidencia. O contrato de leitura comparece com a transferência de atribuição: não é a publicação que fará a capa dessa vez, e sim o leitor. Os parâmetros são dados por meio do conselho de escrever, semelhantemente, uma lista de sentimentos que provavelmente coincidirá com a lista já fornecida, e de preencher a parte vazia da capa. O mito presente naturalizou a transferência de atribuição.

A expressão “lance” é um termo do futebol, intensamente usado pelo fato de marcar os numerosos movimentos de uma partida. Possui também composições como “observar o lance”; “em cima do lance”; “lance que não valeu”, dentre outras. Há também um emprego em situações sociais e de vivência cotidiana como “enfrentar um triste lance” querendo dizer as coisas pelas quais as pessoas passam em seus ambientes particulares. Perder a copa em casa é um “triste lance”, então “faça você a capa[do triste] lance” que nos encheu de... A lista está à sua espera, é só escolher...

O que anteriormente neste trabalho chamamos de objetiva subjetividade, palavras de significados opostos é no sentido de apontar a ambiguidade que antecede no universo do mito, a condição que ele irá naturalizar: a extinção da objetividade e a prevalência da subjetividade. Ocorre a falsa impressão de que o trabalho jornalístico, pelo que tem de artístico na formulação da capa, comporta objetividade máxima e subjetividade mínima e controlada, formalismo, precisão, isenção. Não é perceptível a perda de objetividade porque o mito barthesiano está agindo, no roubo de linguagem que promove.

A linguagem da capa está feita, mas ao leitor é delegada a oportunidade de usar essa linguagem, ou seja, parece devolvê-la para chegar a um resultado predeterminado, predisponente a deixar de lado a história – no caso, as questionáveis condições sob as quais o evento foi realizado no país. Podemos então afirmar que nessa capa a objetividade saiu pela linha de fundo. Numa partida, escanteios requerem uma “cobrança” a partir do apito do juiz. Surgem as perguntas: “Quem vai apitar e quem vai cobrar?”

Figura 3– Capa O Dia



Fonte: O Dia (9/7/2014).

Esta capa tem como mote o “mandar para...”, muito típico de momentos de insulto e situações extremamente encolerizadas. O técnico mandou primeiro, então a devolutiva é “vá você”. Ele ergue as mãos representando o placar do adversário vitorioso. A contagem não cabia em uma só mão; foi necessário levantar as duas. A expressão facial do técnico projeta uma multiplicidade de interpretações. Parece estar exultante enquanto a plateia está revoltada. A pessoa não é distinguida, neste caso, do cargo que possui e se torna inteiramente associada ao malogro que acaba de ocorrer.

Tornar-se técnico da seleção nacional é uma condição de êxito de toda uma carreira. Em studium, Cabe enfatizar que o técnico Felipão teve uma carreira com suficiente brilhantismo para alçá-lo a essa posição, tendo atuado em importantes times e desfrutado de notoriedade e sido bem-sucedido em todas as etapas de seu percurso. Foi técnico, não somente da seleção brasileira, como também da seleção de Portugal, ocasião em que a levou a excelentes resultados. No canto inferior esquerdo da foto, há um texto mencionando a alta remuneração e enumerando as falhas cometidas. Em punctum, a posição das mãos e esses dizeres particularizam, na composição, o fato de Felipão, como técnico nesse evento e nessa partida estar sendo considerado o exclusivo responsável pelo placar.

A frase interjetiva teria sido pronunciada em outro momento e em outro contexto menos conturbado, mas agora faz parte da capa montada por um avaliador que a isolou da fonte original. O mito se apodera e transforma algo talvez apenas ácido em outro de extrema rispidez. A energia emanada do emissor que praguejou na parte superior da capa combina com a fúria do receptor, e instala entre ambos uma solidariedade no contrato de leitura, que os iguala e os irmana no mesmo grau de cólera. O mito pode ser aqui apontado em duas de suas características: ele valora, ao mesmo tempo que deforma. Fala alta cifra salarial, detona com as competências pregressas, afirmando algo no formato “não isso; não aquilo”(não treinou, não escalou direito), tudo com o mesmo potencial para o inverso, caso tivesse ocorrido uma esplêndida vitória. O aplauso seria efusivo tanto em palavras quanto em expressões de louvor.

O mito funciona em dupla camada, e essa capa é exemplar no sentido de mostrar esse processo. O signo que se forma juntando expressão e conteúdo respaldado pela história mostra um técnico de respeitável trajetória à frente de uma seleção composta por jogadores com igual procedência. Tanto técnico como jogadores, no entanto, pela notoriedade de que desfrutam e por todo o universo fantasioso que os cerca, já se acham no interior de uma construção mítica, pela expectativa que mobilizam. O episódio da derrota fornece elementos para articular uma segunda condição mítica: a imprensa os retira da linguagem dos heróis da pátria e os instala na execração ilimitada.

O sistema semiológico segundo cria um significante e um significado que agora toma o lugar do significante e do significado precedentes. No envolvimento emissor-receptor, essa condição pode se repetir ad infinitum. O receptor não

enxerga o escanteio da objetividade e isso é conseguido sem que o mito tenha que ocultar qualquer coisa.

5.3 UM VEXAME PARA A ETERNIDADE

O vir a ser miticamente construído ao longo de seis décadas, de que haveria um dia em que, jogando em casa, a seleção nacional seria campeã, converteu-se, de sonho em pesadelo. Pode-se considerar, portanto, essa chamada de uma das capas, uma conscientização positiva, caso o mito não se mantivesse à espreita. Como afirmamos, trata-se de mitos que se sobrepõem na condição de sistema semiológico segundo: significado-significante-signo em um nível, suplantado por outra composição do mesmo tipo, sucessivamente. A aceitação definitiva de que os fatos do passado não mais importam, que a maioria dos jogadores escalados não atua no país e só têm possibilidade de conviver como grupo pouco tempo antes do início da copa, além de individualismos e exibicionismos pessoais, não comparecem à mente porque são impedidas pelo mito.

Figura 4– Capa Metro



Fonte: Metro(9/7/2014).

Um retângulo em punctum está posicionado ao centro da parte inferior da imagem. É o placar que permaneceu ligado tendo por fundo as cores nacionais, e como não queremos olhar para ele, também a insinuação de similaridade com a bandeira nada vale.

Restou o vexame eternizado. Agora somos estigmatizados por uma condição da qual jamais nos livraremos: o resto do mundo a nos dizer que não somos mais nada do que se deva temer em termos de futebol. A dor e a revolta se transformam miticamente em algo melancólico. Foi o que o mito devolveu no lugar da história que foi removida. A capa da figura 5 também ilustra a metáfora de um apagão. O breu é completo nos corações e nas mentes.

Figura 5– Capa Meia Hora



Fonte: Meia Hora (9/7/2014).

Ainda na terminologia fotográfica, o studium é decifrado no interior da sensação da queda de luz. Nenhuma palavra, nenhuma reação, ausência de qualquer sinal, parece-nos indicar que fomos reduzidos a invisíveis. O signo emanado, no entanto, ressalta a cumplicidade do contrato de leitura entre emissor e receptor, convidando-se mutuamente a instalar-se sob o vazio imaginado no escuro, mas realçado pelo letreiro bem destacado com o nome da publicação vazado em branco no topo da imagem escura.

Aqui o mito comparece nas insinuações das mensagens. Esse órgão da imprensa utiliza a expressão “a gente” para falar dela própria, como que a dar a entender que hoje não falavam como noticiadores, cronistas, comentaristas, mas como um brasileiro tão envergonhado quanto qualquer outro brasileiro, recusando-se a admitir a realidade. Por outro lado, “a gente” também é uma forma de expressar o nós primeira pessoa do plural. Não se distinguem emissor e receptor.

Figura 6– Capa Gazeta do Povo



Fonte: Gazeta do Povo (9/7/2014).

Esta capa mostra a imagem de uma torcedora em punctum ilustrando uma expressão facial de consternação. Em studium, pode-se pensar em algo diferenciado em relação às outras capas pelo fato de conter três chamadas contendo enredos dignos de nota: Felipão assumindo a responsabilidade; uma investigação sobre irregularidade na venda de ingressos; uma notícia sobre a sequência dos jogos. A foto ocupa praticamente toda a extensão da capa e a pintura facial estampa o formato da bandeira brasileira. A expressão da torcedora parece ser de profundo sofrimento.

Há um alinhamento de expressões “derrota das derrotas” na “copa das copas”, indicando situações supremas. O ideal da vitória superior é suplantado pela humilhante derrota. O que faria ascender um grau acima acaba por projetar a queda no mais profundo abismo. A noção de exagero é marcada pelas expressões equivalentes ao superlativo de alinhar as expressões ao estilo da clássica “campeão dos campeões”. Ser campeão já é alto desempenho, ser mais campeão que os campeões parecia não ser reconhecido como pretensão, mas uma convicção de real poder. As expressões são acentuadas no lado inverso com composições do tipo “maior humilhação da seleção na história das copas”, “goleada”, “pior vexame já sofrido”, “Alemanha supera o Brasil em número de finais”.

Prevalece, no contrato de leitura, a modalidade cumplicidade. O mito se instala como sistema semiológico segundo, criando um signo em que o jornal fala do fracasso da seleção do país como se fosse também o fracasso do país e por extensão a falha de cada um como cidadão: ser brasileiro não é mais mérito, porque agora somos todos incapazes, e irão rir de nós. Há um traço de exclusividade que também foi perdido e está sendo mencionado de modo discreto, mas faz pesar. O adversário que nos derrotou, não só nos humilhou, mas também nos ultrapassou em um quesito, embora não tenha ultrapassado no quesito principal, o número de títulos.

Uma curiosidade que pode ser lembrada é que naquele jogo, parece ter havido um arrefecimento no ímpeto do adversário depois de já ter colocado o placar em sete gols. Houve quem dissesse que só não fizeram mais, porque não forçaram, senão isso teria acontecido. Na copa seguinte, a mesma Alemanha perdeu da Coreia e foi eliminada, e o termo “vexame” foi a ela também atribuído. Imagens da equipe alemã naquela ocasião mostravam os jogadores com expressão facial parecida com a da torcedora da foto da capa aqui em análise. Esse fato dá o que pensar em termos de signo na acepção da linguagem do mito apropriado pela imprensa. Fica uma suspeita de que o close na face desolada e inconformada é uma estratégia na transferência de linguagem.

Figura 7– Capa Diário do Nordeste



Fonte: Diário do Nordeste (9/7/2014).

A humilhação aqui é ilustrada pela mão na face. Trata-se de uma postura de contenção para absorver o forte impacto escondendo o rosto. As duas fotografias desta capa têm o mesmo punctum produzindo um sentido de reiteração. Na parte superior esquerda, em grande destaque, há uma avaliação com “foi duro”, “muito ruim”, “piorou”, “maior humilhação em mais de 100 anos de futebol”. O signo estabelecido pelo mito dá uma ideia de não haver nada igual para comparar. Cabe questionar, pela afirmação, o fato de que se essa foi a maior, quais teriam sido as outras “humilhações” anteriores na escala de intensidade.

O técnico que na outra capa foi mandado para o inferno, e acenava o placar com a mão, parece nessa fotografia merecer solidariedade pelas consequências que iria sofrer.

Figura 8– Capa Correio Braziliense



Fonte: Correio Braziliense (9/7/2014).

Enquanto outras publicações optaram por capas com predominância de espaços vazios, a do Correio Braziliense carregou na combinação entre texto e imagem e deu ênfase no sentimento de vexame. Em termos de significação, a escolha comporta as decorrências dessa condição no que implica em termos de execração pública. Mobiliza dimensões profundas que vão desde o orgulho nacional ferido, até o admitir a impotência para reverter o vexame, aliviada pelo ato de entregar-se ao pranto.

5.4 O MAIOR FIASCO DA HISTÓRIA

Fiasco é uma expressão ligada ao sentido de performance. É um substantivo que por si só comporta uma carga qualificativa típica dos adjetivos. Poderia ser considerada um substantivo que adjetiva, pois ao mesmo tempo que nomeia algo, atribui valoração. No caso desse termo, a atribuição é negativa e tem a natureza do prejuízo, algo a sempre evitar, desfecho completamente inaceitável, sujeição à perda de prestígio, de um louvor conquistado ao longo de uma notável evolução. Mau desempenho é inevitável, qualquer profissional comete erros; costuma-se dizer que só não comete erros quem não faz nada, quem não se empenha, quem não sai de casa. O passo seguinte é reconhecer o erro, encontrar as causas, eliminá-las e corrigir o equívoco. Mas no caso do fiasco, não parece tão elementar assim o percurso.

Figura 9– Capa Folha de Londrina



Fonte: Folha de Londrina (9/7/2014).

O argumento desta capa é o sentimento de humilhação. Realmente, para um esporte em que um time sofrer mais do que três gols começa a ser alarmante, a palavra escrita em letras garrafais é pertinente.

Figura 10– Capa Diário de Santa Maria



Fonte: Diário de Santa Maria (9/7/2014).

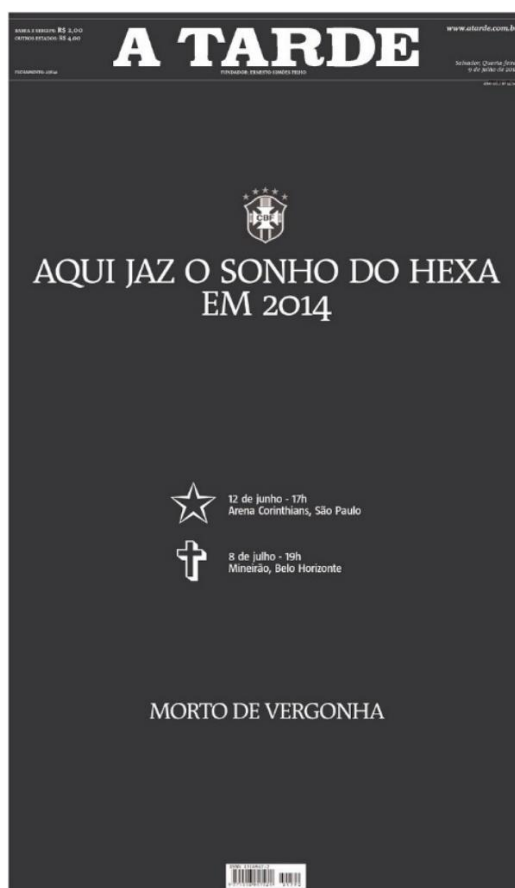
Do ponto de vista de apropriação de linguagens, o evento esportivo parece ter sido alçado a uma potência superior ao que de fato seria justo, inclusive adquirindo a capacidade de sustentar uma ideia de comparação envolvendo a noção de história. A seleção foi construída em torno de um mito, o de invencível. Os jornalistas acabam praticando um mito sobre outro. O contrato de leitura é composto de um mito conversando com outro mito. O emissor avalia a dimensão do ocorrido e, na composição textual, aponta três considerações definidoras do mito presente: a seleção buscava o hexa e não conseguiu, mas isso estaria sujeito a acontecer, mas bem que poderia ser por uma contagem mais baixa. Mesmo que se repetisse o 1x0 de 1950, haveria frustração, mas não algo tão estrondoso.

A segunda observação é a humilhação. A natureza dessa condição merece pensar em que grau essa sensibilidade pode afetar o receptor que no dia anterior era um torcedor assistindo a uma transmissão de jogo. Agora, ele tem acesso a uma publicação que traz em sua capa uma imagem decorrente do

desfecho havido no dia anterior. Não foi apenas presenciar uma derrota, mas agora há a necessidade de se refazer de um choque e um sentimento de humilhação. As situações se misturam e se confundem, porque no terceiro ponto faz menção ao episódio de 1950. O mito em torno desse “histórico” dia (as aspas são colocadas como realce de duvidoso) foi sendo construído ao longo de décadas em múltiplos desdobramentos de contrato de cumplicidade do receptor leitor.

O jogador deitado em posição fetal em choro (convulsivo?) teatraliza a postura de não haver alcançado esse conjunto de condições almeçadas e cristalizadas no signo produzido pela apropriação do mito. Uma indagação se apresenta, a de questionar o quanto esse grau de frustração afeta esse protagonista, cansado naquele momento tanto quanto os vencedores, por ter corrido ao longo da partida e “lutado” para a conquista das três condições mencionadas. O mito se estrutura em torno de um sistema de valores que pressupõe uma história, uma geografia e uma moral. A forma representada pelo verde do gramado emoldurado no retângulo da capa, a camisa amarela do atleta, compondo as duas cores da bandeira nacional, é uma significação que preenche o vazio deixado pela riqueza do sistema de valores que foi afastado.

Figura 11– Capa A Tarde



Fonte: A Tarde (9/7/2014).

Vergonha mata! Daí um obituário com data de nascimento e falecimento. Um “aqui jaz” uma seleção que foi brilhante e tinha tudo para dar certo! Mas, chegar perto de um “hexa”, outro termo grego, já não significa ter dado certo na vida? Existe uma expressão de blague para se referir a quando alguém não entende alguma coisa. Costuma-se dizer: “Isso para mim é grego!”, no lugar de “eu não sei o que é isso...” Os títulos almejados são designados por prefixos gregos, mas futebol não é grego para brasileiros. Cada um, principalmente em época de copa do mundo, aciona o seu lado de técnico de futebol.

A noção de que o mito realça a afirmação de que interessa não o que se vê, mas o que se crê. Essa diferença é marcada na morte do sonho. É como se não haver conquistado o sonho fosse motivo para uma vergonha que mata. Outra definição do mito é naturalizada nesta capa que contém a concepção de um anúncio de morte: o mito dirige-se a alguém, fala para alguém, obriga a uma ambiguidade expansiva. Embora o hexa “não me faça falta”, deixar de obtê-lo, é imperdoável. Quem organizou a capa compartilha a denotação de um obituário com a conotação

de intensidade insuportável de um sentimento ligado ao desempenho de uma seleção de futebol.

Figura 12– Capa Zero Hora



Fonte: Zero Hora (9/7/2014).

Aqui é reiterado o termo fiasco. Cabe lembrar que o termo também comporta a noção de “imperdoável”, um lapso inadmissível para quem não é amador e é altamente remunerado. Perder, no esporte, é normal. Os campeonatos somente se decidem entre ganhadores e perdedores alternando-se nesses papéis. Mas uma derrota por sete gols? É de chorar! É de deixar tonto, tendo que segurar a cabeça. É um “não acredito no que eu estou vendo... me belisca!”

Esta tradicional publicação escreve em linguagem formal, um elenco de razões: “leva inacreditáveis 7x1”; “envergonha torcedores para sempre”; “produz um elenco de jogadores marcados pelo fracasso”; “humilhado” (o Brasil?); “sepulta o sonho de conquistar o hexa em casa”. São reiteradas as noções de humilhação, vergonha, morte, eternidade. Há uma lógica sendo omitida e descontextualizada pelo mito ao naturalizar esse tipo de sentimento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A infalível e poderosa esquadra brasileira jamais levaria uma goleada. Impensável! Ainda mais em casa! Os jogadores brasileiros não cometem equívocos a tal ponto que levem a algo desse tipo. O que aconteceu na copa de 1950 foi um acidente, não uma falha. Nem deveria ser considerado. Um dia, iríamos “limpar” isso. Naquela época, o país ainda não tinha nenhum título, agora tem cinco, “penta” pelo prefixo de origem grega. Os jogadores brasileiros subiram cinco vezes ao podium na posição de número um. Mas isso não basta, aquela final de 1950 ficou “entalada” na garganta. Agora a condição se repetiu: o evento voltou ao país, o mesmo palco da velha capital, o Maracanã, no qual – mais de seis décadas depois – a Seleção não voltaria a disputar uma final, estava aguardando.

Atualmente, os estádios são chamados de arena. É uma palavra que lembra algum tipo de sacrifício, quanto mais se regride no tempo, como era o caso das arenas da antiga Roma com seus gladiadores. Há ainda as arenas utilizadas para as touradas na Espanha, tradição cultural importante na Península Ibérica, que preserva o mesmo formato, para o folclórico duelo entre o toureiro e o touro. A arena esportiva, no entanto, comporta a peculiaridade de ser o palco entre dois países, que são representados por atletas a produzir movimentos que resultarão em uma hierarquização: haverá classificados e desclassificados para etapas seguintes que, ao terminarem, indicarão o vitorioso – aquele que “ganhou de todo o mundo”. O personagem central é o jogador dividido entre a notoriedade exclusiva para si próprio e o sentimento de pertença a um coletivo, a seleção. Há outro personagem oscilando entre visível e invisível, o técnico, função semelhante à dos diretores de cinema, dos CEOs de empresas, dos especialistas em *coaching*.

A problematização que deu partida ao estudo aqui realizado propunha generalizar a respeito dos traços e pormenores encontrados no material analisado, a respeito da relação entre emissor e receptor no episódio da “acachapante”, “irretorquível”, “esmagadora” derrota. As aspas ao mesmo tempo insinuam que um só adjetivo não dá conta do tamanho da reação e fazem questionar o fato de que são provenientes “da boca” tanto do receptor como do emissor. A reflexão ficava portanto situada entre o emissor jornalista e o receptor leitor confrontado com a “capa do dia seguinte”, esta última uma expressão mundialmente utilizada, o *day after* em inglês. Tinha mesmo que ser o outro dia, porque o momento, no dia

anterior, era de estado de choque.

A questão apresentada se desdobrava em outras duas: a primeira, de saber o montante das participações, tanto de emissor quanto receptor, na mensagem final que se estabeleceu na significação da capa. A segunda era perguntar – para também poder generalizar – se as escolhas de palavras e textos são aleatórias ou propositais dentro de uma redação de jornal. A inferência tornada possível, com o aporte conceitual de Verón, do contrado de leitura, e de Barthes com a ancoragem fotográfica e o mito, foi de que a imprensa efetivamente contribuiu para dissolver o (seu próprio) mito da objetividade, na cobertura que realizou do “imperdoável” malogro, ao integrar a sua voz com a voz do leitor no momento de pronunciar adjetivos. Esses qualificativos foram assumidos da dimensão primeira pessoa do plural, o nós, no lugar do “eu” e do “você” bem distinguidos.

As análises buscaram tornar visível o conteúdo mítico de cada capa, a fim de gerar percepções e olhares de leitura de como se dava o transporte de uma linguagem para outra. Configurava-se o mito no sentido barthesiano, na transferência de sentido: 11 homens disputando a posse de bola com outros 11, ao longo de 90 minutos ou mais, que resultariam numa contagem de 7x1, não restrita a indicar a ineficiência só dos envolvidos. Não se tratava unicamente de humilhação a um coletivo de jogadores bem remunerados e altamente prestigiados, mas da quebra de um orgulho nacional envolvendo mesmo as pessoas que nunca atuaram como esportistas. O mito, neste caso, retirou a linguagem da partida e transferiu-a para a linguagem de nação, e devolveu um ato, este sim, nada vazio, o do xingamento, dos insultos, das palavras afrontosas.

Pesquisas sobre campo semântico encontrariam farta proporção de ocorrências no conteúdo das amostras aqui analisadas. Os termos levantados poderiam servir a tratamentos de vocabulário em diversas concepções, bem como na montagem de glossários, listagens, classificações. À parte do aspecto jocoso dessa observação, uma lista de expressões pode ser aqui descrita, como típica de um fenômeno de dia seguinte, observável em semelhantes circunstâncias: indignação, revolta, dor, frustração, irritação, vergonha, pena, desilusão, “vá para o inferno”, “não vai ter”, “hoje não dá pra fazer graça”, “derrota das derrotas”, humilhação, vexame, massacre, fiasco, luto.

As ocorrências míticas deram-se por camadas. A base estava, como costuma ser habitual, na transferência da linguagem da partida numa disputa de

Copa do Mundo, para a linguagem do orgulho nacional. Havia uma concepção de pátria e seus dois principais símbolos, a bandeira e o hino, acompanhados de uma profusão de enfeites, chapéus, bonés, estolas, faixas, marcas coloridas na face e na testa, dentre outros. Havia, no entanto, um passado a ser apagado com uma grande vitória, não com uma avassaladora derrota. Concretizada a transferência (roubo de linguagem no dizer barthesiano), passava a ser o Brasil mostrando que aquele episódio no passado, não importa se produzido por outras pessoas e presenciado por outro público. Agora são os descendentes que vão “lavar a honra”... A história também se amoldou no cenário e foi apagada em seu sentido real, ao ser transferida pela via do mito. O Brasil tinha então algo que teria que ser mostrado.

Vem agora a outra demão do mito, a entrada da imprensa. Seja uma copa do mundo, uma olimpíada, ou qualquer outra modalidade de campeonato de abrangência mundial, todos estarão diante de uma tela ou ouvindo transmissões radiofônicas. Seria, evidentemente, pedir demais que só vigorasse a objetividade em quem planeja e executa essas emissões. Ninguém cometeria a ingenuidade de acreditar de modo inverso. Há patrocinadores, um bilionário afluxo financeiro, empresas de comunicação disputando exclusividade, toda uma indústria de objetos vinculados ao evento, além da circulação de um vasto arsenal de materiais impressos, e por via digital, e outras modalidades. Por tudo isso, já se poderia adotar a convicção de que a objetividade jornalística tende a ocorrer em reduzida proporção quando se trata do fenômeno instalado por esse tipo de evento.

No caso da Copa do Mundo disputada pela segunda vez no território brasileiro, é possível afirmar, com base nas capas de 12 edições publicadas no dia seguinte à derrota da seleção, e sem deixar de levar em conta as circunstâncias e a contagem da derrota, a objetividade esteve proscrita. A expressão mito comporta um sentido tradicional, o de uma narrativa heroica pertencente à tradição de um povo, envolvendo um conjunto de lendas, mas sem deixar de ser empolgante. A objetividade jornalística pode ser considerada um mito nessa acepção, dentre outros motivos, também pela descrição acima apresentada fazendo referência ao que tipicamente acontece nesse tipo de evento.

Do ponto de vista barthesiano e no âmbito do contrato de leitura explicitado por Verón, o que se viu foi um *grab*, termo em inglês que significa arrebatado, agarrar, tirar da mão de alguém. É uma outra maneira de acentuar que o mito é uma linguagem roubada, principalmente da história. O emissor assumiu para

si a linguagem do receptor e, ao suprimir a história, devolveu apenas a subjetividade exasperada decorrente, não só de perder o hexacampeonato do país, mas de não ter conseguido realizar o grito que ficou preso na garganta de seus antepassados. Como estamos aqui utilizando as metáforas futebolísticas, dizemos então que o contrato de leitura processou o mito na forma de um chute para escanteio, só que não da bola, mas da objetividade jornalística. Como a desforra não foi consumada – e isso agora é para sempre –, mesmo que a seleção dê cem mil surras em outras seleções pelo mesmo score, cabe esperar que não se perca a crença nesse lado tão caro ao jornalismo: a predominância da objetividade.

Em outros termos, que as linguagens voltem para o mesmo lugar de onde partiram e que a história seja resgatada e jamais escape. É como pensar que a ocorrência do escanteio na partida é o tipo de situação que ocorre com frequência e é rotineiro. A bola é devolvida para dentro do campo, e o jogo prossegue. Quando da marcação de um gol, no entanto, (e foram sete deles! E um nosso para salvar a honra), a bola volta para o centro do campo. Que o jornalismo faça a mesma coisa reconhecendo o gol contra que cometeu, ao assumir o xingamento que o mito deixou na população inteira. Oops, isso cheira a mais mito querendo se aproximar perigosamente. Como dizem os narradores: todo o cuidado é pouco! Mas uma vantagem deve nos consolar: somos seres de linguagem como todos os outros seres, mas como humanos temos a condição de saber como funciona a linguagem dentro da qual operamos.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. **A Mensagem fotográfica**. Teoria de Cultura de Massas, Adordo et al. Luis Costa Lima, org. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001
- BARTHES, Roland. **Inéditos Vol.3: imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BRICEÑO, Alberto. **Copa do mundo Brasil 2014**. Mini Books Editora, 2014.
- BRINATI, Francisco Ângelo. **Maracanazo e Mineiraten: Imprensa e Representação da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo de 1950 e 2014**. Curitiba: Editora Prismas, 2016.
- BONSANTI, Bruno. **Trivela**. 2015. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/chegou-a-hora-de-david-luiz-considerar-uma-mudanca-definitiva-para-o-meio-campo/>> Acesso em: 22 abr. 2017).
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. 5ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2018.
- DaMATTA, Roberto; FLORES, Luiz Felipe Baêta Neves; GUEDES, Simoni Lahud; VOGEL, Arno. **Universo do futebol: Esporte e Sociedade Brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DICIONÁRIO AURÉLIO. **Dicionário eletrônico da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo Informática, 2010.
- GALEANO, Eduardo. **Futebol ao sol e à sombra**. L e PM, 1995.
- GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país**. 1.ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2014.
- HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge; LOVISOLO, Hugo. **A invenção do país do futebol**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2001.
- JOHNSON, Jamie. **Bola na rede: copa do mundo**. Editora Fundamento, 2014.
- MARTINEZ, André. **Todas as copas do mundo**. Ícone Editora, 2007.
- NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia**. São Paulo: Houaiss, 2013.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

PERDIGÃO, Paulo. **Anatomia de uma derrota**. L e PM, 1985.

RÍMOLI, Cosme. **Blog do Cosme Rímoli**. 2015. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/blogs/cosme-rimoli/>> Acesso em: 01 fev. 2017.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SIGAL, Leon V. **Reporters and Officials: The Organization and Politics Of Newsmaking**. Lexington, Ma.: D.C. Heath and Company, 1973.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**. Porto: Universidade da Beira Interior, 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf> Acesso: 5 fev. 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional**. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2008.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo – RS: Editora Unisinos, 2004.

WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio – o futebol e o Brasil**. Companhia das letras, 2008.

ESPORTES, Zh. 10 razões pelas quais David Luiz é o cara na Seleção Brasileira. **Zero Hora**, Rio Grande do Sul, 04 jul. 2014. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/copa-2014/noticia/2014/07/10-razoes-pelas-quais-David-Luiz-e-o-cara-na-Selecao-Brasileira-4543414.html>> Acesso em: 11 fev. 2021.