



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Dissertação de Mestrado

**BRASILEIRINHOS: REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DE
JOGADORES DE FUTEBOL**

Jorge Francisco Puente Arnao Galarreta

Santa Maria, RS, Brasil

2015

BRASILEIRINHOS: REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DE JOGADORES DE FUTEBOL

JORGE FRANCISCO PUENTE ARNAO GALARRETA

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de
Mestre em Comunicação Midiática

Orientador: Prof. Dra. Ada Cristina Machado Silveira
Co-orientador: Isabel Padilha Guimarães

Santa Maria, RS, Brasil
2015

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Puente Arnao Galarreta, Jorge Francisco
BRASILEIRINHOS: REPRESENTAÇÃO MUDIÁTICA DE JOGADORES
DE FUTEBOL / Jorge Francisco Puente Arnao Galarreta.-
2015.

101 p. ; 30cm

Orientadora: Ada Cristina Machado Silveira
Coorientadora: Isabel Padilha Guimarães
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2015

1. Identidade Nacional 2. Representação 3. Futebol 4.
Televisão 5. Esporte I. Machado Silveira, Ada Cristina
II. Padilha Guimarães, Isabel III. Título.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a dissertação de Mestrado

BRASILEIRINHOS: ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DE JOGADORES DE FUTEBOL

elaborada por
Jorge Francisco Puente Arnao Galarreta

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:

Dra. Ada Cristina Machado Silveira - UFSM
Presidente/Orientadora

Dra. Marli Hatje - UFSM
Primeiro membro

Dra. Marina Poggi Carter – UNQ (Argentina)
Segundo membro

Santa Maria, 13 de Janeiro de 2015.

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

BRASILEIRINHOS: ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DE JOGADORES DE FUTEBOL

AUTOR: JORGE FRANCISCO PUENTE ARNAO GALARRETA
ORIENTADORA: PROFA. DRA. ADA CRISTINA MACHADO SILVEIRA
CO-ORIENTADORA: PROFA. DRA. ISABEL PADILHA GUIMARÃES

Santa Maria, 13de janeiro de 2015.

Este trabalho trata sobre a construção midiática da identidade de jogadores de futebol. Indagamos como o programa televisivo *Esporte Espetacular* na série de vídeos *Brasileirinhos* representa elementos de identidade nacional brasileira. Tendo como objetivo principal analisar de que maneira esta identidade está presente na representação dos jogadores de futebol na série *Brasileirinhos*. São objetivos específicos da pesquisa: analisar como a mídia televisiva, especialmente o programa *Esporte Espetacular*, da TV Globo, retrata os jogadores de futebol na série *Brasileirinhos*; identificar os elementos de identidade nacional representados pelo programa; e, realizar levantamento dos trabalhos existentes acerca desta temática. O aporte teórico provém dos conceitos de identidade, a partir de autores como Hall (1999) e Castells (2000), Woodward (1999) e Anderson (1989) e os brasileiros DaMatta (1994), Holanda (1978) e Freyre (2001). Apresentam-se também as abordagens sobre representações midiáticas no esporte, sistematizadas em quatro categorias: o Mito, o Herói, o Ídolo e a Celebridade, principalmente a partir de Helal (2003) e de Giglio (2007). Utiliza-se a metodologia da Análise Textual de Casetti e Chio (1999) para análise do corpus de dois vídeos selecionados. Como resultados, pode-se perceber que alguns elementos de identidade nacional que foram construídos ao longo do tempo seguem sendo reforçados pela mídia. É possível relacionar a maneira como o roteiro é seguido a partir da condição representacional de Mito para Dedé e de Ídolo, Herói e Celebridade para Neymar. Em um primeiro momento é possível confirmar que algumas relações e comportamentos da sociedade brasileira, abordadas pelos autores, ainda estão presentes e podem ser observadas no vídeo, como o apadrinhamento. Outras, como o sistema patriarcal ou a manutenção do futebol-arte, são construídas pelo programa.

Palavras-chave: Identidade Nacional; Representação; Futebol; Televisão; Esporte.

ABSTRACT

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

BRASILEIRINHOS: ANALYSIS ABOUT THE MEDIA REPRESENTATION IN SOCCER PLAYERS

AUTOR: JORGE FRANCISCO PUENTE ARNAO GALARRETA
ORIENTADORA: PROFA. DRA. ADA CRISTINA MACHADO SILVEIRA
CO-ORIENTADORA: PROFA. DRA. ISABEL PADILHA GUIMARÃES

Santa Maria, 13de janeiro de 2015.

This work is about how the media build the identity of football players. We observed how the TV show *Esporte Espetacular* in the series videos *Brasileirinhos* depicts elements of the Brazilian national identity. The main goal is to analyze how this identity is present in the representation of football players in the series *Brasileirinhos*. The specific goals of this research are: i) to analyze how the TV media, mainly the show *Esporte Espetacular*, broadcasted in TV Globo, represents the Brazilian football players in the series *Brasileirinhos*; ii) to recognize the national identity elements depicted by the program; and iii) to identify the existing works on this topic. The theoretical contribution comes from the concepts on identity explained by authors as Hall (1999) and Castells (2000), Woodward (1999) and Anderson (1989), and the Brazilian authors DaMatta (1994), Holanda (1978) and Freyre (2001). Approaches on media representations on sports are also presented in this work. They have been systematized in four categories: the Myth, the Hero, the Idol, and the Celebrity, mainly according to Helal (2003) and Giglio (2007). The text analysis methodology of Casetti and Chio (1999) was applied for corpus analysis of the two videos selected. As a conclusion of this research, we realize that some national identity elements that were built along the time continue to be reinforced by the media. We can also relate the way the itinerary is followed with the representational condition of Myth for Dedé and Idol, Hero and Celebrity for Neymar. Likewise, we can also confirm that some relations and behaviors of the Brazilian society, addressed by the authors, still exist and can be seen in the video, as the sponsorship. Other relations are built by the program, as the patriarchal system and the football-art relation.

Keywords: National Identity; Representation; Football; Television; Sport.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Duração das histórias exibidas.....	50
Figura 2: Sujeitos do vídeo	65
Figura 3: Identidade nacional em Brasileirinhos	66
Figura 4: A representação do jogador	66
Figura 5: Conteúdo referente às palavras-chave no vídeo	68
Figura 6: Anderson Silva, lutador de MMA.....	71
Figura 7: Dedé e animação sobre seus apelidos.....	71
Figura 8: Dedé e seus personagens.....	72
Figura 9: Dedé derrubando jogador argentino.....	72
Figura 10: Sujeitos do vídeo	76
Figura 11: Identidade nacional em Brasileirinhos	76
Figura 12: A representação do jogador	77
Figura 13: Conteúdo referente às palavras-chaves no vídeo	79
Figura 14: Pelé, comemorando gol, semelhante as comemorações de Neymar atualmente.....	81
Figura 15: Neymar ilustração ganhando aposta do pai.....	82
Figura 16: Ronaldo copiando o estilo do cabelo de Neymar.....	82
Figura 17: Tatuagem do rosto de Neymar nas costas de uma Neymarzete.....	83
Figura 18: Tatuagem com o nome de Neymar na boca de uma Neymarzete.....	83
Figura 19: Neymar e Michel Teló cantando juntos.....	84
Figura 20: Neymar dançando uma coreografia, e sendo acompanhado pelos seus companheiros.....	84
Figura 21: Neymar e Messi. Brasil e Argentina.....	85

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1 – “BRASILEIRO, COM MUITO ORGULHO E MUITO AMOR”	14
1.1. PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	14
1.2. SOBRE IDENTIDADES.....	19
1.3. UMA CERTA IDENTIDADE BRASILEIRA.....	22
1.4. BRASILIDADE NO FUTEBOL.....	29
1.3.1 O fim do futebol arte	36
Capítulo 2 – REPRESENTAÇÕES TELEVISIVAS	41
2.1. A TELEVISÃO, O LAÇO SOCIAL E A IDENTIDADE BRASILEIRA.....	41
2.2. DESDE A ORIGEM DO JORNALISMO ESPORTIVO A BRASILEIRINHOS	46
2.2.1 Esporte Espetacular	48
2.2.2 Brasileirinhos	49
2.3. ATUAL JORNALISMO ESPORTIVO.....	51
2.4. QUEM SÃO OS JOGADORES NA TV?.....	55
2.4.1 O Mito	56
2.4.2 O Herói	58
2.4.3 O Ídolo	60
2.4.4 A Celebridade	61
Capítulo 3 – OS CONVOCADOS	63
3.1 ANÁLISE TEXTUAL.....	63
3.2 O MITO DEDÉ.....	65
3.2.1 Interpretação	73
3.3 O ÍDOLO, HERÓI E CELEBRIDADE NEYMAR.....	75
3.3.1 Interpretação	85
CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

INTRODUÇÃO

O interesse pela construção e representação de identidades a partir ou pelo futebol, surgiu ainda na graduação, quando foi realizada uma pesquisa para compreender as identidades presentes em uma partida de futebol através de uma transmissão televisiva esportiva.¹ Como resultado, foram encontradas as influências de identidades regionais na construção das identidades das equipes, assim como, a valorização e esvaziamento de identidades dos times de Grêmio e Flamengo por parte da mídia televisiva.² O trabalho trouxe além das respostas, questionamentos sobre os significados e identidades que estariam presentes por trás do universo do futebol. Desta maneira, pensou-se em trabalhar em um âmbito maior do que as identidades regionais e, por fim, foi definido que a dissertação tentaria compreender a identidade nacional brasileira por meio do futebol.

A partir disso, escolheu-se continuar trabalhando com televisão devido à proximidade adquirida ainda na graduação, quando foi utilizado este veículo midiático no Trabalho de Conclusão de Curso, citado anteriormente. Seguindo a mesma linha temática do futebol, escolheu-se, como objeto empírico de pesquisa a série³ *Brasileirinhos*, apresentada no programa esportivo televisivo, *Esporte Espetacular*, entre os meses de maio e dezembro de 2012. Esta série conta a história de seis jovens jogadores de futebol que, na época, eram possíveis candidatos a fazer parte do grupo que iria compor a seleção brasileira na Copa do Mundo em 2014: Ganso, Neymar, Oscar, Leandro Damiano, Lucas e Dedé.

Paulo Henrique Ganso, 24 anos, é meio-campista. Na época da veiculação da reportagem, jogava no time do Santos, junto com Neymar e era considerado um dos melhores jogadores brasileiros. Ao lado do companheiro, foi protagonista das conquistas do clube em 2010, 2011 e 2012. Atualmente, joga no São Paulo e não vem sendo convocado para jogar pela Seleção Brasileira.

Em 2013, aos 21 anos, Neymar, foi contratado para jogar futebol pelo clube espanhol Barcelona. O jogador, que iniciou sua carreira muito cedo, hoje, é considerado o craque da seleção brasileira. Aos 11 anos de idade, chegou ao clube do Santos, nas categorias de base.

¹ GALARRETA, Jorge Francisco Puente Arnao. **A construção de identidades no futebol: uma partida entre Grêmio x Flamengo**. Santa Maria, 2012.

² A valorização de identidade, neste trabalho, seria a exaltação excessiva de características de identidade do Flamengo, já o esvaziamento, seria a ausência das características de identidade do Grêmio, por parte da narração televisiva.

³ O termo série é utilizado pelos produtores do programa. Acreditamos que foi denominado assim por possuir um número preestabelecido de episódios por temporada. Também adotamos o nome, pois acreditamos que o conjunto de vídeos forma uma série dentro do programa *Esporte Espetacular*, no caso, *Brasileirinhos*.

Aos 17 anos, em 2009, fez a sua estreia no grupo principal de jogadores, virou titular daquela equipe e, em 2010, foi convocado para jogar futebol pela seleção brasileira. Atualmente, Neymar faz parte da equipe que compõe o grupo que está na Copa do Mundo no Brasil.

Oscar é um jogador de futebol de 22 anos. No ano da série *Brasileirinhos*, em 2012, ele havia sido recém contratado para jogar pelo clube inglês Chelsea. No mesmo ano, ele fez três gols na vitória da Seleção Brasileira sub-20, por 3x2 sobre Portugal, tornando-a Campeã Mundial daquele ano. Atualmente é considerado o melhor meio-campista do Brasil, sendo titular da seleção brasileira na Copa do Mundo 2014.

Leandro Damiano, 24 anos, é atacante e joga pela equipe brasileira do Santos. Na época do programa, ele jogava no clube Internacional e era cogitado para ser um dos atacantes da Seleção Brasileira. Atualmente, não vem sendo convocado para os jogos do Brasil e seu rendimento no clube não corresponde às expectativas que a mídia criou em 2012.

Lucas, 21 anos, também é meio-campista da seleção brasileira, atualmente joga no clube francês PSG. Vinha compondo o grupo da Seleção Brasileira, mas acabou não sendo convocado para a Copa do Mundo. Em 2012, ele jogava no clube brasileiro São Paulo, e era considerado um dos melhores jogadores do Brasil.

Anderson Vital da Silva, conhecido como Dedé, foi premiado, em 2012, pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), como melhor zagueiro do Campeonato Brasileiro daquele ano. Em 2013, aos 25 anos, jogou pelo clube Cruzeiro, mas na época da veiculação da reportagem, ele estava jogando no Vasco da Gama, clube em que se destacou no cenário nacional do futebol e que o levou a ser convocado diversas vezes para a equipe principal da Seleção Brasileira, porém, não foi convocado para a Copa do Mundo.

Sabendo que o futebol, cada vez mais, vem se tornando um espetáculo e a exploração dos protagonistas, dos acontecimentos e dos cenários das partidas, pela mídia, se torna um ato corriqueiro, surge um questionamento sobre os jogadores de futebol: como e porque estes jogadores são representados midiaticamente?

Acredita-se que os jogadores de futebol que fizeram parte da seleção brasileira são mostrados no programa através de uma representação carregada de intencionalidades e significados que serão analisados. O questionamento principal, portanto é **de que forma a série *Brasileirinhos* apresenta elementos de identidade nacional, a partir da representação de jogadores de futebol brasileiro.**

Pretende-se observar se os jogadores Dedé e Neymar apresentados na série representam uma identidade nacional brasileira no discurso televisivo da série *Brasileirinhos*, transmitida no programa *Esporte Espetacular* da Rede Globo, a partir das suas histórias de

vida e analisar os enunciados que envolvem aspectos de construção midiática dos jogadores e características relativas às suas identidades de futebolistas destacados.

A pesquisa parte da hipótese de que, nas histórias dos jogadores, veiculadas pela referida série, elementos de identidade nacional, construídos discursivamente ao longo do tempo, como patriarcalismo, futebol-arte, rivalidade, individualismo, alegria, malandragem, entre outros, estão presentes nas suas representações midiáticas. Além do questionamento principal, surgem outras questões que devem ser pensadas, como, por exemplo, que tipo de representação dos jogadores é construída, quais valores estão sendo mostrados e quem se beneficia destas representações.

Tem-se, então, como objetivo geral, analisar de que maneira a identidade nacional está presente na representação dos jogadores de futebol na série *Brasileirinhos*. Entre os objetivos específicos está analisar de que forma a mídia televisiva, no caso, o programa *Esporte Espetacular*, da TV Globo, representa midiaticamente os jogadores de futebol na série *Brasileirinhos*; identificar quais e de que forma elementos de identidade nacional são representados pelo programa e realizar levantamento dos trabalhos existentes acerca desta temática.

A intenção de continuar trabalhando com o tema futebol e comunicação se torna relevante, pois a pesquisa vai ao encontro dos interesses da linha de pesquisa Mídias e Identidades Contemporâneas, já que nela se analisa a mídia televisiva, as intencionalidades e os sentidos produzidos por meio da representação midiática de jogadores de futebol.

A escolha da mídia televisiva se justifica pelo fato de estar presente em 95,1% dos lares brasileiros.⁴ Assim, a televisão pode contribuir na construção de identidades nacionais, devido a sua grande abrangência, criando um laço social entre os telespectadores. Ainda, a identificação do brasileiro com o futebol contribui para compreender a existência das relações de identidade nacional que podem ser observadas nas biografias dos jogadores veiculadas pelo referido programa, assim como também, do próprio brasileiro na contemporaneidade. A mídia televisiva tem um papel fundamental nas representações e nas identidades, pois “de uma forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno”. (THOMPSON, 2001, p.19).

A inovação do jornalismo esportivo nos últimos anos e as mudanças na sociedade contribuíram para que novas representações sejam construídas e novos significados sejam criados. Além disso, defende-se a ideia de relacionar pesquisas sobre futebol, identidade

⁴ Dados do Censo IBGE de 2010. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/home/>> Acesso em: 25 jul. 2014.

nacional e comunicação dentro da área de concentração, devido ao crescimento que estes estudos têm tido nos últimos anos. O crescimento sobre os estudos específicos de futebol é recente, pois comparado a outros temas,

O Brasil é o país do futebol – esta é uma assertiva aceita universalmente e endossada por nomes como Pelé, Roberto Carlos, Ronaldinho e Romário. Entretanto, poucos, na verdade muito poucos trabalhos de pesquisas surgiram na universidade brasileira sobre a maior paixão nacional (SILVA, 2002, p. 13).

Por este motivo, acredita-se que o trabalho seja pertinente para a área acadêmica, assim como para a linha de pesquisa de Mídia e Identidades Contemporâneas, com fins de auxiliar e incentivar novos estudos sobre as identidades nacionais, o futebol e a comunicação televisiva.

Para melhor desenvolvimento da pesquisa a dividimos em três capítulos. O primeiro apresenta as abordagens sobre identidade nacional, desde os conceitos teóricos até as características criadas discursivamente e difundidas pela sociedade. Nesta parte, o objetivo é apresentar e vincular o futebol a algumas representações de identidade nacional brasileira e a apropriação pela mídia de jogadores de futebol como seus representantes ou heróis.

Nesta parte, a abordagem se dará a partir de teóricos que se dedicam ao tema da identidade, pois para chegar às identidades nacionais, é necessário compreender o que significa uma identidade, e como ela é vista na contemporaneidade. Para falar sobre o conceito de identidade, se traz Castells (2000), e Hall (1999). Como aporte teórico e base para compreender a que se refere uma identidade nacional, utilizam-se autores como Anderson (1989) e Woodward (1999). Benedict Anderson aborda as comunidades imaginadas e a identidade nacional como uma construção discursiva, parcial e intencional. O autor defende que, mesmo sendo imaginada, não é necessariamente irreal. “As comunidades se distinguem não por sua falsidade/autenticidade, mas pelo estilo em que são imaginadas” (ANDERSON, 1989, p. 253). Segundo Stuart Hall (1999), as culturas nacionais permitem que possamos criar sentidos de pertencimento e assim construir a nossa identidade nacional.

Para compreender a identidade nacional brasileira, que diversos autores denominam como “brasilidade”, escolhemos, como base, quatro autores que definem esta identidade. São eles: Freyre (2001), Da Matta (1994), Fiorin (2009), Holanda (1987). Estes autores auxiliarão a compreensão das características que foram construídas ao longo do tempo. Muitas delas ainda podem ser observadas na representação e no senso comum sobre o que é ser brasileiro.

Como o nosso objeto empírico de pesquisa envolve a representação de jogadores de futebol, torna-se necessário compreender como o futebol e os jogadores foram construídos midiaticamente. Ou seja, como é representado o futebol brasileiro? O que significa ser um jogador brasileiro? Para responder estas questões, buscamos principalmente autores que abordassem este tema. Contamos com Nascimento (2006) e Franzini (1997) para explicar a parte histórica sobre a constituição do futebol como elemento nacional e Helal (1999), que apresenta algumas características, adaptadas às características de jogadores tipicamente brasileiros, além de malandragem, futebol-arte e gingado.

Autores como Gil (1994), reforçam a ideia do futebol-arte como uma representação do povo brasileiro e assim, uma característica de identidade nacional. Claro que esta ideia de futebol-arte é apenas uma construção midiática, como é defendida por Soares (2003). A compreensão destes conceitos relacionados aos autores citados anteriormente, dará suporte para a análise da pesquisa e compreensão teórica sobre este assunto.

Gastaldo (2005) apresenta estudos sobre as relações de poder da indústria cultural e do futebol, no público brasileiro. Desta forma, as matérias sobre a vida de jogadores de futebol seriam mercadorias, utilizadas para aproximar o telespectador do evento próximo: a Copa do Mundo no Brasil.

Após a realização da reflexão teórica sobre as identidades, sua compreensão e relação com o objeto empírico, passamos para o segundo capítulo que irá abordar as representações midiáticas dos jogadores de futebol retratados na série. Em um primeiro momento, abordam-se conceitualmente os estudos da televisão, ou seja, uma reflexão sobre a abrangência e a complexidade de se estudar o aparato midiático que será utilizado neste trabalho. A base teórica se dará a partir dos autores Wolton (1996) e Thompson (2001).

Sendo a televisão um grande meio de comunicação de massa, e sabendo que as identidades são representadas, neste meio, busca-se compreender de que forma as identidades acabam sendo formadas ou representadas por este veículo. Ainda, como a análise é sobre uma série de matérias apresentadas em um programa esportivo televisivo, aborda-se nesta seção, um retrospecto sobre as mudanças do jornalismo esportivo, para compreender como eram construídas as matérias esportivas e, como atualmente, se transformaram em pequenos filmes, quase cinematográficos, com tons dramáticos e cômicos. Neste sentido, trazemos como exemplo o vídeo⁵ de Neymar, que concorreu no Festival Internacional de Filmes de Esporte

⁵ Utilizamos o termo vídeo, já que, concordamos com a definição de Santoro (1989), que seria o nome dado ao processo, da produção e veiculação de mensagens.

(FIFE) ⁶ Para esta apresentação, mais histórica do que reflexiva, contamos com o auxílio dos aportes teóricos de Amaral (1978), Toledo (2000) e Ribeiro (2006).

Para compreender a representação dos jogadores e os temas que são relacionados e tratados sobre cada um nas suas histórias, elencamos quatro categorias de representação midiática dos jogadores de futebol: Heróis, ídolos, mitos e celebridades. Estas categorias foram pensadas a partir da observação do vídeo. Para classificar teoricamente estas quatro definições, trazemos aqui principalmente autores que já trabalharam com algumas destas definições: Faria & Meneghetti (2004), Giglio (2007) e Helal (2003a).

O terceiro capítulo aborda especificamente a análise textual, de Casseti & Chio (1999) como ferramenta metodológica de análise, e por fim, os vídeos da série Brasileirinhos desmembrados e analisados a partir da metodologia proposta e das teorias utilizadas ao longo do processo de construção da dissertação.

A partir da observação prévia dos seis vídeos e de encontrar as quatro categorias de representação nas histórias de dois jogadores, escolhemos os vídeos de Dedé e Neymar. Um deles é o de menor duração (Dedé) e o outro de maior duração (Neymar). Entre eles podemos observar várias diferenças nas representações e também no roteiro de como cada história é contada. Também é possível verificar as semelhanças presentes, principalmente relacionado aos elementos de identidade nacional.

Primeiramente, os vídeos serão descompostos e analisados separadamente, a partir das cinco categorias utilizadas: Sujeitos e funções, textos verbais, história, cena e códigos discursivos. Após, realizamos a interpretação dos vídeos tentando identificar e quais elementos de identidade nacional estão presentes, assim como que representações estão sendo dadas aos jogadores.

⁶ Festival que acontece desde 2012 no Rio de Janeiro, e tem como objetivos a difusão dos valores positivos do esporte através do cinema, a valorização da produção audiovisual da temática do esporte e estimular, divulgar e informar sobre a prática das diversas modalidades esportivas, por meio da exibição dos melhores filmes brasileiros e internacionais no esporte. Disponível em: < <http://www.fife.com.br/> >. Acesso em: 17 jul. 2014.

CAPÍTULO 1 – “BRASILEIRO, COM MUITO ORGULHO E MUITO AMOR”⁷.

O primeiro capítulo apresenta a pesquisa exploratória, os conceitos de identidade e de identidade nacional, que são abordados na contemporaneidade. Assim como também, as definições das características do povo brasileiro construídas histórica e academicamente. Também são abordados os elementos que, supostamente, constituem o futebol e o jogador brasileiro.

1.1 Pesquisa Exploratória

Começamos relatando a nossa pesquisa exploratória que foi importante para definir o tema e alguns autores que são abordados neste trabalho. Na busca no site da Biblioteca de teses e dissertações⁸, através do termo Identidade Nacional, foram encontrados um total de 2301 trabalhos. Devido ao grande número de pesquisas encontradas, resolvemos restringir o termo para Identidade Nacional Brasileira. Ainda assim, foram encontrados 789 trabalhos. Decidimos, então, mais uma vez, alterar o termo de busca. Pesquisando por Identidade Nacional Brasileira e Futebol, foram encontrados 21 trabalhos. Destes, destacam-se os principais, que mais se relacionam com a pesquisa realizada.

Pecenin (2011) aborda em seu trabalho “Discurso do e sobre o futebol brasileiro: o poder midiático na regulação das identidades”, o estudo do futebol através do viés da linguística, tendo como objetivo analisar como as crônicas futebolísticas contribuíram na construção da identidade do futebol brasileiro e da identidade nacional brasileira durante as Copas do Mundo de 1994 e 1998. Sua abordagem sobre identidade esta baseada em autores como Boaventura de Sousa-Santos, Suely Rolnik e Stuart Hall.

Giglio (2007) aborda em “Futebol: mitos, ídolos e heróis”, através, principalmente, de um viés etnográfico, a importância do ídolo e do herói no futebol, buscando compreender como essas definições fazem parte dos sonhos de se tornar jogador de futebol. Utiliza autores como Hall, Goffman, Campbell, DaMatta, Freyre, Gastaldo e Helal.

⁷ O título do capítulo 1 é um cântico utilizado nos estádios pelos torcedores brasileiros quando a Seleção Brasileira está jogando. Acreditamos que esta frase é uma demonstração de identificação entre estes torcedores no estádio com o Brasil e com a equipe que está representando o país. Escolhemos este título para começar o capítulo sobre identidades já que estaremos discutindo os conceitos e os símbolos de identidade brasileira.

⁸ Disponível em: < <http://bdtd.ibict.br/> > Acesso em: 17 jul. 2014.

Em “A participação da Rádio Nacional na difusão do futebol no Brasil nas décadas de 1930 e 40”, Crepaldi (2009) busca analisar de que forma a Rádio Nacional atuou durante o período de Vargas (1930-1945) na difusão do futebol pelo Brasil, buscando verificar como se dava a influência do Estado sobre as transmissões esportivas. Utilizou autores como DaMatta, Freyre, Helal, Ortiz e Soares.

Pereira (2012), em “Guerreiros não abandonam a batalha: publicidade e identidade do herói nacional no Mundial de Futebol, de 2010”, busca compreender como a marca de cerveja Brahma, em sua campanha publicitária na Copa de 2010, utiliza a jornada do herói para criar a identificação da marca com o esporte e os consumidores. Utiliza, para tal investigação a semiótica discursiva relacionada aos arquétipos de herói. Tem como base autores como Bakhtin, Agostino, Campbell, Gastaldo, Freyre, DaMatta Ortiz e Helal.

Borges (2006) em “Do complexo de vira-latas ao homem genial: o futebol como elemento constitutivo da identidade brasileira nas crônicas de Nelson Rodrigues, João Saldanha e Armando Nogueira”, busca analisar através de crônicas esportivas a relação do futebol com a identidade nacional, destacando algumas características do esporte como a habilidade, o futebol arte, a ofensividade e futebol-força. Entre os autores utilizados estão Agostino, Anderson, Bakhtin, Bhabha, DaMatta, Damo, Freyre e Woodward.

Em “O futebol explica o Brasil: o caso da Copa de 70”, Guterman (2006) busca compreender as relações entre futebol, política e sociedade no país, através de publicações de jornais da década de 1970. Utiliza na pesquisa autores como DaMatta, Agostino, Filho e Helal.

Deste conjunto de trabalhos, compreendeu-se que os conceitos de Freyre e DaMatta seriam importantes para a presente pesquisa, no que se refere à identidade brasileira, bem como, os de Gastaldo e Helal para abordar as relações do futebol com a brasilidade e as representações midiáticas.

O mesmo procedimento, através da busca por palavras-chaves, foi realizado no Portal de Periódicos da Capes.⁹ Ao se buscar por identidade nacional foram encontrados 2532 trabalhos. Restringindo a busca para identidade nacional brasileira, foram encontrados 1498 trabalhos. Por fim, buscando por identidade nacional brasileira e futebol, foram encontrados 92 trabalhos, dos quais, citaremos aqui, os principais relacionados à pesquisa.

Em “O futebol como alegoria antropofágica: modernismo, música popular e a descoberta da ‘brasilidade esportiva’”, Hollanda (2012) busca compreender o discurso sobre o

⁹ Disponível em: < <http://www.periodicos.capes.gov.br/> > Acesso em: 17 jul. 2014.

futebol nos anos de 1920, 1930 e 1940, relacionando o período com o modernismo. Através de poemas, crônicas e ensaios, procurou evidenciar como o discurso modernista estava presente no futebol a partir de seu projeto de construção de cultura e de identidade brasileira. Tem como base teórica autores como Filho, Freyre, Ortiz, Andrade e DaMatta.

Bartholo, Soares, Salvador e Blasi (2010) em “A pátria de chuteiras está desaparecendo?” buscam analisar textos publicados durante as Copas do Mundo de 1958 e 1962 e compará-los com textos publicados durante a Copa de 2002, para encontrar diferenças e semelhanças entre os discursos utilizados. Entre as referências utilizadas estão Castells, Hall, Anderson e Helal.

A busca por trabalhos foi realizada também nos Anais do Congresso do Intercom, dos anos de 2011, 2012 e 2013, nas edições nacionais e regionais. No ano de 2014, a busca foi feita apenas nos anais das edições regionais. A escolha deste período se deu a partir do ano de exibição do vídeo, 2011. No Intercom Norte de 2014 foram encontrados oito trabalhos, porém, nenhum se relaciona diretamente com o nosso tema de pesquisa. No congresso da Região Sul, foram encontrado 28 trabalhos, dos quais se destaca “Neymar: o ‘queridinho’ do Globoesporte.com”, de Roncaglio e Cól (2014), que busca investigar a forma como Neymar é apresentado no site Globoesporte.com, a partir de notícias sobre sua vida particular. Utiliza-se de autores como Barbeiro e Rangel e Pereira. No Intercom Centro-Oeste foram encontrados sete trabalhos, porém, nenhum relacionado à nossa pesquisa. No Intercom Nordeste foram encontrados 13 trabalhos que não se relacionam com o tema estudado. Por fim, no congresso da Região Sudeste foram encontrados 29 trabalhos, dos quais se destacam o de Cortez e Marques (2014), “Cultura, Identidade Nacional e Copa do Mundo de 2014: a noção de brasilidade nas páginas da revista Veja”, em que os autores buscam compreender conceitos referentes à identidade e cultura nas reportagens sobre a Copa do Mundo de 2014, utilizando autores como DaMatta, Holanda e Canclini. Ainda, em “A pátria volta a calçar chuteiras maiores? Central da Copa 2013 e a exaltação da seleção brasileira”, Silva e Henriques (2014) investigam de que forma o programa esportivo utiliza elementos da tecnologia para ressaltar características e habilidades de determinados jogadores. Tem como referência autores como Debord, Arbex, e DaMatta.

Em 2013, na edição nacional do Intercom, dentre os 38 trabalhos encontrados destacam-se o de Guerra (2013), que em “O Futebol Continua Explicando o Brasil” busca dar continuidade e atualizar com novos dados o texto de Marcos Guterman, “O Futebol Explica o Brasil”. Já em “De heróis a vilões: a construção da imagem dos jogadores brasileiros durante a Copa do Mundo de 2010”, Oliveira (2013) busca, através de reportagens vinculadas pela

Rede Globo, de que forma a seleção brasileira foi representada antes e depois da derrota para a Holanda nas quartas de final da Copa do Mundo de 2010. Destaca-se, também, o trabalho de Brinati (2013), “Futebol, Mídia e Representação: A Seleção Brasileira pelos sites R7 e Globo Esporte nas Olimpíadas de Londres 2012”, em que o autor busca compreender de que forma o enquadramento jornalístico pode alterar a percepção das notícias sobre a seleção brasileira. Tem como aporte teórico DaMatta, Campbell, Hall, Helal e Woodward.

No ano de 2013, no congresso regional Norte, foram encontrados quatro trabalhos, a partir das palavras chaves elencadas, porém nenhum se relacionava ao tema buscado. No congresso da região Sul, foram encontrados 29 trabalhos, que também não se relacionam com a pesquisa proposta. No congresso da região Centro-Oeste, foram encontrados cinco trabalhos que não se relacionam com o tema proposto. No congresso da região Nordeste, foram encontrados 25 trabalhos. Destes, relaciona-se com nossa pesquisa o trabalho de Medeiros e Dantas (2012), “A revista Placar e a transformação de jovens atletas em ídolos” em que busca analisar de que forma a revista Placar atua na transformação de jovens atletas em ídolos e estrelas do futebol, como é o caso de Lucas e Neymar, que são mostrados como mitos para a população brasileira. Tem como principal aporte teórico, Rubio. Por fim, no Intercom Sudeste foram encontrados 66 trabalhos, entretanto, nenhum se relacionava ao tema pesquisado.

No ano de 2012, no congresso nacional, foram encontrados 154 trabalhos. Destes destacam-se o trabalho de Pereira (2012), “Final da Copa do Mundo de futebol de 1970: rádio, propaganda e identidade nacional”, em que a autora busca compreender, a partir do imaginário de identidade criado na copa de 1970, relacionado ao futebol da “arte”, ao preparo físico, à festa e à celebração, de que forma a propaganda no meio radiofônico contribuía para estas representações. Utiliza autores como DaMatta, Helal e Gestaldo. Em “A Construção e (Des)construção da Identidade da Seleção Brasileira”, Paschoalino (2012) busca investigar as manifestações da mídia em relação ao interesse do torcedor sobre a Seleção Brasileira, através da ideia de que os interesses do marketing afastam os torcedores do verdadeiro cenário esportivo. Tem em seu referencial teórico autores como Hall, Woodward, DaMatta e Holanda. Ainda, em “Neymar e sua Trajetória Espetacular como Ídolo Nacional”, Ferraz (2012) busca compreender a escolha de Neymar, por parte da mídia, como um novo ídolo nacional, o consolidando como um astro e um herói. Utiliza-se de autores como Hall, Campbell, DaMatta e Helal. Por fim, apresenta-se o trabalho de Miranda(2012), “A Mídia e a Reconstrução da Identidade da Seleção Brasileira pós-Dunga”. A proposta é analisar de que forma a identidade da seleção, após a derrota na copa de 2010 vai ser reconstruída para a copa de 2014. Para tal, utiliza-se de autores como DaMatta, Hall, Helal e Gestaldo.

Nos congressos regionais de 2012, primeiramente na região Norte, foram encontrados quatro trabalhos. Nenhum deles relacionado ao tema proposto. Já no Intercom Sul foram encontrados 35 trabalhos. Destes, destaca-se o de Moser e Prodanov (2012), “O ‘Maior Espetáculo da Terra’: O Futebol como Elemento da Cultura de Massa Brasileira”, que analisa de que forma o futebol, através dos meios de comunicação, é reforçado e visibilizado como representante de uma cultura nacional. Para tal, utiliza-se de autores como DaMatta, Damo, Hobsbawn e Guterman. No congresso da região Centro-Oeste foram encontrados oito trabalhos, e nenhum com relação à pesquisa. Nos anais do Intercom Nordeste foram encontrados 36 trabalhos com as palavras chaves pesquisadas, mas nenhum relacionado diretamente com o nosso estudo. Por fim, na região Sudeste, foram encontrados 73 trabalhos. Nenhum diretamente relacionado a pesquisa.

Em 2011, no congresso nacional do Intercom, foram encontrados 182 trabalhos, a partir da busca por identidade nacional brasileira e futebol. Entre eles destacamos Azevedo Junior (2011), “Futebol e a Marca Brasil: paixão nacional, reconhecimento internacional”, em que autor busca apresentar o futebol como uma marca do Brasil, um elemento que leva a identidade do país e sua cultura para o exterior, tornando o esporte um sinônimo da brasilidade. Utiliza como referências autores como Helal, Rocco e Aidar. No artigo “‘Neymarmania’: uma análise do discurso midiático”, Helal (2011), a partir das edições de abril, maio e junho de 2011 dos jornais O Globo e o Estado de São Paulo busca compreender de que forma imprensa constrói a imagem do jogador Neymar. Utiliza-se de autores como Campbell, Helal e Bartholo. Já em “Brasil, o País do Futebol”, Angelotti (2011) busca compreender como a mídia, principalmente a televisão, no período da Ditadura Militar constrói o futebol mais do que um esporte, como um modo de vida. Utiliza-se de autores como Bruhns, Helal e Freyre.

Nos anais do congresso regional Norte de 2011 foram encontrados sete trabalhos. Destes, destaca-se o de Costa e Malcher (2011), “Futebol e Identidade Nacional Brasileira”, que busca relacionar o esporte à formação da identidade nacional, através de uma análise histórica. Utiliza-se de autores como Castells, Bertolino, Laraia e Ribeiro. Na região Sul foram encontrados 32 trabalhos, porém nenhum relacionado à pesquisa. Na região Centro-Oeste foram encontrados cinco trabalhos, e também nenhum relacionado a pesquisa. Já no congresso da região Nordeste, foram encontrados 21 trabalhos, entretanto, também não se relacionavam ao tema pesquisado. Por fim, no Intercom Sudeste desse ano foram encontrados 25 trabalhos que também não se relacionavam ao estudo.

Finalizado o levantamento para conhecimento do Estado da Arte, voltamos ao nosso trabalho com o entendimento de que a nossa proposta de compreender as representações de identidade nacional em jogadores de futebol, por meio de um programa televisivo, ainda não foi abordada por outros autores.

Ao finalizar nossa pesquisa exploratória, percebemos os principais autores que poderíamos utilizar na nossa pesquisa, principalmente as referências sobre identidade nacional e representação de jogadores. Também foi possível observar os caminhos seguidos nas pesquisas anteriores, desta forma, nos guiamos para não repetir os trabalhos analisados anteriormente.

Outro fator pertinente da pesquisa exploratória é a observação prévia das metodologias aplicadas aos diversos objetos de pesquisa, tanto para compará-lo com o nosso, como também para aperfeiçoá-lo. Finalmente, temos a convicção de que um trabalho acadêmico deste porte deve seguir uma profunda revisão dos temas semelhantes, para que possamos ter diferentes perspectivas abordadas sobre o mesmo assunto.

1.2 Sobre Identidades

O significado do conceito de identidade constitui um dos debates centrais de variadas ciências: da psicologia à sociologia, da história à comunicação, definir o que é, como se constrói e se modifica a identidade de indivíduos e de coletividades implica considerar as diversas acepções do termo. Neste sentido, podemos entender identidade e seus conceitos sob diversos campos do saber. A partir do campo social e antropológico, como aquilo que nos une e nos assemelha aos demais. Desta forma, compreendemos identidade como um conjunto de características que identificam e servem como forma de reconhecimento de um grupo social. A partir dessa conceituação, observamos que, do ponto de vista sociológico, qualquer identidade é construída. É preciso, então, para além desse primeiro entendimento, questionar a partir de quê, por quem, e para que isso aconteça.

Deste modo, dentre as possibilidades de conceituação de identidade, compreendemos que as identidades são fenômenos simbólicos, que surgem das relações sociais da vida cotidiana. Castells (2000) afirma que a construção de identidades vale-se do conteúdo fornecido pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e relações de cunho religioso. Esses elementos são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados

em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo e espaço. O autor ainda afirma que a identidade é formada através de um processo de significação, baseado em um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, que podem ser permeados por valores dominantes.

Na mesma linha proposta por Castells (2000), Hall (1999) defende que as identidades não são fixas, elas se modificam com o tempo. Principalmente na contemporaneidade, devido à facilidade de acesso e ao fluxo de informações, esta flexibilidade está presente nas identidades pessoais. Entretanto, mesmo com as identidades fragmentadas, como defende Hall (1999), principalmente através dos intensos processos de globalização, deve-se levar em conta que esses processos de fragmentação não acontecem desvinculados de um tempo e espaço. Por mais que a globalização atue cada vez mais na redução do tempo, o espaço permanece fixo. (HALL, 1999, p. 74). É neste sentido que se deve considerar que uma identidade nacional (mesmo com a globalização) produz uma narrativa que busca gerar um sentimento de pertencimento.

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos [...]. As culturas nacionais ao produzir sentidos sobre a ‘nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. (HALL, 1999, p.48).

As identidades nacionais se afirmam, de acordo com Jacks (1998), pela nossa necessidade de grupos de referência próximos a nós. Ao mesmo tempo em que somos semelhantes por pertencermos ao grupo da espécie humana, necessitamos de marcos de referências mais próximos e, por conseguinte, se formam identidades nacionais e regionais. Nesse sentido, Woodward (1999) afirma que as identidades são marcadas pela diferença. Ou seja, diferenciamos-nos de outros povos e de outras culturas pelas nossas semelhanças, no modo de pensar, agir, falar, etc., nas nossas representações simbólicas. Ainda, para a autora, a construção de identidades nacionais está diretamente ligada a antecedentes históricos, sendo possível localizá-la em um tempo específico.

Ainda, as identidades nacionais agrupam membros diferentes em termos de classe, gênero ou raça, e chamam para si o papel de representá-los como pertencentes a mesma e grande família nacional. As identidades nacionais não são objetos, nem tampouco uma característica biológica do ser humano a partir da sua localização geográfica de nascença ou

moradia, “mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 1999, p. 48).

Fiorin (2009) afirma que as identidades nacionais começaram a ser construídas a partir do século XVIII e só desenvolvem-se plenamente no século XIX, já que, para o autor, antes dessa época não se pode falar em nações propriamente ditas em nenhuma parte do mundo. Para ele, estas construções são lembranças históricas e é isto que determina a construção de identidades, a partir de um legado que é contado e aceito por todos. É por este motivo que as identidades nacionais, a partir da cultura nacional, tentam manter este sentimento de pertencimento, aliando o passado com o presente, encontrando um meio termo que não descaracterize os discursos construídos ao longo do tempo e aglomerando o clássico ao moderno. “As culturas nacionais são tentadas, algumas vezes, a se voltar para o passado, a recuar defensivamente para aquele ‘tempo perdido’, quando a nação era ‘grande’; são tentadas a restaurar as identidades passadas”. (HALL, 1999, p. 56).

Portanto, podemos saber o significado de ser brasileiro, a partir das representações de brasilidade que foram construídas ao longo dos anos. Esta ideia é compartilhada por Benedict Anderson, que considera a identidade nacional semelhante a uma comunidade imaginada, soberana e limitada, representada por símbolos.

Ela é imaginada porque nem mesmo os membros das menores nações jamais conhecerão a maioria dos seus compatriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunhão[...]é imaginada como limitada, porque até mesmo a maior delas, que abarca talvez um bilhão de seres humanos, possui fronteiras finitas, ainda que elásticas, para além das quais encontram-se as outras nações. Nenhuma nação se imagina coextensiva com a humanidade. [...]É imaginada como soberana, porque o conceito nasceu numa época em que o Iluminismo e a Revolução estavam destruindo a legitimidade do reino dinástico hierárquico divinamente instituído.[...]é imaginada como comunidade porque, sem considerar a desigualdade e exploração que atualmente prevalecem em todas elas, a nação é sempre concebida como um companheirismo profundo e horizontal. (ANDERSON, 2008, p. 14-16).

No livro *Comunidades Imaginadas* (2008), o autor busca explicar porque as pessoas lutavam e morriam por uma nação, que, segundo ele, era visto como uma atitude pura, pois fazer parte de um clube não era o mesmo que fazer parte por uma nação, já que no segundo caso não depende de escolha. Podemos comparar esta ideia ao âmbito esportivo, aos clubes de futebol e à Seleção Brasileira.

Para formar esta identidade, é necessário construir uma cultura nacional, que pode ser entendida como um discurso, um meio pelo qual se produzem sentidos sobre a nação. Se há

uma possibilidade de identificação, nestes sentidos produzidos, pode se dizer que há uma identidade.

[...] a narrativa da nação, tal como é contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. Essas fornecem uma série de estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais, que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação. (HALL, 1999, p. 52).

Este discurso está interligado a valores e ideologias, que predominantemente, são apresentadas apenas nas entrelinhas. Estas ideologias são construídas ao longo do tempo, por isso “uma das formas pelas quais as identidades estabelecem suas reivindicações é por meio do apelo a antecedentes históricos”. (WOODWARD, 1999, p.11).

Para Fiorin (2009) uma identidade nacional deve apresentar um conjunto de elementos simbólicos e materiais, ou seja, histórias que estabelecem continuidade com os ancestrais mais antigos, heróis, modelos das virtudes nacionais, língua, monumentos culturais, folclore, lugares importantes e uma paisagem típica. Além disso, necessita de representações oficiais, como hino, bandeira, escudo; identificações pitorescas, como costumes, especialidades culinárias, animais e árvores-símbolo. Assim, Thiesse (1999¹⁰ *apud* Fiorin, 2009, p. 116) afirma que a identidade nacional nasce de “um postulado e de uma invenção”.

Desta forma, podemos dizer que não há uma identidade brasileira específica, mas inúmeras, que poderiam definir o povo brasileiro. Porém, há uma identidade dominante, que foi contada, reforçada por vestígios históricos, obras literárias e acadêmicas e pela repetição dos discursos (principalmente midiáticos) e consolidada pela aprovação social. Esta faz as pessoas se identificarem com o que significa “ser brasileiro”. Mas que identidade é esta?

1.3 Uma certa Identidade Brasileira

Já sabendo que as identidades são definidas através da diferença, cabe perguntar o que nos distingue dos demais povos e nos identifica como uma identidade nacional. “Não temos conhecimento de um povo que não tenha nomes, idiomas ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro seja estabelecida.” (CALHOUN *apud* CASTELLS, 2000 p. 22). Dessa forma, para compreender a identidade nacional brasileira, torna-se necessário refletir

¹⁰THIESSE. Anne-Marie. La création des identités nationales. Europe XVIIIe - Xesiècle. Paris: EditionsduSeuil, 1999.

sobre qual identidade nacional está se falando, como ela foi construída, quais características desta nação estão sendo apresentadas e quais estão sendo ignoradas.

É preciso, então, trazer o contexto histórico da formação do Brasil para compreender como chegamos ao que conhecemos atualmente como identidade nacional brasileira.

É neste contexto que Gilberto Freyre destaca no livro *Casa Grande & Senzala* (2001), sob um ponto de vista positivista, a influência que cada povo (índio, negro, portugueses) deixou de herança para a sociedade brasileira, assim como a “mistura” entre eles. Falamos positivista, pois ele aborda o livro a partir da ideia de “democracia racial”, um grave erro mitificado pelo autor.

Ele aponta que dentre os três, os portugueses tiveram como característica fundamental a capacidade de adaptação e miscibilidade. Isto contribuiu na bem-sucedida colonização, compensando a deficiência em massa e volume humano. Em relação aos índios, o autor descreve a participação indígena na conquista dos sertões, em que eram guias, caçadores e guerreiros, pois não se adaptara ao trabalho escravo, o que contribuiu para a vinda dos negros. Dos índios, também, ficou a herança da misticidade e superstição, já que acreditavam nos espíritos como grandes inimigos do homem.

A relação entre a religiosidade, o misticismo, e o futebol pode ser percebida nos discursos jornalísticos do futebol moderno, que usam este contexto como forma de deixar o espetáculo mais interessante para o espectador. Inclusive, é possível relacionar estes três temas mencionados à identidade nacional brasileira, pois segundo Hatje (2000, p. 178), tanto a secularização e a racionalização são “características do esporte moderno e que estão imbuídas de questões como a religiosidade e a superstição que caracterizam, em parte, também o povo brasileiro.”

Em *Brasileirinhos*, a religião é citada quando o pai de Neymar lembra do acidente que o jogador sofreu, quando era criança, e “por um milagre” não perdeu a vida. Em outro vídeo da série, Oscar lembra do seu pai que faleceu quando o jogador ainda era criança, mas que ele sente que o acompanha a cada jogo, e inclusive o ajuda em algumas partidas.

Freyre (2001) afirma que os portugueses não tinham preocupação com a pureza de raças, pensamento visível principalmente em relação à vinda do estrangeiro para a colônia brasileira. Esta ideia é reforçada por Holanda (1978), já que segundo o autor, esta despreocupação era devido aos portugueses já serem mestiços, por consequência da vinda de negros africanos ao país ibérico. Entretanto, importava para eles a religião, que deveria ser católica.

Cabe destacar que além dos portugueses, os holandeses também povoaram o Brasil. Devido a isso, duas religiões se instauraram no país: a católica e a protestante, respectivamente. Porém, a religião trazida pelos Europeus dos países baixos encontrou dificuldades de adaptação do Brasil, devido ao idioma. Além disso, outro fator que fez com que essa religião não conseguisse o mesmo sucesso da católica foi devido a sua linguagem não ser tão simpática e comunicativa. Segundo Holanda (1978, p. 65) “Por isso mesmo não parecem ter conseguido, para sua fé, tantos prosélitos, ou tão dedicados, como os conseguiam, sem excessivo trabalho, os portugueses, para a religião católica.” É aqui que o catolicismo se instaura como a religião dominante no Brasil.

O negro também teve grande influência na formação do povo brasileiro. Tanto a partir de sua culinária, já que as escravas dominavam a cozinha colonial, quanto à intensidade da relação entre os brancos e os negros, que se dava através das amas de leite (FREYRE, 2001). O autor destaca também as relações sexuais entre negras e brancos e os filhos mestiços muitas vezes gerados. Entretanto, o destaque de Freyre (2001) é a alegria dos negros como grande herança deixada ao brasileiro. Enquanto o índio era contido e suas danças eram compassadas e rígidas, o negro era extrovertido, espontâneo, sua dança era com emoção.

Foi o negro quem animou a vida doméstica do brasileiro de sua maior alegria. O português, já de si melancólico, deu no Brasil para sorumbático, tristonho; e de caboclo nem se fala: calado, desconfiado, quase um doente na sua tristeza. Seu contato só fez acentuar a melancolia portuguesa. A risada do negro é que quebrou toda essa ‘apagada e vil tristeza’ em que se foi abafando a vida nas casas grandes. Ele que deu alegria aos são-jões de engenho; que animou os bumbas-meu-boi, os cavalos marinhos, os carnavais, as festas de Reis. Que à sombra da Igreja inundou das reminiscências alegres de seus cultos totêmicos e fálicos as festas populares do Brasil. (FREYRE, 2001, p. 513).

É neste sentido que Freyre (2001) afirma que a identidade brasileira nasce de uma mistura de elementos sociais, econômicos e históricos entre os portugueses os negros e os índios, produzindo, então, um discurso unificador brasileiro.

Fiorin (2009) afirma que a instrução da identidade brasileira, como própria, teve início no século XVIII, quando D. Pedro I confronta Portugal, decidindo ficar no Brasil, assumindo este como o seu país, tornando-se assim, uma das primeiras manifestações de nacionalismo.

O trabalho de construção da nacionalidade começa, então, com a nacionalização do monarca. Pedro I é mostrado como alguém que renuncia a Portugal e assume a nacionalidade brasileira. Nossos livros de História repetem incessantemente o episódio do Dia do Fico, em que o Príncipe afronta as Cortes Portuguesa, para “fazer o bem de todos e a felicidade geral da Nação” (FIORIN, 2009, p. 117).

Isso pode ser visualizado a partir do modo como se mostra a história do jogador Neymar, que fica no Brasil após ter uma proposta para permanecer na Espanha e ser jogador de futebol no clube Real Madrid. Segundo o relato do jogador no vídeo, ele decide retornar ao Brasil após ter ido por alguns dias à cidade madrilena, pela saudade de casa, família e amigos. Este fato auxilia na representação do sentimento nacionalista no jogador brasileiro.

Neste sentido, DaMatta (1994) também afirma que ao fim da primeira Guerra Mundial, uma crise de valores abala a Europa. No Brasil, nesse período, uma elite agrária, junto a intelectuais e governantes pensam em novas ideias para valorização do nacional, as vésperas da comemoração do centenário da independência, em 1922. Foi neste ano também que ocorreu a Semana de Arte Moderna, em São Paulo, que reunia diversas manifestações culturais e artísticas como pintura, literatura e música, com um forte caráter nacionalista, buscando uma identidade própria para o Brasil.

Outra característica marcante da identidade nacional é a questão do patriarcalismo, que, de acordo com Holanda (1978), é representado por um tipo de relação familiar relacionada à ideia de escravidão de todos a um patriarca. Em um sistema patriarcal, os vínculos biológicos devem preponderar sobre qualquer outra questão, formando, assim, “um todo indivisível, cujos membros se acham associados, uns aos outros, por sentimentos e deveres, nunca por interesses ou ideias.” (HOLANDA, 1978, p.79). Pode-se considerar, de acordo com o autor como sendo, o patriarcalismo, uma lei moral inflexível, superior a outras leis, que regula a boa harmonia social.

Corroborando esta ideia, Freyre (2001) afirma que o patriarcalismo era o sistema pelo qual a família se instaurava, a partir da união do português e da mulher índia. Ainda, o chefe de família e senhor das terras e escravos era a autoridade absoluta do local. Era por ele que passavam todas as decisões que deveriam ser tomadas. É neste sentido que o autor aponta o sistema de patriarcalismo como um dos principais influentes da organização social do Brasil na época colonial. Como exemplo, podemos citar o vídeo de Neymar, no qual o pai dele é mostrado como empresário e dono de Neymar, que cuida e gerencia da carreira do jogador, mas também da vida dele, enquanto manda o jogador preocupar-se apenas com o seu rendimento no futebol.

Além de apresentar o patriarcalismo como sistema dominante do Brasil e que pode ser visto em diversos vídeos que iremos analisar em *Brasileirinhos*, Holanda (1978) ainda acrescenta a cordialidade como característica do povo brasileiro. Elemento importante que também está presente na construção dos vídeos.

O “homem cordial” não pressupõe bondade, mas somente o predomínio dos comportamentos de aparência afetiva, inclusive suas manifestações externas, não necessariamente sinceras nem profundas, que se opõem aos ritualismos da polidez. O “homem cordial” é visceralmente inadequado às relações impessoais que decorrem da posição e da função do indivíduo, e não da sua marca pessoal e familiar, das afinidades nascidas na intimidade dos grupos primários. (HOLANDA, 1978, p.19).

Para o autor, essa característica de um povo cordial seria tão marcante ao ponto de os estrangeiros não conseguirem compreender com facilidade as formas de convívio do povo, sendo essa um aspecto que nos diferencia dos demais. A partir disso, apresenta, então, atributos deste homem cordial, entre eles a tendência de omitir os sobrenomes (família) e prevalecer o nome (indivíduo), e o emprego de diminutivos –inho- “serve para nos familiarizar mais com as pessoas ou os objetos e, ao mesmo tempo, para lhes dar relevo” (HOLANDA, 1978, p. 148).

Estas características do homem cordial estão presentes no futebol brasileiro, já que o Brasil é um dos únicos países em que jogadores são conhecidos pelo nome: Neymar, Oscar, Leandro Damiano, etc. Os diminutivos e apelidos também fazem parte, como no caso de Paulo Henrique “Ganso” ou Lucas que no início da carreira era chamado de “Marcelinho”.

A cordialidade de Holanda (1978) reflete na maneira de criar relacionamentos e nos vínculos de amizade estabelecidos, que são desenvolvidos por interesses, para adquirir facilidades em algo. Isto pode remeter ao apadrinhamento, que ainda hoje existe na sociedade brasileira, no qual é preciso ter padrinhos, termo utilizado popularmente para falar sobre pessoas que facilitem a vida de outras pessoas, principalmente menos favorecidas, facilitando-lhes a entrada para algum cargo, por exemplo.

O apadrinhamento também está presente no futebol, quando Leandro Damiano, no vídeo, afirma que é preciso ter um empresário para poder entrar no futebol. Se por um lado a cordialidade é a maneira simpática das relações brasileiras, DaMatta (1994) afirma que existe a antipatia do “Você sabe com quem está falando?” que seria um instrumento utilizado pela sociedade para reforçar as hierarquias e as posições sociais.

A fórmula “sabe com quem está falando?” é, assim, uma função da dimensão hierarquizadora e da patronagem que permeia nossas relações diferenciais e permite, em consequência, o estabelecimento de elos personalizados em atividades basicamente impessoais. (DAMATTA, 1994, p. 195).

Isso pode ser visualizado no vídeo do Dedé, no momento em que o apresentador pergunta como a mãe dele queria continuar trabalhando e ainda, como uma faxineira. “A mãe do Dedé, querendo trabalhar?”. Assim, acaba-se evidenciando uma sociedade de sistema

verticalizado, na qual algumas pessoas acabam tendo uma importância maior entre elas devido ao *status* de quem elas são (ou seja, sua função, cargo ou, por exemplo, a esposa de um deputado ou presidente de uma empresa).

Em relação ao trabalho, DaMatta (1994) e Freyre (2001) dialogam ao afirmar o descaso do brasileiro por essa atividade. DaMatta (1994) justifica isso afirmando que o brasileiro não tem formação calvinista¹¹, o que influencia diretamente nesta questão. Ainda, afirma que os heróis brasileiros não estão associados ao trabalho.

Em antítese a esta visão, outra característica é a do brasileiro trabalhador, que pode ser percebida em Santos e Costa (2006), ao afirmarem que em muitos casos, como por exemplo, no cinema, o brasileiro é retratado como batalhador, que mesmo pobre ou analfabeto, vivendo na miséria, corre atrás de seus sonhos. Percebe-se aqui também, muitas vezes o discurso do esporte, principalmente o futebol, como válvula de escape de situações de pobreza, como é perceptível na história de Dedé.

O carnaval, uma festividade característica do brasileiro, também pode ser considerado uma festa de união e alegria, é nela que brasileiro pode se expressar de diferentes formas, através da música, ritmo e melodia. DaMatta (1994) destaca os desfiles das escolas de samba como um elemento de reunião de pobres e ricos, estrelas da TV e do cinema. E, do mesmo modo que acontece no futebol, a população divide-se nas preferências às escolas de samba, dando a possibilidade de sentir-se um vencedor de acordo com a escolhida. Por outro lado, o autor destaca que as escolas de samba, mesmo que em uma coletividade, também como o futebol, permite o destaque do individualismo, a possibilidade de tornar-se celebridade.

É neste sentido que Holanda (1978) cita o individualismo, como característica fundamental do brasileiro, herdada dos portugueses, em que o prestígio pessoal sempre prevaleceu sobre o prestígio do grupo, ou seja, “raramente nos aplicamos de corpo e alma a um objeto exterior a nós mesmos”. (HOLANDA, 1978, p. 155).

Este individualismo que o autor apresenta, pode ser levado à representação do futebol brasileiro, na qual o jogador é valorizado pelo lance pessoal e não pelo coletivo. Podemos dizer que esta característica está presente em *Brasileirinhos*, quando o narrador¹², nos vídeos, mostra os títulos que cada jogador conquistou no seu clube, como se esta conquista passasse inteiramente pela presença destes jogadores, esquecendo o grupo, o treinador, e o planejamento de preparação de cada equipe para as competições.

¹¹ Movimento religioso protestante trazido pelos holandeses, que defendia a acumulação de riquezas, teve pouca popularidade no país.

¹² Utilizamos o termo Narrador - nome técnico de quem narra a história- para falar sobre Thiago Asmar, que também aparece como *voz off*, - pessoa que está falando porém não está em cena.

Outra característica é a que se refere à malandragem. O malandro, para DaMatta (1994) seria o profissional do “jeitinho”, da arte de conseguir o que deseja com máximo de prazer e o mínimo de esforço. O autor o classifica como um personagem nacional, um ser individualizado na sua maneira de andar, vestir e falar. Cabe destacar, que a malandragem só é aceita em relação ao campo da esperteza e vivacidade, que o torna um herói nacional. A ideia de construir o herói brasileiro como malandro, será visto posteriormente, em um trabalho de Helal (2003a) sobre Romário.¹³ Neste contexto, Holanda (1979) destaca que outra característica do povo, herdada dos portugueses, seria a crença de que o verdadeiro talento é espontâneo, de nascença. Assim como a forma essencialista em que alguns jogadores no vídeo são mostrados, como por exemplo, Neymar. No vídeo, o primeiro treinador viu o jogador correndo de uma forma diferenciada e soube que tinha o talento necessário para ser um grande jogador.

Outra especificidade da cultura brasileira, para DaMatta (1994), seria a religiosidade. O caráter alegre e espontâneo do povo é visível também na religião, já que sua relação com os santos, por exemplo, é calcada na simpatia, lealdade e proximidade. Ainda, mesmo com predominância católica, no Brasil é possível circular por diversas religiões de formas complementares. “O que para um norte-americano calvinista, um inglês puritano ou um francês católico seria sinal de superstição e até mesmo de cinismo ou ignorância, para nós é modo de ampliar as nossas possibilidades de proteção” (DAMATTA, 1994, p.115). O autor destaca, também, a crença do brasileiro nos milagres, que está relacionada com a mistura da religião erudita (oficial) com a popular. Da mesma forma, nos vídeos, pode-se acompanhar o âmbito religioso que acompanha os jogadores, principalmente o espiritismo de Oscar, por acreditar que o falecido pai o acompanha na vida e o ajuda dentro de campo a alcançar seus objetivos, como, por exemplo, marcando gols. Ou por exemplo, quando Neymar sofreu um acidente de carro ainda bebê e o seu pai faz referência à religião quando diz ter sido um milagre ele ter sobrevivido.

Percebe-se, então, que os aspectos atualmente relacionados à identidade nacional e hoje incorporados ao senso comum foram construídos discursivamente, ao longo dos séculos. Esses discursos funcionam como formas de identificação dos indivíduos que se relacionam, de alguma forma, com essas características. Deve-se considerar a mídia como porta-voz e construtora desses traços, através das representações que apresenta sua programação.

¹³ Ex-jogador de futebol. Fez parte do grupo do Tetracampeonato mundial do Brasil em 1994. Foi considerado o jogador principal na época.

1.4 Brasilidade no futebol

Compreendendo que a identidade brasileira é formada por diversos elementos, em um país com extensões continentais e diferentes culturas e formas de vida, torna-se difícil falar em apenas uma identidade nacional. Neste contexto, surge a ideia de brasilidade, ou seja, o “modo característico e mesmo específico de ser do povo brasileiro, resultado de sua história e da forte miscigenação social e cultural ocorridas” (TEIXEIRA, 2009, p. 18). É a partir desta busca sobre as características de identidade específicas, que podemos encontrar o esporte que se constitui como um dos maiores elementos de brasilidade, o futebol. Para articular a identidade brasileira com o nosso objeto empírico de pesquisa, buscaremos reflexões sobre o que é considerado na série *Brasileirinhos* ser um jogador tipicamente brasileiro, além de como e porque o futebol representa e é considerado tão importante na construção da identidade nacional.

Quando se fala em identidade nacional no Brasil, também se fala em alegria, samba e futebol, estereótipos que são conhecidos mundialmente como características do povo brasileiro. O futebol é considerado, pelo senso comum, um elemento característico de identidade nacional. No âmbito da sociologia, o futebol é visto como um campo de estudos em potencial, com diversos significados, pois “O futebol é um fato social da maior importância na cultura brasileira contemporânea, estando intimamente ligado ao que seria uma ‘identidade brasileira’.” (GASTALDO, 2005, p.1).

O futebol no Brasil nasceu em 1894, com Charles Miller, um estudante que viajou para a Inglaterra e na sua volta ao país trouxe o esporte. É por este motivo que no período em que o futebol começou a se difundir, alguns escritores da época viam o esporte distanciado com as raízes do país.

Grande combatente do futebol no Brasil, dado o caráter estrangeiro do jogo, Graciliano Ramos propunha a assimilação de outros esportes, que teriam verdadeiramente traços distintivos de brasilidade [...] De acordo com o escritor, vários outros esportes poderiam cumprir o papel que ele não via o futebol como apto a exercer: o jogo aglutinador e legítimo representante da nacionalidade; a cavallada, o cambapé, a rasteira ou a capoeira eram, segundo Ramos, boas alternativas ao “esporte bretão” (NASCIMENTO, 2006, p. 44).

Porém, contrariando o pensamento de Graciliano Ramos, o esporte adquiriu grande adesão pela população. Por este motivo, o Estado utilizou-se do futebol e do carnaval como

mecanismos para criar o sentimento de pertencimento e nacionalismo nos brasileiros. Desta forma, poderiam controlar as massas, semelhante à política de pão e circo.¹⁴

A origem da associação do futebol com a identidade brasileira começa na década de 1930, especificamente a partir da participação da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 1938. Segundo Nascimento (2006), a Copa de 38 é o marco de popularização do futebol. Assim consolidou-se como um emblema nacional. Podemos dizer que esta apreciação pelo espetáculo ainda é conservada. Segundo Gastaldo (2000), as pessoas representam a Copa do Mundo como um evento a celebrar a nacionalidade, mais do que, por exemplo, o sete de setembro, que lembra a ditadura militar no país.

Para Franzini (1997), esta década de 1930 seria importante para o futebol brasileiro. Nesta época, os jogadores lutavam pela profissionalização do esporte, e este começava a ser divulgado pelos meios de comunicação de massa. Com auxílio da Confederação Brasileira de Desportos (CBD), e da imprensa nacional, a população se mobilizou para apoiar a Seleção Brasileira na Copa do Mundo. O terceiro lugar conquistado no torneio ajudou nesta concretização do futebol como referência de identidade nacional no país.

Desta forma nasceu o discurso do essencialismo do futebol brasileiro. Segundo Barreto (2004), quem ajuda a construir esta ideia no esporte é Gilberto Freyre, e autores como Mario Filho, Nelson Rodrigues, José Lins do Rego, entre outros, interpretaram os seus relatos para criar o termo “futebol arte”.¹⁵

No ano de 1950, o Brasil sediava a Copa do Mundo pela primeira vez, mas o futebol artístico era derrotado na final por Uruguai, no Maracanã.¹⁶ Em 1958, 1962 e 1970, o Brasil conquistou as três Copas do Mundo dos respectivos anos. Estas vitórias representariam “a ressurreição e supremacia do futebol artístico (derrotado em 50), com ginga e samba, a vitória da arte sobre a força, da intuição e da espontaneidade sobre a razão, da magia sobre a tecnologia, enfim, a vitória do futebol e da nação.” (HELAL & GORDON, 2002, p. 44)

Estas conquistas da Seleção Brasileira auxiliaram a criar e fortalecer mitos sobre as características do jogador brasileiro e sobre o próprio futebol do país. Segundo Gastaldo

¹⁴ Ficou conhecido por este termo, o modo como os líderes romanos lidavam com a população.

¹⁵ "O nosso estilo de jogar futebol me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de brilho e de espontaneidade individual em que se exprime o mulatismo de que Nilo Peçanha foi até hoje a melhor afirmação na arte política." (FREYRE 1945 *apud* RIBEIRO, 2003, p. 421-422)

¹⁶ Estádio Mario Filho, conhecido como Maracanã, por muitos anos o maior estádio do Mundo. Um dos pontos turísticos do Rio de Janeiro.

(2006), esta época ficou conhecida como a era de ouro¹⁷ do futebol brasileiro, termo popularizado pela imprensa e pelos torcedores.

Além de colocar o surgimento do futebol-arte no contexto histórico, é necessário compreendê-lo. Para Helal (2003b), a brasilidade no futebol, reforçado na mídia, está relacionada às principais características dos jogadores deste futebol bretão¹⁸ tipicamente brasileiros, como a malandragem, futebol-arte e gingado. Gil (1994), afirma que o futebol-arte é uma representação do povo brasileiro, sendo assim, uma característica de identidade nacional.

A malandragem que Da Matta (1994) anunciava sobre o brasileiro é transpassada para o futebol. A personificação deste jogador malandro foi construída em Romário. Segundo a pesquisa de Helal (2003a), ele trata sobre a construção de Romário como um herói tipicamente brasileiro¹⁹, que seria baseado nos modelos de Malasartes²⁰ e Macunaíma²¹.

O malandro no futebol, então, é o jogador que se livra, com um drible, um improviso, do adversário. Aquele que simula uma falta, que escapa das adversidades sem muito esforço. O principal símbolo desta malandragem brasileira no futebol seria o drible característico do brasileiro, com o seu gingado próprio, quase parecido com a dança, na qual o jogador deve "tornar-se um dançarino, fazer de seu corpo um conjunto de signos indecifráveis para o adversário, dominar a arte do drible, da condução maliciosa e ardilosa da bola, numa exibição permanente de habilidade e raciocínio rápido". (BRUNI, 1994, p.8).

E esta dança não poderia ser outra, senão o samba. Como vimos, nos anos 30, o Estado utilizou-se do futebol e samba para criar laços de nacionalidade na sociedade, portanto “o futebol, tal como o samba, seria expressão da cultura. Para Freyre, os contornos apolíneos do esporte bretão teriam se fundido com elementos primitivos do samba.” (SOARES, 2003, p. 160).

O estilo musical denominado Samba é considerado mais um representante, da identidade brasileira, construído ao longo dos anos. Segundo Gomes (2004) a história do ritmo inicia por volta dos anos de 1880, quando muitos escravos obtiveram sua liberdade. Logo após o fim da escravidão, vários ex-escravos se instalaram no Rio de Janeiro, abdicando o trabalho formal devido à liberdade garantida. A partir disso, começaram a viver junto aos

¹⁷ Expressão com origem na mitologia grega, utiliza-se para falar sobre uma época de glórias e conquistas.

¹⁸ Conhecido popularmente por ter nascido na Inglaterra, de origem Bretã.

¹⁹ O autor fala sobre o herói clássico (trabalhador, esforçado) e o herói tipicamente brasileiro (malandro)

²⁰ “É o paradigma do chamado malandro, frequentemente vestido com sua camisa listrada, anel com efigie de São Jorge e sapatos de duas cores, em sua caracterização urbana” (DA MATTA, 1994, p. 264).

²¹ Personagem da literatura, criado por Mário de Andrade (1928). Tem como característica a preguiça, é um herói sem caráter.

contingentes marginalizados. Estes indivíduos descobriram, por meio do samba, um canal de expressão, que logo se tornou parte da identidade cultural brasileira. Com o tempo, de acordo com Barreto (2004) o samba deixou de ser uma manifestação cultural relacionada apenas aos negros (o que fazia com que os sambistas fossem marginalizados e perseguidos) para se tornar em um dos principais símbolos da identidade nacional brasileira.

Ou seja, o samba (e também a capoeira) são de origens negras. E é a partir de Freyre que podemos relacionar o samba e o futebol. Como vimos anteriormente, o autor tem uma visão positivista das raças, e tinha como finalidade criar uma ideia de supremacia por meio das misturas, da miscigenação.

Na busca das singularidades, nosso autor inventa, ou apenas reforça, a intuição popular de que “alguma coisa de dança ou capoeiragem” existia no futebol jogado pelos brasileiros. Sugere uma espécie de semelhança estética entre futebol, samba e capoeira. Contudo, observe-se que a sugestão se torna, tanto no discurso popular quanto no acadêmico, uma ‘verdade’ que se confunde a ‘essência’ ou a naturalização da cultura brasileira. (SOARES, 2003, p. 155).

Neste sentido, o drible seria a relação entre o samba e o futebol, pois o futebol-arte que falamos anteriormente teria surgido, supostamente, a partir do samba e do gingado (capoeira), atividades que os negros africanos realizavam e foram adquiridas pelo mestiço e pelo negro brasileiro.

O drible é um bom exemplo dessa pseudoverdade: como era proibido aos jogadores negros ou mulatos encostar, esbarrar e muito menos derrubar um jogador branco, os atletas negros, na busca por um espaço para passar com a bola, teriam aproveitado a ginga, o jogo de corpo, a malandragem, técnicas corporais adquiridas na capoeira e no samba – patrimônio da cultura afro-brasileira –, enfim, o que caracterizaria por muito tempo o futebol praticado no Brasil. (BARRADAS & LOPES, 2013, p.257).

Não iremos nos deter muito nas questões raciais, mas, brevemente, podemos observar o que está por trás deste pensamento que seria apontado como herança essencialista do negro. A ideia de democracia racial que vimos a partir de Freyre, e que também é retomada por Mario Filho em *O negro no futebol brasileiro* reforça, como a inclusão do Negro no esporte são importantes para entrar nesta relação entre raça e futebol.

Essa ambivalência reflete a intenção velada das elites dominantes de distanciar os negros das atividades superiores ou intelectuais, elegendo o futebol como um dos espaços privilegiados de integração subordinada aos valores de uma sociedade republicana e oligárquica. (BARRADAS & LOPES, 2013, p.257).

Ou seja, por mais que a inserção do negro no esporte tivesse acontecido, isto se limitou apenas aos espaços de atividades artísticas ou esportivas. O que nos remete a DaMatta

(1994) que cita a falsa democratização de escolas de samba, na qual todos podem participar, mas quem tem o controle dos clubes são os brancos (classe dominante). Então esta integração da raça negra e mulata, aconteceria no lugar em que os brancos deixassem.

Podemos ir além, falando especificamente no campo esportivo e futebolístico. Os clubes de carnaval que DaMatta (1994) cita, seriam as escolinhas de futebol que são apresentadas no vídeo de Dedé. Por mais que sejam abertas para o público, acaba sendo seletiva (falsa inclusão) para quem pode pagar. Neste sentido, é representada no vídeo a falsa democratização do futebol, na qual jovens de classes populares, suburbanos, conseguem a fuga dos problemas (sociais e econômicos) por meio do esporte, mas sabe-se que estas oportunidades são pouquíssimas.²²

Soares (2003) acredita que as construções midiáticas do essencialismo no futebol brasileiro, tem sido reforçadas nas construções acadêmicas e jornalísticas, baseadas no freyrismo popular que foi repassado por anos de autor para autor. Por mais que esta afirmação iguale e generalize o jornalismo e a academia, desconsiderando os trabalhos críticos, cremos que há, no campo acadêmico, a tendência de basear-se como apoio nos trabalhos produzidos a partir desta visão essencialista no esporte.

Desta forma, foi constituído o que é ser um jogador tipicamente brasileiro, porém, estas qualidades “assumem nos discursos sobre o futebol à pura expressão de singularidade ou de estilo cultural; singularidade que estava presente nos esparsos escritos de Freyre sobre o futebol.” (SOARES, 2003, p. 150).

Esta ideia é reafirmada na pesquisa de Gil (1994), ao trabalhar a crise do futebol arte após perder a Copa em 1974, no “O Drama do Futebol-Arte: o Debate Sobre a Seleção nos Anos 70”. Neste trabalho, podemos encontrar semelhanças entre o seu viés e o de Soares (2003) ao falar sobre a construção essencialista do futebol brasileiro.

O futebol brasileiro é caracterizado por seus 'pensadores' acadêmicos ou não, como sendo portador de uma identidade própria que o singularizaria perante outras nações. Portanto, seria uma característica inerente aos brasileiros 'jogar bola' de uma determinada maneira, a qual constituiria uma marca cultural carregada por nós desde o nascimento. Essa auto-representação que nos impusemos criou uma forma particular de praticar tal esporte, pensá-lo e vivenciá-lo em nosso cotidiano (GIL, 1994, p. 100).

²²Segundo pesquisas apresentadas no jornal Extra em 23/09/2011, mostra que 82% dos jogadores do Brasil recebem até dois salários mínimos. Disponível em: < <http://extra.globo.com/esporte/triste-realidade-no-brasil-82-dos-jogadores-de-futebol-recebem-ate-dois-salarios-minimos-6168754.html>> Acesso em: 09 jul. 2014.

Portanto, esta construção se tornou parte do senso comum e o estereótipo do futebol-arte é uma referência mundial para falar do futebol brasileiro. Porém, segundo Helal (2001), após a Copa de 1974, a imagem do futebol brasileiro, futebol-arte, artístico, mítico, dançarino, que foi construída ao longo do tempo, parece estar desgastada, em extinção, o que colabora para diminuir a relação entre a seleção e o sentimento de nacionalismo.

Podemos dizer que a globalização ajudou a desmembrar esta homogeneização do futebol brasileiro. Helal & Soares (2004), afirmam que há um declínio da “pátria das chuteiras²³”, ou seja, que o jornalismo não utiliza mais o mesmo discurso para falar sobre a seleção. Tanto para a vitória, como para a derrota. Ou seja, quando a Seleção Brasileira perde, não é mais a nação perdendo, como era em 70.

Outra contribuição para este declínio, segundo os autores, é o estrangeirismo dos jogadores, que seria a exportação de jogadores brasileiros e o patrocínio de marcas globais, o que faria com que as pessoas de outras partes do mundo, pudessem se sentir identificadas com os jogadores brasileiros, e não apenas os torcedores compatriotas. Isto contribui para a perda de nacionalismo da Seleção Brasileira, por parte dos brasileiros.

Cremos que um sintoma é sempre voltar à tona essas idéias de formar uma seleção brasileira formada por jogadores que atuam no Brasil, porque os "estrangeiros" "não honram a camisa amarela", "não estão mais interessados, porque ganham muito dinheiro lá fora" (HELAL & SOARES, 2004, p. 17).

Esta afirmação dos autores, de colocar jogadores que atuam no Brasil, na seleção, para recuperar este sentimento nacional, pode ser uma explicação para a realização de *Brasileirinhos*, na qual aborda a história de seis jovens brasileiros que “possivelmente estarão na Copa do Mundo” (BRASILEIRINHOS, 2012). Dentre eles, cinco jogam em clubes brasileiros.

Outra característica que pode ser fortemente relacionada à identidade nacional é a rivalidade entre Brasil e Argentina, que, de acordo com Frigerio (2002) atualmente expressasse, principalmente, através do futebol. Entretanto, a rivalidade já remonta há mais de 500 anos de história, antes mesmo das disputas esportivas e do próprio surgimento dos países como nações independentes.

Para Silveira (1997), pode-se dizer que a rivalidade traçada entre Brasil e Argentina está relacionada às disputas por território entre Portugal e Espanha e nas disputas bélicas pela posse da Colônia do Sacramento. Posteriormente, com a independência dos países a disputa

²³ Termo originalmente criado por Nelson Rodrigues na sua crônica “A pátria em chuteiras” e que atualmente é conhecido popularmente.

passou a ser pela hegemonia continental. O Império brasileiro temia que a Argentina reinstalasse o Vice-Reinado do Prata²⁴, enquanto que os argentinos temiam a política expansionista brasileira, que poderia isolá-los e submetê-los no continente.

A rivalidade relacionada ao esporte começou em 20 de setembro de 1914, em um amistoso realizado em Buenos Aires entre as seleções dos países. A Argentina venceu o Brasil por 3 a 0. Uma semana depois, o Brasil venceu a seleção vizinha por 1 a 0, na primeira edição da Copa Roca²⁵. Cabe destacar que a Argentina não considera essa primeira versão da copa e por tanto, desconsidera a vitória brasileira. Passa a considerar o torneio apenas a partir de 1939.

Outro momento de conflito, de acordo com Carvalho (2012) foi em torno da questão da usina hidrelétrica de Itaipu, na década de 1970. Construída em parceria com o Paraguai. Era chamada de “bomba d’água” pelos argentinos, já que, dizia-se que se suas comportas fossem abertas, Buenos Aires ficaria submersa. Este momento de tensão, dos anos 1970, coincide com um período em que a seleção Brasileira começava a ganhar força e destaque no futebol mundial, enquanto que a Argentina vivia momentos de crise. Pode-se destacar aqui também a figura de Pelé, considerado por muitos como o melhor jogador do mundo, que ganhou destaque justamente nos períodos de maior crise do futebol argentino. De 1958 a 1970 a seleção brasileira, com Pelé, venceu três das quatro Copas do Mundo que disputou, enquanto que a Argentina não obteve nenhum título. Posteriormente, essa situação se inverteu e Maradona apareceu como jogador, considerado por muitos como o melhor do mundo, em uma fase em que o futebol brasileiro não ganhou títulos.

Com o tempo, as rivalidades econômicas e políticas diminuíram, principalmente, com a criação do Mercosul. De acordo com Carvalho (2012, p.98)

A Copa de 1986 foi escolhida por representar um novo paradigma nas relações entre Brasil e Argentina. Ambos os países nesse momento realizavam uma transição para um regime democrático e davam um grande passo de aproximação política e econômica através da assinatura da “Ata de Integração Brasileiro-Argentina” em 1986, que abriria o caminho para a consolidação do MERCOSUL em 1994.

Porém, mesmo com as disputas no campo econômico e políticos, a rivalidade no esporte não terminou. Outro momento que expõe essa rivalidade é em relação à Copa Libertadores da América. Até o final dos anos 1980 e início dos anos 1990 o campeonato não

²⁴ Criado em 1776, foi uma confederação unindo Uruguai, Paraguai, Peru, e Argentina na liderança. Tinha a intenção de conter o avanço de grandes potências, principalmente Portugal, no continente.

²⁵ Copa em que participam apenas Brasil e Argentina, atualmente conhecida como “Superclássico das Américas”.

era muito valorizado pelos clubes brasileiros, o que fez com que os argentinos, que valorizam mais a Libertadores, conquistassem mais títulos. Atualmente, os times argentinos detêm 22 títulos contra 17 dos brasileiros. Por outro lado, enquanto a Argentina é bicampeã mundial, o Brasil é penta campeão.

As disputas também vão além dos gramados. Em 1920, em uma partida entre Brasil e Argentina, a seleção brasileira foi recebida em Buenos Aires com manchetes de cunho racista na imprensa local, em que chamavam os jogadores negros do Brasil de “macaquitos”. Frigerio (2002) aponta, neste sentido, que ao serem chamados de “macacos” pelos argentinos, este fato relaciona diretamente com a identidade nacional e as origens africanas de nossa população.

Porém, acreditamos que esta rivalidade entre os países esteja cada vez mais distante da realidade. Mesmo assim, ela é reforçada midiaticamente através do futebol e principalmente pelas seleções. Esta afirmação é baseada no momento atual do futebol brasileiro, já que muitos jogadores argentinos jogam nos clubes brasileiros e são ídolos dos mesmos (como por exemplo: D’Alessandro, do Internacional).

É nesse sentido que Carvalho (2012) afirma que esta rivalidade é muitas vezes refletida e alimentada através da mídia e do discurso jornalístico, fazendo com que este sentimento de rivalidade seja algo já institucionalizado como parte da identidade brasileira. O futebol, aqui, de acordo com a autora, adquire o significado de uma guerra simbólica contra o outro, o time adversário, neste caso a Argentina.

Na série Brasileirinhos, veremos que esta rivalidade é ilustrada inúmeras vezes, na rivalidade entre Neymar x Messi, por exemplo, ou através de imagens de jogadores brasileiros derrubando jogadores argentinos, em uma partida. O que poderia representar uma superioridade técnica e física no futebol, e simbolicamente, identitária, como se ser brasileiro fosse melhor do que ser argentino.

1.4.1 O fim do futebol arte

O futebol brasileiro passa por um momento de mudanças, que já dura décadas. Se o Brasil ficou conhecido pelo seu futebol arte, nome referente ao gingado dos jogadores e a habilidade nos dribles e das jogadas, conhecido por jogadores como Pelé e Garrincha, atualmente, passa por um momento de incertezas.

Por mais que o futebol arte tem sido pauta na mídia, até os dias atuais, segundo analistas, *blogueiros* esportivos, apaixonados, e até ex-jogadores, o futebol arte brasileiro

morreu em 1982, nas quartas de final da Copa do Mundo, realizada na Espanha, quando a equipe que apresentava o futebol mais bonito (em termos de plasticidade e não de resultado), acabou perdendo de 3x2 para a Seleção Italiana.

Este episódio se tornou conhecido como “A tragédia de Sarriá”, e tem sido citado ao longo dos anos como uma ferida que cicatrizou, mas sempre está presente. Seja em artigos ou entrevistas, ela aparece. Inclusive há livros que tentam explicar a derrota da última equipe que representou o futebol arte, como por exemplo, “Sarriá 82 – O que faltou ao futebol arte?”, de Gustavo Roman e Renato Zanata, de 2012.

É claro que uma partida de futebol não pode ser considerada uma tragédia, mas o jornalismo esportivo assim o intitulou. E o futebol arte brasileiro chegava à sua última apresentação em Copas de Mundo, depois disso, o Brasil perderia a sua identidade, “depois daquele 5 de julho, o futebol nunca mais foi o mesmo.” (COELHO, 2012).

Dessa forma, trocamos o futebol arte pelo futebol eficiente, o de resultado, no qual a vitória é o que interessa e não o espetáculo do esporte. Foi desta maneira que o Brasil conquistou as Copas do Mundo de 1994 e 2002, chegando à final em 1998, apresentando um futebol eficaz para as conquistas.

Um dos graves problemas da seleção brasileira, atualmente, é a herança adquirida deste futebol arte citado acima. Temos no país a forte crença de que o Brasil irá ganhar uma partida ou um campeonato pelo “peso da camisa” (que seria a tradição de uma equipe no futebol, por exemplo, a única seleção pentacampeã mundial), e pelas individualidades dos seus jogadores.

Acredita-se que o Brasil tem uma camisa pesada, tem craques e que, no fim, tudo vai dar certo. Não vai. Cada vez mais, os times e seleções compensam a falta de habilidade com disciplina tática e organização. Eles se preparam para ter alternativas quando tudo estiver dando errado. (LIMA, 2014).²⁶

O futebol moderno mudou, a eficiência passou a ser mais importante do que os individualismos, e assim os resultados têm favorecido as equipes que demonstram maior comprometimento tático. Exemplos não faltam para ilustrar o momento atual do futebol, como a final do Mundial de Clubes 2006, em que o Internacional de Porto Alegre ganha pelo placar de 1x0 do Barcelona, considerada uma das melhores equipes do mundo, que carrega um grande peso na camisa.

²⁶ Disponível em: <<http://esportefino.cartacapital.com.br/alemanha-7-x-1-brasil-copa-goleada/>> Acesso em 17 de nov. de 2014.

Outro exemplo são os times que participaram da final do Mundial de Clubes de 2013, Corinthians (Campeão da Copa Libertadores em 2013) e Chelsea (Campeão da Champions League em 2013), que venceram os maiores torneios da América e da Europa, respectivamente. Estas duas equipes foram campeãs nos torneios continentais apresentando um futebol eficiente, com empenho tático, sem individualidades e sem futebol arte.

O sucesso no futebol atual deriva diretamente da disciplina e conhecimento táticos dos jogadores e da capacidade dos treinadores de usar isso para montar esquemas eficientes. Seleções como Costa Rica, Grécia, Estados Unidos e Argélia chegaram longe na Copa do Mundo (para seus padrões) justamente por terem essas características. (LIMA, 2014)²⁷.

Outros exemplos, como os últimos campeões do mundo possibilitam demonstrar como o futebol tático se tornou mais eficiente do que o futebol que valoriza as individualidades: Itália em 2006, Espanha em 2010 e finalmente Alemanha em 2014. Todas são equipes que jogaram pelo coletivo e nem sempre tinham os melhores jogadores nas suas equipes, mas “Quando a boa tática é aliada a uma técnica de alto nível [...] as seleções brilham e se tornam favoritas.” (LIMA, 2014)²⁸.

Além disso, outro motivo que acreditamos ser importante, mesmo que não diretamente relacionado ao futebol arte, tem a ver com a mercantilização do futebol, e conseqüentemente, com o rendimento da seleção brasileira nos últimos anos. Trata-se da participação de empresários nas convocações dos jogadores a partir da sua influência. Da mesma forma que Leandro Damiano, em *Brasileirinhos*, cita a influência dos empresários para que os jogadores possam ter acesso aos grandes clubes, o mesmo acontece com a seleção.

Em entrevista durante a apresentação do projeto “Brasil um país um mundo”, em junho de 2013, Pelé, declarou a dificuldade da seleção atual, devido à participação dos empresários e ainda comparou-a com o tempo em que ele era jogador, e os sucessos passados.

Na minha época, nós tínhamos uma segurança na formação das seleções. Não tinha tanta mudança como tem ultimamente. Ultimamente, até pela força que os empresários têm para escalar jogadores na seleção, começaram a mudar muito as convocações. No nosso tempo era mais fixa. O grande sucesso da Seleção nessa época era porque nós jogávamos muito tempo juntos, nós já nos conhecíamos (PELÉ, 2013).

²⁷ Disponível em: <<http://esportefino.cartacapital.com.br/alemanha-7-x-1-brasil-copa-goleada/>> Acesso em 17 de nov. de 2014.

²⁸ Disponível em: <<http://esportefino.cartacapital.com.br/alemanha-7-x-1-brasil-copa-goleada/>> Acesso em 17 de nov. de 2014.

Como vimos, na época do jogador, foi considerado um dos maiores momentos do futebol brasileiro, com o Tricampeonato mundial. Um dos pontos da decadência do futebol arte mencionado anteriormente, é citado por Pelé acima: a rotatividade da seleção, ou seja, a falta de entrosamento, do toque de bola rápido, das jogadas ensaiadas, das jogadas individuais que terminavam com um passe final para o companheiro fazer o gol.

O Brasil apresenta diversas opções de jogadores no futebol brasileiro, devido ao grande número de pessoas que praticam o esporte. Este motivo deve-se ao fato do Brasil ser um dos maiores países do mundo, e o número de pessoas ser maior que de outras potências do futebol mundial, como Alemanha e Itália, por exemplo. Esta diversidade de jogadores que participam da seleção brasileira acaba tornando a seleção pouco entrosada. A rotatividade dos atletas é comprovada no nosso trabalho. Dos seis jogadores da série *Brasileirinhos*, apenas dois participaram da Copa do Mundo de 2014.

É por este motivo que dificilmente se perguntarmos a alguém, se saberá dizer qual é a equipe titular da seleção brasileira. Em entrevista, Pelé acredita que esta rotatividade atrapalha a seleção, “O Mano ficou dois anos e meio no comando e não tinha uma base de Seleção. Toda competição ele trocava tudo”. (PELÉ, 2013)

Portanto, o declínio do futebol arte é causado pelas mudanças do futebol, pela desorganização da confederação brasileira de futebol e, pelo poder dos empresários na mercantilização de jogadores, que tem influencia para colocar ou retirar algum jogador na seleção brasileira (que acaba mostrando uma rotatividade na seleção e impede que a equipe se torne entrosada e não demonstre jogadas ensaiadas, bonitas visualmente).

Desta forma, acreditamos que o futebol arte, ainda existe, apenas no imaginário dos brasileiros e portanto, é um discurso reutilizado pela mídia para atrair a sua audiência. E o que podemos esperar de *Brasileirinhos*? O futebol arte dos anos 70 e 80? Dos dribles e da elegância? O futebol sem identidade que entre vitórias e derrotas conseguiu ser campeão em 1994 e 2002, porém acabou perdendo a final de 1998 e tendo fracassos nas quartas de final da competição em 2006 e 2010? Ou o novo futebol que vem sendo pedido por críticos do futebol? Com táticas bem definidas, coletividade e principalmente com foco no resultado? Cabe a este trabalho perceber qual discurso futebolístico é apresentado ou reforçado em *Brasileirinhos*.

Outro aporte acadêmico, que respalda a nossa hipótese sobre o futebol arte, é a pesquisa realizada por Aguiar & Prochnik (2011) sobre a análise narrativa da Copa do Mundo de 2010. Neste trabalho, os autores apresentam a seleção brasileira sendo substituída em suas

características, por termos que eram utilizados como “alegre” e “simpática” substituídos por “amargurada” e “ranzinza”.

A Seleção Brasileira é narrada como uma das favoritas e associada à ‘alegria’ e ‘simpatia’, mas, nessa Copa, ‘briga’ e ‘reclamação’ são termos comuns associados à equipe de Dunga. O comportamento dentro de campo também causa estranhamento e o jogador passa a ser visto como ‘temperamental’ e com ‘excesso de vontade’. A torcida é ‘exigente’ e os jogadores ‘satisfeitos’ como o resultado, independentemente da qualidade dentro de campo. O ‘jogo bonito’, constituído por ‘dribles’ e ‘talento individual’, é substituído por ‘força’, partidas ‘duras’ e jogadores ‘contestados’. (AGUIAR & PROCHNIK, 2011, p. 12).

Desta forma, este trabalho nos respalda para continuar acreditando nas mudanças do futebol brasileiro na atualidade, porém, também nos demonstra a tentativa midiática apresentada em *Brasileirinhos*, para reconstruir o futebol arte e reforçar a identidade nacional, já que, supostamente, esta mudança na seleção, não agradaria os torcedores, pois mesmo com as conquistas em 1994 e 2002, “não encheram os olhos dos mais exigentes” (KFOURI, 2012).

Assim, passamos para o próximo capítulo no qual iremos nos concentrar no aparelho midiático que será analisado, a televisão. Qual é a importância de analisá-la? Ela consegue influenciar nas identidades? O que são essas representações?

CAPÍTULO 2 – REPRESENTAÇÕES TELEVISIVAS

Nesta seção apresentam-se os conceitos sobre representação, linguagem televisiva e jornalismo esportivo. Para desenvolver este trabalho, primeiramente, se faz importante compreender a importância e a amplitude do meio comunicacional que foi escolhido para análise.

2.1 A Televisão, o laço social e a Identidade Brasileira

Neste capítulo tratamos sobre a televisão e a importância de escolher este meio de comunicação para compreender as representações identitárias relacionadas com o futebol. Como dito anteriormente, a TV é um dos meios de comunicação de maior alcance na sociedade brasileira e isto determina a relevância de estudá-la.

Na realidade, a televisão é elemento central da democracia de massa e exige um verdadeiro investimento intelectual para que se compreenda o seu papel. No entanto, durante muito tempo, o mundo acadêmico não refletiu o suficiente sobre a televisão, como se ela não fosse um objeto de conhecimento "nobre"! Muitos consideravam que tudo era simples: não havia nada a se esperar da televisão! Na realidade, a elite cultural e intelectual não se interessava muito pela televisão porque tinha outros instrumentos culturais à sua disposição (WOLTON, 1996, p. 6).

Para este tópico, utilizamos como referência os estudos de Wolton e sua reflexão crítica sobre o papel da televisão na sociedade. A partir das nossas leituras, podemos dizer que a televisão cria laço social, auxiliando no vínculo entre as pessoas e na formação de identidades.

É a partir deste laço social que pensamos a televisão como um aparelho em potencial para a representação de identidades. Ao chegar a esta conclusão, é preciso especificar de qual identidade estamos falando. Antes disso, é preciso definir claramente que, sob um viés social, a finalidade da televisão consiste em criar uma atividade coletiva.

[...] Reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. É a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica na atividade constitutiva da sociedade contemporânea. (WOLTON, 1996, p. 15).

Acreditamos que as identidades das quais estamos falando estão relacionadas ao esporte. O futebol, no Brasil, é um esporte de massas, espetacularizado e dramatizado. É também um dos maiores espetáculos do mundo, dividido em amistosos internacionais entre

seleções, Copas do Mundo, Eurocopas, Copa América, UEFA Liga, Libertadores da América, entre outras competições. Desta forma, “o esporte, que nasceu dos jogos realmente populares, isto é, produzidos pelo povo, retorna ao povo, como a *folk music*, sob a forma de espetáculos produzidos para o povo” (BOURDIEU, 1983, p. 8). Se o futebol era um esporte e visto como tal, a indústria do espetáculo acabou por transformá-lo cada vez mais em um produto. Este é o motivo pelo qual citamos a importância do futebol como um esporte popular, justificando a relevância do nosso tema.

Outro ponto importante para o futebol é ele ter se tornado uma forma de identidade nacional, cada vez tendo mais espaço na mídia e da mesma forma sendo um tema comentado na sociedade, gerando um incentivo para que as pessoas o pratiquem, pois “o futebol é capaz de criar vínculos. Ele pode promover a consciência coletiva. Ele reúne, em época de Copa do Mundo, torcedores adversários através do entusiasmo” (HATJE, 2000, p. 190).

Este esporte é percebido no Brasil como uma maneira de ascensão social. Os vídeos analisados tratam das histórias de vida de jogadores brasileiros, que saíram da pobreza, de vilas e favelas, para grandes metrópoles pelo mundo afora, alcançando riqueza material e sucesso profissional.

Acreditamos que o futebol, no imaginário dos brasileiros, é visto como uma oportunidade de ascensão social e de vida fácil, “sem dúvida, esta é uma das chaves da divulgação do esporte e da multiplicação das associações esportivas que, originalmente organizadas sobre bases beneficentes progressivamente foram recebendo o reconhecimento e a ajuda dos poderes públicos.” (BOURDIEU, 1983, p.12).

Se Bourdieu (1983) acreditava que a espetacularização do esporte incentivaria a audiência não praticante, passados mais de 30 anos, vemos que a paixão pela prática do futebol não tem indícios de estar diminuindo²⁹. Portanto, podemos compreender o sucesso da adesão do futebol por meio dos dados apresentados, e também, utilizá-los como uma das justificativas para o grande espaço destinado a este esporte na televisão brasileira.

²⁹ A consultoria Deloitte realizou uma pesquisa em 2011 sobre as atividades esportivas praticadas no Brasil pelas pessoas, e chegou ao resultado de que 72% dos Brasileiros gostam de futebol e 32% deles praticam o esporte. Ocupando o primeiro lugar nas duas categorias. Fonte: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-brasil/Local%20Assets/Documents/Estudos%20e%20pesquisas/PesquisaMuitoAlemFutebol.pdf> Acesso em: 09 nov. 2014

Outra pesquisa, realizada pela consultoria DBO mostra que 79% dos homens e 22% das mulheres brasileiras praticam futebol. Fonte: <http://www.bdobrazil.com.br/pt/analises/esporte/Futebol,%20a%20maior%20paix%C3%A3o%20dos%20brasileiros.pdf> Acesso em: 09 nov. 2014. Segundo DaCosta (2006), no Brasil 30,4 milhões de brasileiros praticam o futebol.

Os espectadores não se contentam em "consumir o esporte" no seu sofá, mas nele encontram muitas vezes um convite à prática. A imagem não é tão "esquizóide" quanto já se quis que fosse, pois se essa tese fosse verdadeira, as inúmeras imagens políticas e esportivas mostradas pela televisão teriam afastado os espectadores do exercício da política e do esporte. Ora, em quarenta anos de televisão, não parece que a participação nessas duas atividades tão diferentes e essenciais tenha diminuído. A televisão constituiu-se, ao contrário, num fator de estímulo. (WOLTON, 1996, p. 71).

Desta forma começamos a considerar a televisão como um meio de representação da identidade nacional brasileira, no momento em que o futebol é transmitido e reforçado como símbolo nacional. Esta afirmação abre espaço para outro questionamento, porque o futebol tem tanto espaço dentro das mídias e principalmente desta em específico?

O futebol existe porque alguém é adepto. Ele é transmitido porque alguém assiste. Sem audiência, não há programa. As empresas privadas de televisão querem telespectadores que assistam a seus programas, para que possam ter patrocinadores que os sustentem. Olhar o programa é também compreender um pouco sobre o que está sendo percebido dos brasileiros pelos produtores do programa e emissora do canal. “Digam-me quais os programas assistidos e eu lhes direi qual a concepção de público que existe na cabeça dos que os produziram.” (WOLTON, 1996, p. 18)

Acreditamos que a importância de trabalhar com a televisão passa pela premissa de que esta mídia cria relações entre as pessoas que a assistem, seja positiva ou negativamente. E desta forma, a identidade nacional passa a ser reforçada pelo conteúdo que ela transmite.

A questão fundamental é: para que serve a televisão a um indivíduo que não é jamais passivo diante da imagem e que não retém senão aquilo que quer reter? Ela serve para se conversar. A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso. A televisão é um objeto de conversação. (WOLTON, 1996, p. 16).

Creemos haver dois motivos principais para que o futebol seja tão expressivo na televisão. Primeiro por ser um esporte, e estar relacionado ao entretenimento, diferentemente da política e economia, por exemplo, que aparece no noticiário, pois “cada um a consome individualmente e principalmente para se distrair, ela é muito menos prestigiada do que as outras funções coletivas!” (WOLTON, 1996, p. 16). A citação do autor nos faz refletir sobre o pouco desenvolvimento de pesquisas no campo acadêmico, comparada com outras áreas, e também sobre a falta de olhar crítico na e sobre a televisão. Acreditamos que é por este motivo que a produção dos programas esportivos se preocupa mais em tornar a história emocionante, seja dramática ou cômica, do que torná-la técnica, como por exemplo,

convidando profissionais da área da educação física para falar sobre os esquemas táticos dos clubes, ou um economista para falar sobre a renda dos clubes.

O segundo motivo é o aspecto do próprio futebol, agonístico, em que geralmente uma equipe perde e outra ganha, e a possibilidade de tornar uma partida de futebol em espetáculo. Desta forma, exerce o papel de entreter, já que os efeitos, imagens e trilhas que são utilizadas pelas produções são semelhantes às de um filme, seriado ou novela. Também, é claro, os termos que o jornalismo esportivo usa para caracterizar os jogadores, contribui para criar um roteiro dramático e emocionante, com heróis e vilões.

A força da televisão e, a nosso ver, a fonte de seu sucesso, é justamente essa aliança entre uma dimensão técnica e outra social. A técnica concerne à produção e à difusão de imagens relevantes de gêneros e *status* diferentes (informações, espetáculos, esportes) A dimensão social remete à recepção de massa em condições sociais e culturais muito diferenciadas. Mas a constante dessa mistura continua sendo a questão de uma política da televisão, e em nada elucida o vaivém de meio século entre os dois discursos ideológicos que, desde sempre, envolvem a televisão: a ideologia tecnológica e a ideologia política, que são, inclusive, complementares uma à outra. (WOLTON, 1996, p. 65).

Se a televisão exerce este papel social sobre quem assiste, e como dito anteriormente nas pesquisas, são aproximadamente 98% dos brasileiros, devemos observar com cuidado o que está sendo mostrado, ou seja, o conteúdo que está sendo produzido. Sabemos que a televisão contribui para retratar e/ou modificar as representações do mundo. Por este motivo, devemos pensar a mídia como uma representante de identidades, que ao mesmo tempo em que observa o seu público para criar o conteúdo, torna-se uma referência para os que a assistem.

Wolton (1996) menciona alguns motivos para refletir sobre como as mensagens que a televisão apresenta chegam ao telespectador, entre eles: os diferentes tipos de públicos que assistem e as diversas formas de interpretar as imagens veiculadas. Ou seja, as informações são vistas por pessoas diferentes e, portanto, é possível que as percepções também o sejam.

Em resumo, os heróis que ela mostra ou retrata entram em concorrência direta com outros sistemas de construção de identidades moldados pela sociedade, pela escola [...] Essa dupla função de identificação e de representação não é passiva e resulta de uma espécie de interação constante entre os espectadores e aquilo que a televisão mostra sobre o mundo. (WOLTON, 1996, p. 69).

Esta reflexão extensa, não cabe ao nosso trabalho, que foca principalmente no conteúdo da produção em si. Claro que, indissociavelmente, não podemos falar apenas da

produção sem citar a recepção, por isto, trazemos esta inquietação, que poderá ser utilizada por futuras pesquisas sobre a área.

Ao refletir sobre a escolha desta série, com o nome *Brasileirinhos*, vem à tona com algumas hipóteses. É possível dizer que a série utiliza este nome, para enfatizar a história de vida dos jogadores, - e desta forma também poderia se chamar: as lendas, os craques, os ídolos, os meninos, os moleques, porém, foi escolhido o nome *Brasileirinhos*, que remete, para nós, à representatividade da identidade nacional.

Trazer este conteúdo nas vésperas da Copa das Confederações de 2013 e da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, não pode ser considerado apenas uma coincidência. O produtor e entrevistador do programa, Thiago Asmar³⁰ (2014), entrevistado via e-mail e rede social para este trabalho, revela que o nome foi utilizado para combinar com a música *Brasileirinho*³¹.

Por isso cremos que a série pretende se aproximar dos telespectadores, criando sentimento de identificação, e difundindo a identidade nacional. Reafirmamos esta ideia, através de Wolton (1996, p. 142):

[...] em resumo, a televisão existe na medida da identidade moderna, ao mesmo tempo plural, livre e rápida, o que explica, por oposição, que ela tem a necessidade de se apoiar na identidade nacional. [...] A limitação do canal nacional e da programação aparecem como complementares simbólicas da televisão, pois esta é, simultaneamente, um instrumento de evasão profundamente individual e um meio de se sentir parte do mesmo público, do mesmo país, da mesma sociedade.

³⁰ O produtor e jornalista Thiago Asmar começou como sua carreira como estagiário da revista ISTOÉ, do Jornal do Brasil e depois do Lance, sendo este último o maior jornal impresso esportivo do Brasil. Nele, se tornou repórter especial. Também organizou diversas reportagens nacionais e internacionais e foi o repórter responsável pela cobertura da Copa América da Venezuela, em 2007. Logo depois, foi convidado para trabalhar no setor de esportes da Rede Globo. Começou como produtor e realizou matérias pelo mundo. Em 2011, tornou-se repórter especial do programa Esporte Espetacular. Também é palestrante na empresa Sandra Paschoal. Disponível: <<http://sandrapaschoal.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 05/01/2015.

³¹ É um choro, composto em 1947, por Waldir Azevedo, compositor e músico brasileiro que ficou conhecido como o mestre do cavaquinho. *Brasileirinho* é considerado o maior sucesso da história do gênero. O tema voltou a fazer sucesso no ano de 2003, devido à utilização desta música nas coreografias de Daiane dos Santos, ginasta artística brasileira que ganhou medalha de ouro nas olimpíadas daquele ano. A letra remete à identidade nacional brasileira: o *brasileirinho* é alegre, gosta de festa e de samba.

“Brasileirinho – Waldir Azevedo.

O brasileiro quando é do choro / É entusiasmado quando cai no samba / Não fica abafado e é um desacato/ Quando chega no salão. /Não há quem possa resistir/ Quando o chorinho brasileiro faz sentir / Ainda mais de cavaquinho / Com um pandeiro e um violão/ Na marcação./Brasileirinho chegou e a todos encantou / Fez todo mundo dançar/A noite inteira no terreiro/Até o sol raiar. /E quando o baile terminou/A turma não se conformou: /Brasileirinho/abafou!/Até o velho que já estava encostado/Neste dia se acabou!/Para falar a verdade, estava conversando/Com alguém de respeito/E ao ouvir o grande choro/Eu dei logo um jeito e deixei o camarada//Falando sozinho. Gostei, pulei, /Dancei, pisei até me acabei/E nunca mais esquecerei o tal chorinho/Brasileirinho”.

Acreditamos que, os motivos para a veiculação deste programa, que foi mostrado ao longo de 2012, são: o interesse pela seleção brasileira, pelas Copas que iriam acontecer em 2013 e em 2014. Assim como representar estes jogadores, que, por conhecer as suas histórias de vida, os brasileiros se identificariam e torceriam por eles, pois o público alimenta a expectativa que a imprensa corresponda ao seu sentimento nacional. Segundo Asmar (2014), a escolha dos jogadores apresentados deveu-se ao fato de serem os atletas mais comentados na época.

Sem esquecer o papel social da televisão, cremos que a série *Brasileirinhos*, assim como outros programas esportivos, como Globo Esporte, Jogo Aberto, entre outros, que apresentam a biografia de jogadores, criam um laço entre as pessoas. Isto pode ser justificado devido ao futebol da atualidade, pois não são apenas fãs de uma equipe específica que estão recebendo as informações dos seus times, mas fãs do futebol em geral, fãs dos jogadores, ditas novas celebridades e até fãs dos jovens brasileiros que supostamente, estariam na Copa do Mundo para representar o país, os *brasileirinhos* da série aqui estudada, assim como também, telespectadores em geral. Portanto, na televisão brasileira “encontramos, com efeito, o sucesso e o papel nacional de uma grande televisão [...] constitui um poderoso fator de integração social. Ela contribui também para valorizar a identidade nacional.” (WOLTON, 1996, p. 153).

2.2 Desde a origem do Jornalismo Esportivo a Brasileirinhos

Por volta dos anos 1800, o jornalismo brasileiro passa por uma transformação editorial, incorporando novas propostas e a valorização da notícia baseada em fatos. É nesse contexto, que, de acordo com Bahia (1990) surgem os primeiros passos de uma imprensa esportiva no Brasil. No ano de 1856, é publicado no Rio de Janeiro o jornal *O Atleta*, entretanto, este apenas noticiava ensinamentos para a prática de atividades físicas.

Apenas no ano de 1922 o esporte, enquanto competição, começou a ter espaço nas páginas dos jornais, com a divulgação de imagens de alguns lances de partidas de futebol, entretanto, ocupando pouco espaço e em locais pouco valorizados (AMARAL, 1978). A partir dos anos 1930, com a profissionalização do futebol, e o crescente número de times que nasciam no Brasil, ocorre a sua efetiva incorporação como pauta para notícias dos jornais. Foi nesse contexto que, em 1931, foi fundado o *Jornal dos Sports*, um dos primeiros periódicos a privilegiar o esporte em suas matérias. O jornal circulou até abril de 2010.

A partir dos anos 1950, as notícias esportivas começam a ganhar destaque nas publicações, perdendo o seu local marginal. Toledo (2000) afirma que a partir dessa década as publicações esportivas começam a apresentar textos mais alegóricos que descritivos, valorizando a história de vida dos jogadores, que se tornavam ídolos nacionais.

É nesse mesmo período, nos anos 1950, que tem início a história da televisão no Brasil, por iniciativa da cadeia de rádios e jornais “Diários e Emissoras Associados”, de Assis Chateaubriand. A partir da importância que o esporte já tinha adquirido no meio impresso, logo nas primeiras transmissões ele já ganhou um espaço de destaque na grade de programação da televisão brasileira. De acordo com Ribeiro (2006) nesta mesma época de surgimento, a TV Tupi exibiu uma reportagem sobre um jogo entre Portuguesa e São Paulo, considerada a primeira manifestação do jornalismo esportivo na televisão brasileira. Entretanto, o primeiro programa dedicado inteiramente ao esporte foi Vídeo Esportivo, apresentado por Aurélio Campos, também naquele período.

No ano de 1970, a partir da transmissão da Copa ao vivo, para todo país, o esporte consolidou seu espaço na televisão. Cabe destacar aqui, de acordo com Sousa (2006) que nesse período ainda não havia uma boa estrutura para a cobertura esportiva, nem muitos recursos tecnológicos. Porém, fundamentado em modelos importados dos Estados Unidos, a TV Globo já começava a apresentar novas propostas para as reportagens e coberturas esportivas. Com base nisso, na década de 1970, foram criados programas esportivos que existem até hoje, como o *Esporte Espetacular* e o *Globo Esporte*, ambos da Rede Globo.

Com o passar dos anos e com os grandes avanços tecnológicos, os programas esportivos começaram a se utilizar de novos recursos, ampliando formas de transmissão, reportagens, matérias e ideias a serem veiculadas. Segundo Barbeiro e Rangel (2006, p. 97), o leque de pautas ficou mais amplo para os jornalistas, com tantos detalhes que a tecnologia proporcionou, como: “a dor de um jogador, o olhar de um cobrador de pênalti, a reação do torcedor”. Junto ao crescente uso das tecnologias, alterou-se, também edição, conteúdo, apresentação, narrativa e linguagem, utilizando mais recursos ou novas formas de apresentar o conteúdo.

Cada vez mais as produções televisivas esportivas estão se tornando mais elaboradas, repletas de efeitos, roteiros, diretores e atores (principalmente para reconstruir cenas apresentadas em relatos). Desta forma, algumas reportagens tornam-se curtas-metragens e participam de festivais, como o de Neymar no FIFE.

Segundo Bezerra (2008, p.109), o formato das notícias esportivas na televisão vem sofrendo uma grande mutação. Pois, atualmente, passam de um estado informativo para um

mais leve e descontraído, juntamente com a evolução tecnológica. “Aparentemente matéria alguma escapa ao tratamento leve, divertido, espetacular ou sensacionalista. [...] A linguagem, aliada a muitos recursos visuais, beira o humor. O relato da notícia, a informação em si, é praticamente deixada em segundo plano”. Como, por exemplo, nos vídeos dos jogadores, que utilizam imagens gravadas, animações e onomatopéias para descontrair a história. Podemos observar um padrão de formato nestes vídeos, no qual a descontração está interligada aos relatos das histórias dos *Brasileirinhos*.

2.2.1 Esporte Espetacular

O Esporte Espetacular é um programa televisivo semanal de esportes. Tendo sua primeira transmissão em 08 de dezembro de 1973, é um dos programas mais antigos da TV Globo, transmitido em rede nacional. Inicialmente, objetivando criar um espaço que proporcionasse a veiculação de notícias esportivas, inspirou-se no americano *Wide World of Sports*, um programa esportivo exibido pela rede ABC.

No ano de 1976, José Bonifácio de Oliveira, vice-presidente de operações da TV Globo, percebeu que o modelo de transmissão utilizado não representava a realidade brasileira, fazendo com que a audiência não se identificasse com o programa. Assim, o Esporte Espetacular modificou-se, alterando seu foco para esportes mais afins e próximos do telespectador brasileiro. Ao longo dos anos, o programa ainda sofreu alterações em relação ao dia e horário de transmissão. Inicialmente, era veiculado aos sábados, posteriormente passou a ser exibido no domingo à tarde (1976), domingo de manhã (1977), e no sábado à tarde (1981).

Em 1983, o Esporte Espetacular deixa de ser exibido, voltando quatro anos depois, desta vez nas noites de domingo. O foco eram os esportes nacionais e radicais.³² Outra mudança sofrida pelo programa foi a abrangência de mais modalidades esportivas nos blocos do programa. Inicialmente, os blocos apresentavam apenas dois esportes. Em 1991, o programa voltou a ser exibido nos sábados à tarde, com participação de Fernando Vanucci, Mylena Ciribelli, Isabela Scalabrini e Léo Batista, como âncoras. Possuindo uma hora e meia de duração, tinha como característica a dinamicidade das notícias, devido à curta duração que possuíam e a descontração, graças à informalidade dos apresentadores no momento de exibir as matérias.

A partir de outubro de 1996, o programa alterou mais uma vez seu horário de exibição e seus âncoras. Glenda Kozlowski e Clayton Conservani se tornaram os responsáveis por

³²Eram priorizados esportes como futebol, vôlei, em detrimento de esportes de neve, por exemplo, ou esportes menos praticados no Brasil, como beisebol e futebol americano.

apresentar o Esporte Espetacular os domingos pela manhã, horário que se mantém até hoje. Em 2011, o ex-jogador de voleibol, Tande substitui Conservani ao lado de Glenda Kozlowski, todos os domingos.

No dia 20 de maio de 2012, o programa Esporte Espetacular lançou uma série de reportagens, chamada *Brasileirinhos* que mostrava a biografia de seis jovens jogadores brasileiros que jogavam no Brasil e na seleção brasileira. O nome da série remete a jovens brasileiros. De acordo com o produtor do programa, Asmar (2013), o nome foi utilizado para aproveitar a música *Brasileirinho* e porque tratava sobre jovens jogadores brasileiros.

2.2.2 Brasileirinhos

O primeiro motivo de apresentar *Brasileirinhos* e relacionar à identidade nacional, pode ser explicada por meio de uma citação de Hatje (2000, p. 190), na época, ela afirmou que “o futebol exprime o orgulho cívico através de símbolos que caracterizam um país, e a imprensa se vale disso, reforçando de certa forma a importância deles.”

A série foi apresentada por Thiago Asmar, repórter do programa, e apresentou os seguintes jogadores: Paulo Henrique Ganso, Lucas, Dedé, Neymar, Leandro Damiano e Oscar. Este quadro do programa apresentou as adversidades vividas pelos jogadores até chegarem ao futebol profissional e ao reconhecimento no meio futebolístico.

Segundo Asmar (2014), cada episódio levou, em média, duas semanas para ser produzido, entretanto, as apresentações duraram oito meses, de maio a dezembro de 2012. Este fato mostra como as produções atualmente são realizadas em curto prazo e elaboradas de modo com que possam concorrer como melhor filme no FIFE.

Observando a figura abaixo, é possível constatar que a duração do programa que conta a vida de Neymar tem 33 minutos, ou seja, 13 minutos a mais do que a média das outras histórias. Estes dados confirmam a preferência da produção que realizou a série *Brasileirinhos*, pelo jogador.

Data de exibição	Jogador	Tempo de duração do programa
20/05/2012	Ganso	19'22''
03/06/2012	Lucas	20'33''
17/06/2012	Dedé	16'35''
16/09/2012	Neymar	33'00''
07/10/2012	Leandro Damiano	25'36''
02/12/2012	Oscar	27'54''

Figura 1: Duração das histórias exibidas
Fonte: Elaborada pelo autor

É importante trazer o contexto histórico em que a reportagem foi transmitida. Foi em 2012, um ano antes da Copa das Confederações no Brasil (Torneio que antecede a Copa do Mundo e que também foi realizado no Brasil). Aqui é possível ver o incentivo midiático que o programa realiza ao colocar estas histórias antes das Copas, o que acaba gerando no futuro o que Gastaldo (2012, p. 96) chama de “*demanda social* [grifo do autor] pré-existente”, sendo que, logo, acabará utilizando desta própria construção de demanda. “O interesse social pelo futebol no Brasil durante a Copa é apropriado pela mídia” (GASTALDO, 2012, p. 96).

Os seis vídeos apresentam seis jogadores de futebol com potencial de se tornarem atletas que jogaram pela seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014 (fato que acabou não acontecendo). Cabe aqui, uma reflexão: *Brasileirinhos* se trata de uma série que apresentou e construiu novos ídolos que poderiam estar na Copa do Mundo. As narrativas apresentadas sobre os jogadores se assemelham, apresentam a dificuldade que tiveram para se tornar jogadores de futebol, os dramas e conquistas da vida pessoal e profissional. Em todos os vídeos, aparecem pessoas, para falar sobre eles, como família, amigos de infância e antigos treinadores. As histórias foram contadas por meio de fotos, filmes caseiros, relatos dos personagens, reconstrução de cenas e charges.

No dia 19 de setembro de 2012, a série apresentou a história do jogador Neymar, episódio que teve maior duração entre os seis apresentados, com mais de 30 minutos. Segundo o produtor do programa Thiago Asmar, a matéria sobre o Neymar foi a mais significativa, lançando os pontos de audiência que eram de 10 para 14.

Neymar tem se destacado no âmbito esportivo e tornou-se a grande referência no futebol brasileiro na atualidade. Atua como garoto-propaganda, e como ator convidado de seriados e, segundo *Brasileirinhos*, seria a esperança de ser o craque da Copa do Mundo 2014. Por outro lado, o jogador Dedé conta com apenas 16 minutos de vídeo. Esta diferença de mais

de 15 minutos de duração, acontece devido à relevância que cada jogador tem para o futebol e para a seleção brasileira. Outro motivo são os significados que estes carregam consigo e levam para a população, sem esquecer a contribuição da mídia neste processo. Segundo Bourdieu (1997), no seu trabalho “Sobre a televisão, seguido de A influência do jornalismo e Os jogos Olímpicos” a satisfação nacional com um atleta ou uma prática esportiva, é proporcional ao espaço que lhe é dado pela televisão.

A escolha dos seis jogadores pela produção representa a preferência dela com eles. O objetivo de mostrar a vida destes atletas no programa poderia ser explicado como uma forma de “provocar a identificação ou a empatia com os personagens da notícia, promovendo com isso o espetáculo [...] ao exaltar atletas, a imprensa [...] atribui os resultados, ou mesmo a esperança de uma vitória, a determinados jogadores e não à seleção” (HATJE, 2000, p. 193)

Dos seis jogadores da série, temos três paulistas, um carioca, um paranaense e um paraense. Mesmo sendo a história de dois paulistas (Neymar e Oscar) os maiores tempos dos seis episódios, acreditamos que o programa não apresenta um roteiro regionalista, por apresentar atletas de outros estados que jogam em clubes de outros estados brasileiros (além de São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul). Assim, percebe-se que o bairrismo “presente em campeonatos regionais e nacionais, não é tão evidente durante o Mundial. Os profissionais da imprensa – e seus veículos – aliam-se a unidade que caracteriza o País em época de Copa do Mundo” (HATJE, 2000, p. 182)

Desta forma, o programa, que aconteceu em 2012, mas leva o nome *Brasileirinhos*, e tinha como principal objetivo da série, segundo Asmar (2014), apresentar os possíveis jogadores que irão a Copa do Mundo em 2014, podemos relacionar a citação acima com o programa analisado neste trabalho.

2.3 Atual Jornalismo Esportivo

Podemos dizer que, em *Brasileirinhos*, a produção utiliza-se de diversos elementos para criar estas reportagens, como por exemplo, efeitos especiais, processos cinematográficos e técnicas de animação. Tudo isto aliado a um roteiro sensacional, com drama, suspense, comédia, ação e até romance.

Estes últimos elementos podem ser atrelados ao esporte e principalmente ao futebol, pelo seu aspecto agonístico, porém, o culto ao sensacional “não deve ser apenas encarado como reflexo de sentimentos atrelados ao esporte, mas, também, como estratégia narrativa

adotada pela mídia, voltada para interesses mercadológicos, buscando audiência.” (AGUIAR & PROCHNIK, 2011, p. 3).

Ao citarmos as quatro categorias que elencamos no trabalho (herói, ídolo, mito e celebridade), colocamos em pauta quatro universos diferentes de conceitos acadêmicos discutidos durante décadas sobre as melhores definições para estas quatro denominações. Acreditamos que a discussão sobre o uso destes termos é necessária e complexa, inclusive, sendo possível realizar um trabalho apenas com este debate.

Como o foco principal do trabalho são as identidades nacionais, porém, centrado nas representações midiáticas dos jogadores, cremos que esta discussão não deve passar despercebida, e discutiremos aqui, quem são os heróis, ídolos, mitos e celebridades brasileiras, para que ao final da análise, obtenhamos as respostas para este questionamento.

Porém, antes de entrar nos conceitos e na análise dos vídeos, torna-se necessário discutir sobre o momento atual do jornalismo esportivo e de como e porque estas quatro categorias citadas anteriormente são utilizadas pela mídia no futebol. Será que estas construções midiáticas dos jogadores são utilizadas assertivamente? E o que *Brasileirinhos* e a nossa pesquisa nos mostra sobre o papel do jornalista esportivo na teoria e na prática?

Trazemos aqui para dar início a esta discussão, uma breve citação de Giglio (2007) que trabalhou com estas categorias na sua pesquisa sobre os jogadores de futebol. Nela, ele afirma que, ao utilizar os termos, os veículos de comunicação “não se preocupam em defini-los, apenas o utilizam indiscriminadamente. Ao receber tantas informações diferentes, o receptor fica confuso” (GIGLIO, 2007, p. 122).

É por esta afirmação que começa a nossa inquietação sobre os termos utilizados e sobre o momento atual do jornalismo esportivo. Neste campo específico, podemos observar que há um envolvimento maior das emoções das partidas e competições disputadas, dá-se esta característica tanto para quem está participando do evento, como para quem está acompanhando pessoalmente ou por algum meio de comunicação e para quem está transmitindo a disputa.

Por conta da especificidade de seu objeto principal que é o futebol – esporte em que a emoção ocupa um espaço simbólico privilegiado – e do perfil de seus leitores, em sua maioria torcedores ávidos por adentrarem em um território repleto de grandes acontecimentos e de ídolos imortais, configura-se no jornalismo esportivo brasileiro um campo em que é proporcionada uma maior liberdade de investimento narrativo na construção da notícia. (COSTA, 2010, p. 67).

Podemos dizer que o jornalismo esportivo adquiriu essa liberdade para utilizar-se destes termos de forma deliberada, diferentemente de outros âmbitos do jornalismo. Podemos observar estas denominações em *blogs* esportivos e sites de esportes.

Segundo Costa (2010), as reportagens de futebol pela imprensa têm uma visão maniqueísta, e por isso haveria tantos heróis e vilões. Esta observação da autora pode ser vista no dia a dia do futebol brasileiro, já que nas transmissões televisivas esportivas, geralmente haverá um herói e um vilão para cada vitória, empate ou derrota das suas respectivas equipes. Além destes termos, a exuberância de elementos de dramaticidade inseridos na transmissão de uma partida, ou em uma reportagem sobre futebol, também são características comuns da transmissão esportiva, ou seja, “são convertidos em histórias repletas de dramatizações em que o tom superlativo prepondera na tentativa de provocar os afetos do leitor, fomentando identificação fácil e imediata.” (COSTA, 2010, p. 72).

Outro autor que justifica a utilização destes termos é Armando Nogueira, um dos mais reconhecidos jornalistas do esporte brasileiro. Segundo ele, o esporte repousa no épico, na emoção e no lúdico e, além disso, o esporte seria poético. “Então, você pode introduzir metáforas de lirismo, de sabor poético, porque o esporte não se resume a vitória ou a derrota de um clube”. (NOGUEIRA, 2001, p. 22).

Tratamos aqui do jornalismo esportivo. Uma área que vem crescendo ao longo dos anos e tem bastantes adeptos. Porém, o que acontece para que atualmente esteja carente de profissionais qualificados? E questionamos o porquê de ver, em vez de profissionais do ramo sendo chamados para comentar ou debater em mesas redondas sobre esporte, ex-jogadores, ex-técnicos e ex-dirigentes.

Antes de apresentar este problema, tratamos da própria formação em si. Geralmente quem é graduado em jornalismo e quer seguir no ramo esportivo, deve realizar esta formação após concluir o curso, por meio de uma pós-graduação especializada, ou por meio de estágios extra-curriculares.

A cultura brasileira e a sociologia explicam como o futebol, principal esporte brasileiro, mexe com a vida do brasileiro. Uma área onde 76% dos estudantes de jornalismo pretendem especializar-se, deve ser abordada dentro do curso de graduação e tratada como ciência pela comunidade acadêmica. (ANTUNES, 2013)³³.

³³ Disponível em: < <http://ipefut.org/Artigo/15545/buscar> > Acesso em 17 de nov. de 2014.

O autor nos apresenta dados que comprovam a importância de ter um espaço específico na grade dos cursos de graduação de jornalismo para esta área. Já que sem a formação específica, o hábito de optar por pessoas que tenham a experiência prática e não teórica (pois inexistente nos cursos de graduação), continuará.

Mas porque é tão complexo e difícil estruturar o jornalismo esportivo dentro do próprio jornalismo? Porque existe a carência de profissionais e pouca valorização do mercado? Pois bem, primeiro que, ser jornalista esportivo envolveria um conhecimento prévio e condensado dos diversos esportes existentes, o que raramente acontece.

Atualmente é possível ver os esportes sendo tratados como espetáculos, e principalmente o futebol, pela quantidade de patrocinadores, telespectadores e espectadores envolvidos no evento. Queremos dizer que pouco ou nada se fala sobre antecedentes das partidas, teorias e análises aprofundadas sobre o momento do futebol, das equipes, dos jogadores, etc. Porém, sabemos que futebol não é apenas resultados, pois “envolve ciência, tecnologia, saúde, política, história, comportamento, economia. Há inúmeras interfaces possíveis, polemicas e necessárias que o jornalista poderia costurar para não se ater somente à questão da disputa.” (VILLA BOAS, 2005, p. 8).

Ao não ter jornalistas especializados no esporte, quem perde não é apenas a área, mas também o telespectador. Se por um lado, o foco no entretenimento torna-se excessivo, por outro, a televisão perde em sua tarefa de educar e produzir cultura para a sociedade, já que, os programas esportivos focam apenas nos resultados, quando poderiam englobar outras informações pertinentes.

O Jornalismo esportivo deve ser encarado como ciência, e não apenas como uma extensão do jornalismo. Por trás de cada programa de TV, de cada texto no jornal ou na revista, de cada site, ou de qualquer outra nova mídia que tenha conteúdo esportivo, há uma série de conceitos que envolvem não apenas a simples narração ou comentário dos fatos, mas sim uma gama de teorias que envolvem não só o "como", o "porque" ou "pra quem" falamos, mas envolvem toda uma cultura de como o brasileiro encara o esporte. (ANTUNES, 2013)³⁴.

Enquanto o jornalismo esportivo focar mais na vida pessoal dos jogadores, e não em tornar a área cada vez mais profissionalizada, haverá uma perda irreparável maior sobre a relevância do papel do jornalista no esporte. “O futebol se resolve em campo, mas não apenas na hora do jogo. Se os times passam a semana treinando, aprimorando fundamentos, ensaiando lances, executando estratégias, estudando os adversários, por que a imprensa não pode e não deve fazer o mesmo?” (VILLA BOAS, *apud*, BETING, 2005, p. 9).

³⁴ Disponível em: < <http://ipefut.org/Artigo/15545/buscar> > Acesso em 17 de nov. de 2014.

E podemos dizer que, insatisfatoriamente, o jornalismo esportivo, se encaminha para cada vez mais, dar espaço ao sensacionalismo, à produção e venda de emoções e entretenimento, deixando de lado a informação e a ciência do esporte em si. Segundo Cillo (apud, Antunes, 2013) “a luta pelo Ibope, algumas vezes deixa a ‘verdade’ de lado em busca do sensacionalismo. Não é regra, graças a Deus, mas exceção já preocupa. Além do que, os interesses comerciais/financeiros, falam sempre mais alto³⁵” e acrescentamos que, a tendência pelo entretenimento e sensacionalismo, a nosso ver, parece aumentar.

2.4 Quem são os jogadores na TV?

Além de saber quem são, questionamos o porquê da série contar a vida de jogadores? E porque são criadas representações para eles? Esta cultura de construção da imagem de jogadores não é novidade e o futebol ser um dos maiores esportes a serem praticados no Brasil também tem relação com o espaço que a televisão dá para ele.

Enquanto a mídia constrói novos ídolos para chamar a atenção dos espectadores e, da mesma forma, esta audiência se identifica com os jogadores, almejando ser como eles, podemos dizer que acaba criando um círculo vicioso, no qual as pessoas identificam-se com o futebol, gostam e o praticam, tornando-se telespectadores para os programas esportivos.

Por isso, podemos dizer que este fenômeno seria “uma forma de a empresa midiática cultivar a atenção do público, a partir da valorização do evento. O público, ao permanecer interessado, continua a consumir as mensagens transmitidas, que são o produto do programa ou canal televisivo.

Ao se analisar as representações midiáticas no campo esportivo, baseamo-nos, primeiramente, naquelas que já foram utilizadas anteriormente para construir a imagem de um jogador. O foco, neste trabalho, são as identidades nacionais, mas acredita-se que identificar como cada jogador é representado possa ajudar na compreensão maior dos significados presentes, assim como, ajudará na resolução do objetivo específico, sobre como o programa representa midiaticamente estes seis atletas.

Na história dos jogadores apresentada na série *Brasileirinhos*, a produção utiliza recursos como depoimentos, animações, reconstruções para reforçar a veracidade dos fatos apresentados. Desta maneira, o programa fortalece a sua credibilidade e torna o seu discurso consistente e convincente para o público que assiste a reportagem. “Ao contrário, a televisão

³⁵ Disponível em: < <http://ipefut.org/Artigo/15545/buscar> > Acesso em 17 de nov. de 2014.

comercial é predominantemente regida pela estética do realismo representacional, de imagens e histórias que fabricam o real e tentam produzir um efeito de realidade.” (KELLNER, 2001, p. 301).

Nesta parte do trabalho, utilizamos de quatro categorias de representações no âmbito esportivo e que podem ser observadas nos vídeos: o mito, o herói, o ídolo e a celebridade. Como o objetivo principal do trabalho, envolve as identidades nacionais, trazemos as representações com duas preposições iniciais. A primeira é a relevância de cada jogador para a produção (tempo de vídeo) e os roteiros dos vídeos que diferem uns dos outros. (Enquanto no de Neymar são apresentadas as suas fãs, nos outros se restringem a falar sobre as torcidas das atuais equipes). A segunda é demonstrar como é esta celebridade, mito, herói e ídolo brasileiro. Se os trabalhos já realizados procuram identificar os discursos sobre estas representações, nosso trabalho procura compreender como são representadas estas categorias pelo viés da identidade nacional. Como é a celebridade brasileira? O mito brasileiro? Os heróis e ídolos? (por mais que Helal já tenha trabalhado com estas noções de ídolos-heróis) (2003b). Existe um padrão nestas representações, a qual corrobora à ideia da criação de um estereótipo? São discursos repetitivos que a mídia apenas reutiliza? Apresentamos conceitos e reflexões sobre estas categorias, baseado em estudos anteriores das construções midiáticas no futebol.

As representações dos jogadores não são realizadas sem motivo algum, cada construção envolve diferente significado e tem como pano de fundo o sucesso do evento esportivo (venda de ingressos vendidos) ou do programa (maior audiência de telespectadores para a emissora). “De fato, um fenômeno de massa não consegue se sustentar por muito tempo sem a presença de “heróis”, “estrelas” e “ídolos”. São eles que levam as pessoas a se identificarem com aquele evento. Eles representam a nossa comunidade.” (HELAL, 2001, p. 154).

Portanto, analisar a representação destes jogadores, não é apenas observar como eles são construídos midiaticamente, mas também, como a sociedade, seus valores, e comportamentos estão presentes nesta construção. A seguir, passamos a definir conceitualmente as quatro categorias citadas anteriormente.

2.4.1 O mito

Para falar sobre a construção dos mitos no futebol, primeiro é preciso compreender o conceito do termo em si. Os teóricos sobre o mito divergem em alguns aspectos na definição

do seu significado. Por este motivo, se traz aqui alguns autores que abordam este tema para que se possa alcançar uma conclusão sobre o mito, para este trabalho. Esta dificuldade de definir o mito pode ser explicada por Eliade (1994) que se refere ao mito como sendo uma realidade cultural complexa e “que pode ser abordada e interpretada através de perspectivas múltiplas e complementares”. (ELIADE, 1994, p. 11).

Giglio (2007), no seu trabalho de Dissertação *Futebol: Mitos, Ídolos e Heróis*, realiza uma pesquisa etnográfica, a fim de descobrir a importância da representação do Ídolo e do Herói na formação de jogadores de futebol. Mesmo que ele não utilize o termo para definir a representação de jogador-mito, o autor tenta definir o mito a partir de uma visão contemporânea do uso do termo, que seria “realidade viva e real que sustenta os sonhos e desejos da humanidade por meio da comunicação de formas paradigmáticas de orientação no mundo.” (GIGLIO, 2007, p. 46).

Sendo o mito uma realidade, pode-se dizer que a construção mítica dos jogadores pode ser uma representação exagerada das qualidades dos atletas “Os personagens dos mitos são os entes sobrenaturais. Eles são conhecidos, sobretudo, pelo que fizeram no tempo prestigioso dos primórdios.” (ELIADE, 1994, p. 11).

A partir desta lógica apresentada pela autora, observamos que o jogador é construído como mito no futebol pelo que ele consegue realizar dentro de campo, exclusivamente. Relacionando com a apresentação do vídeo do zagueiro Dedé, na serie *Brasileirinhos*, representado como um jogador que tem na sua posição de origem a defesa, além de ser um ótimo jogador, ganhando prêmios individuais da Confederação Brasileira de Futebol, ele consegue marcar gols (símbolo maior de uma partida de futebol) ajudando o seu time a conquistar vitórias.

Encontramos em Faria & Meneghetti (2004), uma análise do jogador representado como mito, e um roteiro criado por eles para compreender o processo de mitificação. A partir da pesquisa realizada pelos autores sobre o jogador Caju do clube Atlético Paranaense, estas considerações podem nos auxiliar a compreender o jogador representado como Mito.

(a) o mito confunde-se com a história do clube e com a história geral do futebol; (b) a efetivação do personagem mitológico só se concretiza após sua morte; (c) a trajetória do mito é marcada pelo sucesso; (d) o processo se dá pela passagem do ídolo para o mito, ou seja, do indivíduo concreto à divinização; (e) a participação no processo de formação histórica é intensa; (f) a credibilidade do personagem mitológico é reconhecida inclusive pelos rivais; (g) a lembrança da sua conduta está associada às expectativas imaginárias idealizadas como sendo as corretas para a prática na atualidade; (h) a imagem do mito está associada no estado ideal e de perfeição que deve ser seguido e praticado por todos. (FARIA & MENEGHETTI, 2004, p. 28).

Por meio destes apontamentos, é possível observar o que significa ser um mito no futebol, assim como também que jogadores estão sendo representados desta maneira em *Brasileirinhos*. Acreditamos, principalmente, na construção mítica de Dedé, hipótese que poderá ser respondida na análise do vídeo.

Após analisar as referências teóricas abordadas sobre o mito, acreditamos que para o nosso contexto, a relação do mito – jogador, para este trabalho, é a que Faria e Meneghetti (2004) apresentam. Desta forma, afirmamos que será de grande importância, ter apresentado a diferença entre o mito referido pelos autores acima e o mito no futebol.

2.4.2 O herói

Como vimos na nossa revisão bibliográfica, diversos pesquisadores têm tratado sobre os heróis no futebol, como por exemplo: Pereira (2012) Oliveira (2013) e Ferraz (2012). Em todos os trabalhos, a base teórica para compreender como são construídas estas figuras na mídia está baseada em Campbell (1990), criador da Jornada do Herói, que seria o caminho percorrido pelo personagem até se tornar um herói. Segundo Campbell (1990), o herói seria aquele que realizou alguma proeza, uma ação inesperada, além do normal, uma experiência ou realização de destaque. Em outras palavras, o herói seria “alguém que deu a própria vida por algo maior que ele mesmo”. (CAMPBELL, 1990, p. 131). Helal (1998) adaptou esta teoria para o âmbito esportivo.

Segundo Campbell (2007), o roteiro se divide em três grandes momentos: A partida, a Iniciação e o Retorno. Estes são divididos em 12 passos a serem seguidos: a) O Mundo comum b) O chamado da aventura c) A recusa do chamado d) O auxílio sobrenatural e) A passagem pelo primeiro limiar f) O ventre da baleia g) Aproximação h) Provação difícil i) Recompensa j) O caminho de volta k) Ressurreição do herói l) Retorno com o Elixir. Para compreender como estes passos podem ser utilizados na representação de histórias, o autor apresenta um exemplo sobre a jornada do herói.

O herói mitológico, saindo de sua cabana ou castelo cotidianos, é atraído, levado ou se dirige voluntariamente para o limiar da aventura. Ali, encontra uma presença sombria que guarda a passagem. O herói pode derrotar essa força, assim como pode fazer um acordo com ela, e penetrar com vida no reino das trevas (batalha com o irmão, batalha com o dragão; oferenda, encantamento); pode, da mesma maneira, ser morto pelo oponente e descer morto (desmembramento, crucifixo). Além do limiar, então, o herói inicia uma jornada por um mundo de forças desconhecidas e, não obstante, estranhamente íntimas, algumas das quais o ameaçam fortemente (provas), ao passo que outras lhe oferecem uma ajuda mágica (auxiliares). Quando chega ao nadir da jornada mitológica, o herói passa pela suprema provação e obtém sua

recompensa. Seu triunfo pode ser representado pela união sexual com a deusa-mãe (casamento sagrado), pelo reconhecimento por parte do pai-criador (sintonia com o pai), pela sua própria divinização (apoteose) ou, mais uma vez — se as forças se tiverem mantido hostis a ele —, pelo roubo, por parte do herói, da bênção que ele foi buscar (rapto da noiva, roubo do fogo); intrinsecamente, trata-se de uma expansão da consciência e, por conseguinte, do ser (iluminação, transfiguração, libertação). O trabalho final é o do retorno. Se as forças abençoaram o herói, ele agora retorna sob sua proteção (emissário); se não for esse o caso, ele empreende uma fuga e é perseguido (fuga de transformação, fuga de obstáculos). No limiar de retorno, as forças transcendentais devem ficar para trás; o herói reemerge do reino do terror (retorno, ressurreição). A bênção que ele traz consigo restaura o mundo (elixir). (CAMPBELL, 2007, p.137).

O autor nos adverte que este roteiro pode ser modificado nas construções de herói, pois pode-se focar apenas em alguns aspectos, às vezes podem surgir novos protagonistas, e novas aventuras, etc.. Desta forma, a jornada é trazida aqui como base para identificar a representação dos heróis em *Brasileirinhos*.

Na condição de herói, cabe ao atleta realizar um ato heróico, que lhe dê destaque e possa ser consagrado como tal, como por exemplo, realizar o gol da vitória da sua equipe. Este fator nos leva a crer que no futebol, o herói é de fato o jogador mais relevante, pois “como o herói está vinculado a um evento mítico, seus feitos são perpetuados, imortalizados e lembrados por muito tempo”. (GIGLIO, 2007, p. 123).

O atleta herói, principalmente no futebol, é um dos exemplos que contribui para o entendimento do aspecto agonístico do esporte. Pranke (2010) traz na sua monografia uma breve apresentação do significado da palavra em si, como sendo de origem grega e que significava luta ou disputa atlética. Neste sentido, para Pranke (2010), o futebol se encaixaria nesta definição por ser um esporte em que há competição, e é preciso uma equipe derrotar a outra para que haja um vencedor e por este motivo, o aspecto agonístico faria parte do futebol.

E a partir deste caráter agonístico, surge o herói. A ideia precursora de se analisar os jogadores de futebol por meio da jornada de herói é de Ronaldo Helal, autor de diversos estudos sobre a área. Em um dos seus trabalhos, Helal (2003b) apresenta uma pesquisa sobre a idolatria de dois ídolos brasileiros: Zico e Romário, se tratando de dois tipos de heróis existentes nas construções da mídia brasileira: o herói clássico e o herói brasileiro.

Nas duas categorias, o herói segue o mesmo roteiro da Jornada, e a diferença está nas essencialidades e no trabalho. Enquanto o herói clássico seria aquele que trabalha, treina e se esforça para ser um bom jogador, o herói brasileiro nasce com um dom, seria o suposto “essencialismo” do futebol brasileiro apresentado anteriormente, a malandragem e o futebol-arte seriam características deste jogador.

O sucesso através do esforço e do trabalho, junta-se aos modelos de heróis mais próximos das sociedades anglo-saxônicas, permeadas por uma ética única do trabalho e do indivíduo. Este modelo é antagônico ao padrão predominante na construção da idolatria nas narrativas, por assim dizer, “oficiais” – nas quais a mídia é o instrumento legitimador – no Brasil. Aqui, temos frequentemente um ideal “essencializado” de seres “moleques” e “irreverentes”. (HELAL, 2003b, p. 25 – 26).

Desta forma, poderemos buscar compreender se algum dos jogadores apresentados na série *Brasileirinhos* é representado como herói no programa. Acreditamos que por meio desta pesquisa poderemos dar indícios de como os jogadores são construídos como heróis midiaticamente nas épocas que antecedem a Copa do Mundo.

2.4.3 O ídolo

Para esta categoria, trazemos a contribuição dos estudos de Giglio (2007) sobre o ídolo. Ele demonstra a diferença entre ser um ídolo e um herói, termos que são confundidos, principalmente, no futebol. Um ídolo é uma pessoa reconhecida, porém incapaz de redimir-se à sociedade.

Desta forma já conseguimos diferenciá-lo inicialmente do herói, por meio deste retorno que o herói dá a sociedade e o ídolo não. Apesar de parecer uma confusão desnecessária, é preciso diferenciá-los conceitualmente, já que segundo Helal (2003a), estes termos são confundidos, principalmente na mídia esportiva. Assim, trazemos neste trabalho, a diferença das duas definições.

O ídolo é o protagonista do espetáculo esportivo, sua presença torna-se imprescindível, afinal, sem ele o jogo “perde a graça”. O herói, para assumir a condição de protagonista, necessita de uma situação mítica que o coloque em evidência. Como o herói está vinculado a um evento mítico, seus feitos são perpetuados, imortalizados e lembrados por muito tempo. O ídolo se relacionará com os seus torcedores/fãs e construirá essa condição no cotidiano e pode atingir a condição de herói caso seu time participe de um evento capaz de demarcar muito bem a identidade do clube, tal como fazer um gol em uma final de campeonato. (GIGLIO, 2007, p. 123).

Assim, percebemos que a condição de ídolo não é permanente, é instável e depende do esforço do jogador para continuar sendo ídolo, ou virar herói ou mito. Pois, a partir do momento em que “o ídolo não puder mais sustentar a sua posição, será substituído por outro jogador apto a ocupar o seu lugar” (GIGLIO, 2007, p. 123).

O ídolo, então, é formado ao longo do tempo, pelo seu desempenho e história no futebol, desta forma, ele “será lembrado por tudo o que fez pelo clube, pelos campeonatos

conquistados, pela identificação com a torcida, pelos jogos inesquecíveis, pelos gols etc.” (GIGLIO, 2007, p.130).

Portanto, é possível dizer, que a condição única de ídolo, está principalmente na ausência das duas primeiras categorias, de herói e de mito. Assim, estas definições nos permitem chamar os jogadores representados de herói e mito, respectivamente, de ídolo-herói e ídolo-mito. Desta forma, acredita-se que os jogadores representados em *Brasileirinhos* sejam todos representados como ídolos dos seus clubes, porém, além desta condição, alguns são também representados como heróis, mitos ou celebridades.

2.4.4 A Celebridade

A última categoria é a da celebridade. Entre os autores mais utilizados para falar sobre o tema, podemos referenciar Kellner (2004), que utiliza a teoria de Guy Debord na *Sociedade do Espetáculo* (1967), na abordagem da definição de celebridade. Para o autor, seriam “ícones da cultura da mídia, os deuses e deusas da vida cotidiana. Para alguém se tornar uma celebridade é preciso ser reconhecido como uma estrela no campo do espetáculo seja no esporte, no entretenimento ou na política”. (KELLNER, 2004, p. 6)

Podemos então dizer que elas são construídas pela mídia. Atores, esportistas, políticos, mas também pessoas do cotidiano podem tornar-se parte desta definição. Na medida em que uma pessoa ganha espaço na mídia, ela acaba tornando-se uma celebridade, independentemente das suas atividades ou qualidades.

Limitando o conceito de celebridade apenas ao âmbito esportivo, podemos definir a celebridade futebolística como “aquele jogador que, por algum motivo, adquire reconhecimento dos demais, por conta de algum gol ou jogada que o coloque em evidência” (GIGLIO, 2007, p. 128).

Acreditamos que a condição de celebridade, está relacionada principalmente ao jogador Neymar, já que ele é mostrado com as fãs, exercendo influência na moda, nos estilos musicais e no visual. A principal diferença desta categoria para as outras, é que o jogador influencia não apenas ídolos ou fãs do futebol, mas também pessoas que não estão interessadas no seu futebol. (Exemplo: Neymarzetas³⁶). Observamos então que ser celebridade independe da condição de herói, mito ou ídolo. Lembramo-nos de alguns casos de jogadores que se tornaram celebridades, porém, não conseguiram ser mitos ou heróis nos seus

³⁶ Nome dado para as fãs de Neymar. São mulheres que realizam atos públicos de carinho pelo jogador, como por exemplo: tatuar a imagem do jogador no corpo, enviar cartas para o jogador e pertencer ao fã-clubes do jogador.

clubes, como o trabalho de Formentin (2006) sobre “O mito nosso de cada dia: a linguagem utilizada na revista *capricho* na mitificação do jogador Kaká.”

Após a apresentação sobre as quatro características que serão utilizadas neste trabalho para identificar a representação dos jogadores, passa-se à análise dos vídeos. Neste caso, será apresentada a Análise Textual como percurso metodológico para responder às perguntas iniciais do projeto.

CAPÍTULO 3 – OS CONVOCADOS ³⁷

A metodologia utilizada para desconstruir a representação midiática das histórias dos jogadores apresentadas no programa é a da análise textual. Para construir um roteiro de análise, é preciso compreender de que texto está se falando. O viés metodológico presente é o de Casetti e Chio (1999), que se aplica a programas televisivos.

Compilamos os seis vídeos de *Brasileirinhos* para observação. Posteriormente escolhemos os vídeos em que estão presentes as quatro categorias de representações trazidas no trabalho e assim, prosseguimos com a decomposição dos vídeos para interpretação.

3.1 Análise Textual

Nesta metodologia, os autores valorizam as realizações linguísticas e comunicativas, ou seja:

Construcciones propriamente dichas, que trabajan a partir de material simbólico (signos, figuras y símbolos presentes en el léxico de una comunidad), obedecen a reglas de composición específicas (la compaginación de un telediario, el hilo argumentativo de una investigación, la sucesión de secuencias de una serie, etc.) y producen determinados efectos de sentido (conviven con la <<realidade>> o la <<irrealidad>> de quanto dicen, etc.) (Casetti e Chio, 1999, p. 249).

Segundo os autores, a análise textual pretende complementar alguns pontos da análise de conteúdo que limitavam a pesquisa. Por exemplo, na análise textual, não se veem apenas as unidades isoladas, mas sim as relações que há entre elas e os seus significados. Enquanto a análise de conteúdo separa o que é dito dos valores que são afirmados, a análise textual aborda conjuntamente estes elementos, pois os textos “*atribuyen regularmente una valorización a los objetos, a los comportamientos, a las situaciones, etc., y, a partir de ahí les dan un <<peso>> diferente, según se juzguen de modo implícito o explícito.*” (Casetti e Chio, 1999, p. 250).

Os autores sugerem utilizar um esquema de leitura, para organizar e desmembrar o programa. Este esquema seria um guia para organizar o programa a ser analisado e suas

³⁷ O título utilizado remete à análise da representação dos jogadores. A convocação refere-se ao ato do treinador chamar os jogadores que estarão na Seleção, no campeonato ou na partida. Desta forma, fazemos alusão a este ato, com os jogadores selecionados pelo produtor para criar a sua escalação de atletas que possivelmente jogariam pelo Brasil na Copa do Mundo de 2014.

características. Este roteiro é dividido em quatro fases: Sujeitos, Textos Verbais, História e Cena.

Após resgatar todos os dados possíveis por meio do esquema de leitura, se passa para a segunda fase da análise. Os autores nos dão a possibilidade de realizá-la por três segmentos diferentes. Primeiro o da linguagem, seguido das estruturas e por último o dos processos.

A primeira, a linguagem televisiva, aborda como é mostrada, ou “recriada” a realidade, ou seja, significa “*analizar el modo en que la televisión produce sentido, así como las reglas (incluso implícitas) a las que se remiten los productores y los consumidores de los programas.*” (CASETII e CHIO, 1999, p. 260). É ela que nos permite analisar a imagem e o som, separado e simultaneamente, interpretando os códigos e significados. O segundo segmento, o da estrutura, foca principalmente nas estruturas discursivas e argumentativas do programa, deixando de lado as questões técnicas. O terceiro e último segmento é o dos processos que permite analisar a narrativa da história e o papel dos narradores. Os autores apresentam estes três caminhos possíveis a ser seguidos, dependendo da necessidade de cada pesquisa.

Como a metodologia permite, pela complexidade da análise e dos programas a serem vistos, procuramos reformular a metodologia de modo que abrangesse o objeto nos aspectos que auxiliassem a resolver os questionamentos apresentados anteriormente sobre representação e identidade nacional.

Desta forma utilizaremos o esquema de leitura e a linguagem televisiva que aborda como é mostrada, ou “recriada” a realidade, ou seja, significa “*analizar el modo en que la televisión produce sentido, así como las reglas (incluso implícitas) a las que se remiten los productores y los consumidores de los programas.*” (CASETII e CHIO, 1999, p. 260). A linguagem televisiva é entendida aqui como um fenômeno complexo e heterogêneo, composto de aspectos linguísticos, sociais e culturais.

Assim, o nosso roteiro metodológico a ser utilizado é este:

- a) Sujeitos e Funções: Identificam-se os sujeitos e as suas funções no vídeo.
- b) Textos verbais: Nesta seção observam-se com que frequência as palavras se repetem, como também o contexto destas palavras.
 - Peso das palavras-chaves: mede-se o número de palavras relevantes sobre a Representação do jogador ou a Identidade Nacional
 - Conteúdo do discurso: Análise das palavras relevantes.
- c) História: Aqui iremos observar como é colocada a história no vídeo, analisaremos dividida em temas e o que cada um deles abrange.

- d) Cena: Nesta seção observamos os locais em que o programa é gravado e o que eles representam na história.
- e) Códigos discursivos: Nesta seção observamos os sons e as imagens do vídeo e o que eles representam.
- Códigos visuais: observações de inserções visuais.
 - Códigos Sonoros: observações das trilhas sonoras.

Para este trabalho, trazemos dois vídeos. Tentamos contemplar as representações que utilizamos como características (Herói, Mito, Ídolo e Celebridade). Portanto, após a observação dos seis vídeos, escolhemos os dois em que conseguimos perceber as quatro categorias presentes: o vídeo do jogador Dedé e o de Neymar. Coincidentemente, são os de menor e maior duração de exibição, respectivamente.

3.2 O Mito Dedé

- a) **Sujeitos e funções:** Identificam-se os sujeitos e as suas funções no vídeo.

Personagens	Função
Dedé	Protagonista
Maria Helena Vital (mãe de Dedé)	Conta sobre a sua história difícil antes de ver o filho se tornar jogador de futebol.
Gleydson (irmão de Dedé)	Fala sobre o apelido de infância do irmão, e de como ele se tornou um líder para ele e sua família.
Neymar (jogador de futebol do Santos)	Considerado o melhor jogador do país, fala sobre a dificuldade em jogar contra Dedé, por ser o melhor zagueiro jogando no Brasil, na época.
Mano Menezes (técnico da Seleção brasileira na época)	Técnico da Seleção Brasileira na época, fala sobre a possibilidade do jogador em ir para a Copa do Mundo.
Mariana (irmã de Dedé)	Considera-o como um pai, fala sobre as coisas que o irmão ofereceu para ela, na ausência do pai biológico. Representa o elemento de identidade nacional relacionado ao Patriarcalismo

Figura 2: Sujeitos do vídeo
Fonte: Elaborada pelo autor

b) **Textos verbais:** observa-se a frequência que as palavras se repetem, como também o contexto destas palavras.

- **Pesos de palavras-chaves no texto verbal:** mede-se o número de palavras relevantes sobre a Representação do jogador ou a Identidade Nacional.

Identidade nacional	
Palavra	Frequência
Trabalhar/trabalho/trabalhador	8
Brasil/brasileiro/brasileira	7
Futebol	3
Copa	3
Seleção	2

Figura 3: Identidade nacional em Brasileirinhos
Fonte: Elaborada pelo autor

Conforme Figura 4, as palavras que são utilizadas no discurso que nos lembram elementos da identidade nacional, e temos como destaque principal a palavra trabalhador (8), que remete a ideia do brasileiro batalhador. (SANTOS & COSTA, 2006).

Representação do jogador	
Palavra	Frequência
Mito	4
Melhor zagueiro	3
Ídolo	2
Diferenciado	2
Líder	2
Brilho	1
Titular absoluto	1
Maior Xodó	1
Unanimidade	1
Craque	1
Forte	1

Figura 4: A representação do jogador
Fonte: Elaborada pelo autor

Aqui se traz todas as palavras que são utilizadas para representar o jogador, temos como as mais utilizadas: Mito (4), Melhor zagueiro (3), Ídolo (2), Diferenciado (2) e Líder (2). Obtemos um resultado quantitativo sobre o jogador sendo representado como um mito.

- **conteúdo do discurso:** Colocamos o contexto das palavras-chaves com maior frequência citadas

Palavra	Contexto
Trabalhar/trabalho/trabalhador	[Maria Helena] (OFF) Queria jogar bola, era colégio pra pagar passagem, então pra isso aí, o pai dele, não vou falar, o pai dele dava pensão, mas não supria a nossa vida, aí eu tive que trabalhar, trabalhava muito, mas muito, muito, muito mesmo. Fazia salgadinho pra fora, fazia faxina na casa dos outros e ia pra beira do campo, vendia as coisas, entendeu? Pra sustentar eles, pra ter uma vida digna.
Trabalhar/trabalho/trabalhador	[Dedé] Vou te contar, cê não vai acreditar. Eu cheguei em casa acho que deve ter umas três semanas, não, ela me ligou, mandou mensagem: eu tenho que falar contigo. Cheguei em casa ela falou: Não, tenho que trabalhar. Mas cê vai trabalhar com o que? Não, vou trabalhar na casa da... ela tem uma patroa que ela ama a patroa dela. Eu falei: cê tá maluca, mãe
Trabalhar/trabalho/trabalhador	[Narrador] (OFF) Ou seja, a mãe do Dedé queria continuar trabalhando como doméstica.
Trabalhar/trabalho/trabalhador	[Gaúcho] Quem trabalha na base, muitos anos nisso, vê o potencial do atleta, você vê que o atleta tá ali, tá pronto, preparado, não tem nada que possa impedir você de colocar o atleta. E eu vi essa qualidade muito grande no Dedé
Trabalhar/trabalho/trabalhador	[Dedé] (OFF) É um sonho cara, foi um sonho

	realizado de estar na Seleção, então isso me motiva a trabalhar mais ainda pra estar na copa.
Mito	Narrador (OFF) “Dedékenbauer”, referência a um dos maiores zagueiros da história, (ídolo alemão, Franz Beckenbauer). O cara passou a ser chamado até de mito. Tem gente até dizendo que não viu Pelé, mas viu Dedé.
Mito	[Narrador] (OFF): Você se acha um mito? [Narrador] (OFF): Mito pode até ser demais, mas Dede é diferenciado. Modéstia à parte, ele mesmo sabe: Dedé tem pronto fraco?
Mito	[Narrador] (OFF): O zagueirão, que intimida os atacantes, ficou com lágrimas nos olhos e preferiu parar de falar para não chorar. Dedé o meninão da Dona Maria Helena, o exemplo do Glaydson, o pai e irmão da Mari, o mito da torcida vascaína, o novo ídolo do futebol brasileiro.

Figura 5: Conteúdo referente às palavras-chaves no vídeo

Fonte: Elaborada pelo autor

c) História

Primeiramente, tentamos seguir a jornada do herói de Campbell para comprovar se ele era considerado herói na história de forma implícita, já que, explicitamente, não estava sendo nomeado assim. Mas não foi possível seguir o roteiro já que o início do vídeo de Dedé inicia falando sobre os seus apelidos e o assunto se estende por grande parte do vídeo. Desta forma, separamos a história em temas e buscamos observar o que cada um deles poderia representar.

- **Apelidos - Alegria**

O vídeo começa com o narrador comparando o jogador (que se chama Anderson Silva) com o lutador, que é homônimo a ele. Aparece, então, a imagem do lutador e depois do jogador fazendo gol. Logo, o narrador aborda o porquê do apelido dele ser Dedé. Mostra a mãe e irmão do jogador, que, na infância, não conseguia chamar de Anderson e ficou Dedé. Aparece mais uma vez um gol do jogador. Após, o vídeo apresenta os diversos apelidos do jogador desde criança e aparecem alguns amigos de infância para falar sobre este assunto. Um

amigo e o seu irmão falam sobre os diversos apelidos, e o vídeo mostra uma animação do jogador.

- **Mito - Representação**

São apresentados ainda, os apelidos criados pela torcida para o jogador, como *Dedeminator*, aparecendo a imagem do Exterminador do Futuro³⁸ no vídeo, *Dedekembauer* devido ao zagueiro alemão Beckembauer³⁹, também reconhecido pela torcida do Vasco (clube que jogava naquela época) como Mito. Na sequência, aparece Neymar, referenciando o jogador como o melhor zagueiro do Brasil, no programa Altas Horas⁴⁰. O jogador, humildemente, diz que não se considera um mito, mas garante que não tem fraquezas.

- **Infância – Futebol**

Sua mãe fala então sobre sua estatura e o tamanho de suas mãos, novamente, o vídeo apresenta animações. Robinho, amigo de Dedé, fala sobre o tamanho dele desde bebê. Por ele ser alto, foi chamado para ser goleiro. A narrativa continua mostrando vídeos caseiros do jogador como goleiro, aos 11 anos. Conta também, juntamente a uma amiga, sobre sua paixão por pipas, o que atrapalhava o seu desempenho como goleiro, também mostrado por animações. Após levar uma bolada forte na orelha, ele decidiu que não seria mais goleiro, foi quando virou zagueiro.

- **Dificuldades e humildade - Trabalhador**

A partir deste momento é apresentada a história humilde de Dedé e sua trajetória para ser jogador, seu esforço e sofrimento. A mãe conta que não tinha dinheiro para pagar a mensalidade da escolinha e por isso trabalhava como doméstica e vendia pastel para poder sustentar a casa e pagar a mensalidade da escolinha de futebol. O jogador conta, então, que a mãe queria continuar trabalhando, mesmo quando já estavam bem financeiramente, pois, segundo ela, não consegue ficar parada, tem muita energia. O entrevistador fala “a mãe do Dedé querendo trabalhar” e o jogador completa “e como doméstica!”.

- **Futebol profissional e ascensão – O mito**

³⁸ Personagem fictício do filme “Exterminador do Futuro”. É um andróide recoberto com tecido humano, programado para exterminar os inimigos.

³⁹ Ex-jogador Alemão, um dos melhores zagueiros da história do futebol mundial.

⁴⁰ Programa televisivo da TV Globo, que aborda temas relacionados à música, artes, dança e entretenimento.

Ele começou a jogar no Volta Redonda, time de sua cidade natal e logo recebeu propostas do Flamengo e do Vasco da Gama, sendo este o clube que ele escolheu para jogar. Mais uma vez aparecem animações. Um dos momentos mais complicados da carreira do jogador apareceu entre 2009 e março de 2010, quando o jogador não atuava como titular, ficava apenas no banco de reserva.

Após receber a chance para ser titular, em 2010, o jogador começa a se destacar, sendo escolhido o melhor zagueiro de 2010 e 2011. O treinador da época fala sobre ele e é mostrada a torcida gritando seu nome e a imagem de seus gols. O entrevistador questiona sobre a possibilidade de Dedé ir jogar na Europa, e ele fala que, a princípio, tem interesse em ficar no Brasil e continuar no Vasco, pelo menos até a Copa do Mundo.

O vídeo apresenta brevemente Dedé na Seleção Brasileira, sendo um possível jogador para ser convocado para defender o Brasil na Copa do Mundo de 2014. O técnico da seleção, Mano Menezes, em entrevista, fala que o jogador provavelmente irá para a Copa.

- **Qualidades - Patriarcalismo**

O vídeo apresenta mãe e o irmão falando sobre ele ser um líder e ídolo para os amigos. Também sua irmã, de 14 anos o admira e ele a trata como filha, devido a ausência paterna. Na casa da mãe de Dedé, ela se emociona quando fala sobre o irmão e começa a chorar. O vídeo termina com uma frase do entrevistador, afirmando que o jogador é um mito para a torcida do Vasco e um ídolo do futebol brasileiro.

d) Cena

- **Campinho de futebol:** O amigo de Dedé é mostrado em um campo de futebol, remetendo à ideia que ele e Dedé, jogavam ali quando eram crianças. O campo maltratado, ao lado de pequenas casas de tijolo, remete à origem humilde do jogador.

- **Praça Airton Senna:** Uma quadra pequena de futsal, local onde o jogador começou a jogar. Remete a ideia do jogador no início da carreira, jogando em uma praça, como qualquer criança.

e) **Códigos discursivos:** Os códigos visuais e sonoros que fazem parte do programa.

- **Códigos visuais (imagens):** As observações de inserções visuais.



Figura 6: Anderson Silva, lutador de MMA
Fonte: Série Brasileirinhos

O vídeo começa trazendo a coincidência dos nomes do jogador de futebol, com o de Anderson Silva, lutador de MMA (Artes Marciais Mistas). Na época, o lutador era conhecido como Mito dentro do esporte, devido às raras vezes que perdeu uma luta. As percepções de força e invencibilidade estão presentes na imagem do lutador e são repassadas para o jogador.



Figura 7: Dedé e animação sobre seus apelidos
Fonte: Série Brasileirinhos

O vídeo apresenta animações em meio às narrações da história do jogador. Este recurso é utilizado algumas vezes quando não se tem vídeo ou foto sobre o que está sendo contado de maneira descontraída.



Figura 8: Dedé e seus personagens
Fonte: Série Brasileirinhos

Para auxiliar na construção do mito, o vídeo compara Dedé a dois personagens, um real e um fictício, o primeiro é Franz Beckembauer (primeira imagem), o segundo, fictício, Exterminador do Futuro (segunda imagem). Dedé também é chamado de mito e logo se mostra a premiação de melhor zagueiro do Campeonato Brasileiro de 2011 (terceira imagem).



Figura 9: Dedé derrubando jogador argentino
Fonte: Série Brasileirinhos

- **Códigos sonoros (sons):** As observações de trilhas sonoras.

Durante o vídeo estão presentes também diversas trilhas sonoras e efeitos de som para melhor contar a história. Em uma das primeiras aparições de Dedé, logo após ser comparado a Anderson Silva, ouve-se um rock mais pesado, para marcar a personalidade do jogador, passando a ideia de que é forte como a música e como o lutador. Já quando a mãe de Dedé e seu irmão são entrevistados, ouve-se rap americano. O uso do rap remete a momentos relacionados à periferia, já que é através desse ritmo que, geralmente, os dramas da periferia são representados.

Em outro momento, ao falar sobre os apelidos do jogador, músicas de circo e animações são apresentadas, como forma de tornar o momento mais descontraído. São

utilizadas também onomatopeias, semelhantes a desenhos animados, conferindo traços infantis ao momento da entrevista.

Ainda, estão presentes no vídeo o *hardcore* punk⁴¹ e hip hop⁴², quando se fala sobre suas qualidades futebolísticas. Mais uma vez, o *hardcore* punk aparece para remeter a força do jogador, a sua qualidade, ao seu empenho e o hip hop pode ser relacionado com sua habilidade, dinâmico do jogo. Aqui, é possível também destacar que, em alguns momentos, quando são mostradas jogadas de Dedé, a trilha sonora é o samba, música característica brasileira, para dar destaque a sua habilidade, ginga, alegria e características como jogador.

As músicas, de modo geral, principalmente quando servem de fundo para jogadas de Dedé são dinâmicas, rápidas, animadas, para acompanhar os passes e gols do jogador. Apenas no fim do vídeo, quando Mariana emociona-se ao falar do irmão é que o ritmo da música muda para algo mais calmo, na intenção de emocionar, de acompanhar o momento e repassar ao telespectador uma ideia de fragilidade tanto de Dedé quanto de sua irmã. Ainda, estão apresentados no vídeo os cânticos e gritos da torcida, chamando por seu nome ou o classificando como o melhor zagueiro do Brasil. O que só reafirma a ideia de Dedé como representante do Brasil, a partir de seu futebol.

3.2.1 Interpretação

Trazendo os autores apresentados no capítulo teórico para compreender as identidades, observamos quais são os elementos presentes no programa que se assemelham ou se diferem ao que foi apresentado no trabalho anteriormente. Sob um primeiro olhar, veem-se representados diversos aspectos que historicamente foram constituídos como elementos de identidade nacional, como o samba no momento em que o jogador realiza drible, e o futebol como principal fonte de identidade nacional, na qual o brasileiro desde criança aprende a praticar o esporte.

Segundo Santos & Costa (2006), o brasileiro é mostrado como batalhador (mãe de Dedé), que trabalhou bastante para dar [frase da personagem] “uma vida digna” aos seus filhos e poder pagar a mensalidade do filho para que ele realize o sonho de ser jogador de futebol. O patriarcalismo referido por Holanda e Freyre, mostra que ainda o sistema Patriarcal está presente no Brasil, no momento em que o jogador passa da condição de filho para pai. Ele assume as responsabilidades da casa, e cuida da família, da irmã, do irmão e da mãe.

⁴¹ Estilo musical que se caracteriza por batidas fortes nas músicas e curta duração.

⁴² Gênero musical. A sua origem é a partir de outros estilos, como: R&B, Rap, Funk, Disco e Soul.

A definição do lugar das pessoas em uma sociedade hierárquica, que DaMatta (1994) representa com a frase “Sabe com quem está falando?” é visto no vídeo quando o entrevistador questiona de forma irônica, como que a mãe de Dedé vai trabalhar como doméstica? Desta forma, podemos observar que apesar de ser uma representação, a sociedade brasileira ainda está enraizada com esta forma hierarquizada, na qual cada pessoa tem o seu valor, pela sua atividade exercida ou por ser alguém, ou como no caso do vídeo: a mãe de Dedé.

O programa ainda reforça a rivalidade de Brasil e Argentina, na imagem em que Dedé (com a camisa da Seleção Brasileira) derruba o jogador Guiñazu (com a camisa da Seleção Argentina), mostrando também, a força ou superioridade do Brasil em cima da Argentina, pelo menos no âmbito esportivo.

A alegria, citada por Freyre (2001) como característica do brasileiro, pode ser confirmada no relato dos vídeos, que apresentam na sua fala tons humorísticos, além das brincadeiras que são ditas para o jogador. Esta característica contribui para o novo formato do telejornalismo esportivo, que foca nesta descontração das matérias. Pode-se dizer também, que é possível pensar que esta mudança no modo de fazer o jornalismo esportivo seja consequência da própria identificação da alegria como identidade brasileira.

As leituras do mito se encaixam com o que o vídeo apresenta ao falar de Dedé, em um primeiro momento, quando ele é comparado a um dos melhores jogadores da história do futebol, o zagueiro Franz Beckembauer e depois, ao ser comparado ao personagem fictício do Exterminador do Futuro, o que exemplifica esta representação exagerada das qualidades do jogador. A construção do vídeo tende a enfatizar as suas qualidades, até apontando que ele não teria defeitos, (tornando-se assim, um mito).

No conteúdo do discurso, o narrador apresenta duas referências importantes para o futebol. O primeiro é o zagueiro Franz Beckenbauer, um dos maiores da história, como o autor se refere. E o segundo é o maior ídolo do futebol brasileiro, Pelé. Trazer estas duas referências na mesma frase, nos remete a significados importantes sobre a importância do episódio de Dedé em gerar sentimento de nacionalismo. Se por um lado, o vídeo cita o apelido do jogador que nos passa a ideia de um jogador forte, com passes e dribles precisos, também nos mostra Pelé, com todas as representações que foram criadas com ele desde a sua época. Em Dedé, além do futebol diferenciado do zagueiro alemão, também se encontra o futebol-arte do tipicamente brasileiro. E ao final da frase o programa passa a ideia de que, mesmo que Pelé não jogue mais e o seu futebol-arte tenha acabado, agora é possível vê-lo em

Dedé. Quando perguntado, o jogador nega ser um mito. Porém, ao ser questionado se ele tem defeitos (dentro de campo), ele responde que não. O que reforça a ideia de perfeição do Mito.

No final do vídeo, o narrador faz uma retomada à história em poucas palavras, “o zagueirão que intimida os atacantes” (acreditamos que intimidar remete à comparação do jogador com o lutador Anderson Silva), a relação com a família, as representações de mito e ídolo. Além disso, segundo o vídeo, o jogador não é apenas ídolo do seu clube, mas ídolo do futebol brasileiro. Esta afirmação nos passa a ideia de que o jogador é um representante do Brasil no futebol. Por último, este ídolo, pode nos confirmar a hipótese de que, apesar do vídeo focar na representação do mito, o jogador também é considerado ídolo nele.

Neste sentido, vemos a representação do mito Dedé como uma amplitude das qualidades do jogador dentro de campo, chegando até, a perfeição, o que seria irreal. Assim como o jogador responde ao ser perguntado se ele tem algum defeito (dentro de campo): “acho que não”.

Ao referir Dedé sendo representado como mito, é possível entender por que o vídeo foca tanto nos apelidos do jogador, desde a apresentação da própria torcida do Vasco denominando-o como Mito, até personagens fictícios ou reconhecidos no futebol mundial. Seguindo os estudos de Faria & Meneghetti (2004), esta valorização das suas qualidades, se encaixam nas categorias dos autores para que possamos chamar Dedé de Mito.

Por este motivo, o vídeo não apresenta tantas informações sobre a vida pessoal do jogador (gostos, anedotas, fãs, etc.) eximindo a condição de celebridade, assim como, desconsiderando Dedé como possível herói da Copa do Mundo, já que não é possível identificar a Jornada do Herói na história.

3.3 O Ídolo, Herói e Celebridade Neymar

a) Sujeitos e Funções

Personagens	Função
Neymar	Protagonista
Seu Neymar (pai de Neymar)	Conta sobre a história do jogador, a sua influencia como pai e como empresário de Neymar.
Ronaldo (ex-jogador)	O jogador fala sobre o talento do jogador, legitimando a admiração dos ídolos do Brasil por Neymar.
Pelé (ex-jogador)	Assim como Ronaldo, também fala sobre a admiração por Neymar e pelo gol considerado o mais bonito do mundo em 2012.
Mano Menezes (técnico da Seleção brasileira na época)	Técnico da Seleção Brasileira na época, fala sobre a possibilidade do jogador em ir para a Copa do Mundo. Legitima o jogador como um representante brasileiro na Copa.

Figura 10: Sujeitos do vídeo

Fonte: Elaborada pelo autor

b) Textos verbais

- Pesos de palavras-chaves no texto verbal

Identidade nacional	
Palavra	Frequência
Brasil/brasileiro/brasileira	12
Trabalho/trabalhador	8
Futebol	3
Copa	3
Seleção	2

Figura 11: Identidade nacional em Brasileirinhos

Fonte: Elaborada pelo autor

As palavras “Brasil” e “brasileiro” aparecem inúmeras vezes no do programa, exemplificando a relação criada pela mídia entre o Neymar e o Brasil.

Palavras-chave	Frequência
Moleque	7
Ídolo	6
Craque	5
Menino	5
Maior	5
Talento	4
Celebridade	2
Dança	2
Habilidade	2
Estilo	2
Xodó	1
Herói	0

Figura 12: A representação do jogador
 Fonte: Elaborada pelo autor

Aqui se traz todas as palavras que são utilizadas para representar o jogador, temos como as mais utilizadas: Moleque (7), Ídolo (6), Craque (5), Diferenciado (2) e Líder (2). Na análise desta tabela, é possível perceber por meio da repetição do conteúdo, que Neymar é apresentado como um “moleque”, um “menino”, criando significados na imagem do jogador relacionadas à imaturidade, precocidade, já que apesar da idade tem destaque no cenário futebolístico mundial.

No discurso analisado, percebe-se que as palavras “Craque”, “Maior” e “Talento”, são bastante citadas, dando a ideia de que Neymar é um jogador diferenciado, que nasceu com esta habilidade e que hoje ele rompe barreiras e limites que a sua idade lhe proporciona dentro do futebol, tornando-o o “maior”. Estas afirmações podem ser comprovadas na segunda figura.

As palavras “ídolo”, “xodó” e “celebridade” remetem à idolatria dos fãs pelo jogador, reforçando a ideia de celebridade futebolística.

- **Conteúdo do discurso:** Colocamos o contexto das palavras-chaves com maior frequência citadas

Palavra	Contexto
Craque	[APRESENTADORA] Neymar poderia estar sendo preparado para ser um craque da Copa de 2018, mas já esta sendo obrigado a carregar esta responsabilidade.
Craque	[APRESENTADORA] Um menino já cheio de personalidade, o craque do moicano, o novo xodó do futebol brasileiro
Craque	[NARRADOR] (OFF) Neymar voltava a Brasil com status de craque. Com apenas 15 anos, já estreava nos juniores
Craque	[NARRADOR] (OFF) Hoje ele é o craque do moicano, já lança estilo e tudo, o cabelo virou moda na garotada em todo o Brasil, até o Ronaldo aderiu ao penteado.
Ídolo	[NARRADOR] (OFF) Quatro meses de idade e o maior ídolo do futebol brasileiro hoje, era salvo por um milagre, Neymar Jr. Sobreviveu [...] o menino pequenininho da cara assustada, se transformava em quadra.
Ídolo	[NARRADOR] (OFF) Neymar virou ídolo do Santos, virou ídolo do Brasil
Moleque	[NARRADOR] (OFF) O moleque entrou soltinho, deu até assistência pra gol. O menino do sucesso precoce assinava seu primeiro contrato profissional, aos 17 anos, 80 mil reais por mês.
Moleque	[NARRADOR] (OFF) O talento do moleque era tanto, que impressionou até um bi-campeão mundial pela seleção brasileiro. Zito.
Moleque	[NARRADOR] (OFF) Hoje o estilo está mais do que aprovado. E não é só pelo Seu Neymar não, por onde o moleque passa o som é esse aí ó.
Moleque	[NARRADOR] (OFF) Um garoto de 20 anos, que já

	<p>é ídolo de um país, um menino que amadureceu mas que não deixou de ser moleque, o moleque do moicano, dos golaços das brincadeiras, das dancinhas, o moleque que sonha em levar o brasil ao topo do mundo em 2014 com muita ousadia e alegria.</p>
--	---

Figura 13: Conteúdo referente às palavras-chaves no vídeo
 Fonte: Elaborada pelo autor

Por meio da Figura 13, é possível verificar que a partir da narração do vídeo, Neymar é apresentado como ídolo do Brasil e celebridade mundial, tendo vários seguidores, de diversas classes e gêneros, inclusive por pessoas que tem uma história maior no futebol, como o caso de Pelé e Ronaldo.

Os efeitos de sentido da narração demonstram a preferência da produção em construir Neymar como um possível herói para a Copa do Mundo 2014, além de uma celebridade brasileira que pode influenciar a sociedade desde estilo à preferência musical. O conteúdo apresentado pretende eximir Neymar de alguma possível derrota na Copa do Mundo, pois o narrador constrói o jogador como um jovem que está amadurecendo e “já carrega estas responsabilidades”.

c) **História**

Ao analisar esta história vemos a primeira diferença entre ela e a história de Dedé. No caso de Neymar, é possível perceber que ela segue um roteiro padronizado, conhecido como a Jornada de Herói. Desta forma, utilizamos os passos sugeridos por Campbell (1990) para decompor a história do jogador no programa.

A partida – Neymar aspirando à sua jornada

- O Mundo Comum – Nesta etapa, Neymar aparece como um menino que gosta de brincar e jogar futebol, como a maioria dos brasileiros.
- O Chamado da Aventura – Um dia, ele é observado, enquanto corria, por um treinador. Ele fica surpreso com a coordenação motora de Neymar e o convida para jogar futebol. Após aceitar treinar, a equipe do *Santos Futebol Clube* o convida para jogar, e logo também recebe um convite para jogar na Espanha, no clube *Real Madrid*.

- Reticência ao Chamado – Neymar vai para o *Real Madrid* realizar um teste de admissão, porém, após ser aceito, ele se recusa a ficar e pede a seu pai que voltem para o Brasil, pois está com saudade da família, amigos e colegas da escolinha de futebol.
- Encontro com o Mentor – O mentor é o seu pai, que sempre o está guiando para que ele escolha o melhor caminho para a sua felicidade, que é jogar futebol.
- O Cruzamento do Portal – Quando volta para o Brasil e começa a se destacar dentro do futebol, logo ele é convocado para pertencer à equipe principal do Santos. No ato “Iniciação” a saga do herói prossegue com:

A iniciação – mostra as várias ações de Neymar no futebol

- Aproximação do Objetivo - O cruzamento do portal acontece no dia 15 de março de 2011. É o dia em que Neymar faz o seu primeiro gol oficial com a camisa do Santos, no time principal. Na sua comemoração, ele imita o movimento que o Pelé realizava nas suas comemorações.
- Provação Máxima – Neymar se torna campeão pelo Santos. A equipe conquistou três Campeonatos Paulistas, uma Copa do Brasil e uma Copa Libertadores da América. Neymar também foi campeão do Sul-americano sub-20 pela seleção brasileira.⁴³
- Conquista da Recompensa – Como consequência das conquistas, Neymar é escolhido pela Federação Internacional de Futebol (FIFA) por ter feito o gol mais bonito do mundo no ano, em 2011. Superando o melhor jogador do mundo na atualidade Lionel Messi. Segundo o vídeo, Neymar tornou-se uma celebridade mundial.

O retorno – o momento em que Neymar adquire conhecimento e maturidade para enfrentar a Copa.

- Depuração e Ressurreição – Seus erros quase destruíram sua imagem pública, Neymar briga com seu treinador e ele é representado como um menino malcriado, até um “monstro” segundo René Simões, treinador de futebol. Logo depois Neymar engravida uma menina e se torna pai aos 17 anos. A família sofreu bastante com os dois episódios, e ele promete mudar de atitude e aprender com os acontecimentos.

⁴³ Campeonatos de futebol regional, nacional e sul-americanos.

- O Retorno Transformado – Neymar é um menino que ainda brinca, mas ao mesmo tempo, já cresceu e amadureceu. Preparação para ser campeão do mundo pela seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014.

Visto que o vídeo foi realizado em 2012, consideramos que a Jornada mostrada ainda não estava concluída, já que o vídeo termina com a incógnita sobre se o jogador conseguiria ser o craque tão esperado que ajudaria a seleção a conquistar a Copa do Mundo em 2014 (o que acabou não acontecendo). Desta forma, Neymar continuará sendo ídolo pelos seus feitos, porém, ainda não será considerado um herói brasileiro.

d) Cena

Estádio Vila Belmiro – O jogador é mostrado no campo de futebol do Santos, time no qual ele joga. É nele que Neymar é entrevistado e conta a sua história. Como seu único clube desde pequeno é o Santos, o lugar remete à sua própria história futebolística.

Estúdio da Rede Globo – Além de Neymar, o seu pai é a pessoa responsável por contar a história do jogador, e ele é entrevistado em um estúdio da Rede Globo. Remete à ideia de uma construção profissional, diferentemente dos vídeos dos outros jogadores em que eles e seus familiares que são entrevistados em casa.

e) Códigos discursivos

- **Códigos visuais (imagens)**



Figura 14: Pelé, comemorando gol, semelhante as comemorações de Neymar atualmente

Fonte: Série Brasileirinhos

O vídeo faz referência a Pelé, quando o jogador Neymar comemora seu primeiro gol da mesma maneira que ele. Por mais que o vídeo não os compare tão incisivamente, é reforçada a ideia de que Neymar é um jogador diferenciado e pode ser mais do que um ídolo para o Brasil, por ser um jogador que nasceu com o dom do futebol arte (alegria, gingado e ousadia).



Figura 15: Neymar ilustração ganhando aposta do pai
Fonte: Série Brasileirinhos

O vídeo apresenta animações em meio às narrações da história do jogador. Este recurso é utilizado algumas vezes quando não se tem vídeo ou foto sobre o que está sendo contado de maneira descontraída.



Figura 16: Ronaldo copiando o estilo do cabelo de Neymar
Fonte: Série Brasileirinhos

Neymar mudou o cabelo, sem que o pai soubesse, para um estilo “moicano”. Segundo o pai, semelhante ao de um índio, classificado por ele de forma pejorativa. Após aprovação do

público, ele é obrigado pelo seu pai a continuar com o mesmo cabelo. O vídeo mostra pessoas que copiaram o cabelo do jogador, entre eles, o ex-jogador Ronaldo.



Figura 17: Tatuagem do rosto de Neymar nas costas de uma Neymarzete
Fonte: Série Brasileirinhos



Figura 18: Tatuagem com o nome de Neymar na boca de uma Neymarzete
Fonte: Série Brasileirinhos

As neymarzetes são as torcedoras fãs de Neymar que aparecem no vídeo. São mostradas como pessoas totalmente apaixonadas, que choram e gritam ao ver o jogador passar e fazem loucuras para demonstrar a admiração que têm por ele, como, por exemplo, tatuar a boca com o nome do jogador. Este é o único momento do vídeo em que a representação feminina se faz presente.



Figura 19: Neymar e Michel Teló cantando juntos
 Fonte: Série Brasileirinhos



Figura 20: Neymar dançando uma coreografia, e sendo acompanhado pelos seus companheiros
 Fonte: Série Brasileirinhos

O vídeo mostra Neymar aderindo a sua condição de celebridade e aparecendo ao lado dos cantores brasileiros Thiaguinho, Michel Teló e Gustavo Lima, no palco, cantando. Esta aparição de Neymar nos shows musicais pode ser considerada como um forte valor agregado ao próprio evento. Mesmo que ele seja jogador de futebol, a sua exposição midiática e aderência do público o tornou uma celebridade nacional. Aqui temos a percepção da construção que o vídeo faz sobre o poder de influência do jogador na sociedade.

Desta maneira, o jogador Neymar não é apenas representado como um ídolo, mas também como uma celebridade midiática, que por mais que faça declarações como “ser simples” e “se tiver que sair na rua sem camisa eu saio, não ligo”, ele tem uma construção profissional de imagem pública, invisível para o público, que começa desde a opinião do seu pai, que o proíbe de cortar o cabelo.



Figura 21: Neymar e Messi. Brasil e Argentina
Fonte: Série Brasileirinhos

Outra característica que pode ser relacionada à identidade nacional é a rivalidade entre Brasil e Argentina. “A rivalidade entre argentinos e brasileiros expressa-se, hoje em dia, principalmente através do futebol” (FRIGÉRIO, 2002, p. 23). Esta rivalidade aparece na entrevista, muito brevemente, no momento em que Thiago Asmar pergunta para Neymar se a final da Copa do Mundo for “Messi contra Neymar, Brasil contra Argentina”. E ele responde que desta vez⁴⁴, o Brasil irá ganhar.

- **Códigos sonoros (sons):**

Durante o vídeo estão presentes também diversas trilhas sonoras e efeitos de som para melhor contar a história. O vídeo é alternado principalmente por dois tipos de trilhas. Ouve-se um rock mais pesado e uma batida de funk. O vídeo repassa as jogadas de Neymar, os dribles e os gols. E a trilha sonora ouvida é a própria música sobre ele “Neymar, Neymar Neymar”, um samba criado por Mauricio Maluquinho⁴⁵ para o jogador.

Em outros momentos dos lances do jogador ou depoimentos de técnicos e amigos, a trilha sonora é uma batida de samba, musica considerada um símbolo de identidade nacional pelos brasileiros. O vídeo apresenta alternância no áudio, em momentos tristes uma trilha calma e dramática, e músicas alegres, em momentos mais descontraídos.

3.3.1 Interpretação

Neymar é representado como um jovem alegre e habilidoso por natureza. Para compreender a relação entre as palavras “alegria” e “habilidade” presentes durante o vídeo é preciso compreender a representação midiática dos negros e mestiços. Schwarcz (2001, 2002,

⁴⁴ Neymar e Messi já se enfrentaram em 2011. Na época, o Barcelona, equipe da qual participava o jogador Messi, ganhou de 4x0 do time do Santos, equipe de Neymar.

⁴⁵ Cantor de rua que ficou conhecido ao criar a música de Neymar e aparecer na televisão.

2003) pesquisa sobre as raças brasileiras e as suas representações. Em um dos seus estudos, analisou a revista *Raça Brasil*, e nela, foram encontrados estereótipos positivos sobre o negro, entre eles, a alegria. “Ser negro é ser alegre por natureza” (SCHWARCZ, 2003, p. 236). Talvez esta seja uma das razões pelas quais no discurso de Neymar e no do narrador, apareçam tantas vezes as palavras alegria e felicidade, como características inatas dele, independentemente do contexto.

A habilidade corporal está representada também na raça negra e mestiça do brasileiro, principalmente no futebol. Podemos dizer isto já que, apenas no vídeo de Neymar, há o essencialismo, os jogadores são mostrados como se tivessem estas habilidades desde a sua infância. Telles (2003) apresenta uma pesquisa que realizou, em 1995, e que revelou que 43% dos brasileiros entrevistados confirmavam a expressão “as únicas coisas que os negros sabem fazer bem são música e esporte”. (TELLES, 2003, p. 237).

No Brasil o ídolo brasileiro futebolístico é visto como um ser de “talento puro, genuíno, inato, que não precisa de treino ou esforço para ser aprimorado, como se não fosse possível ser talentoso e esforçado ao mesmo tempo” (HELAL, 2003, p. 20-21). Portanto, observamos Neymar como um representante do renascimento do futebol arte. *Brasileirinhos* apresenta o jogador como o símbolo do que é ser brasileiro. Elementos como este e a rivalidade entre Brasil e Argentina no futebol, por meio de Messi e Neymar, são reforçados.

Fora do campo ele é copiado pelos torcedores, fãs (Neymarzetas) e amigos, a chamada *Neymarmania*. A impressão que o vídeo deixa é que Neymar é tido como o novo ídolo do futebol brasileiro, com seus dribles criativos, sua alegria, dança e habilidade dentro de campo, a esperança do futebol arte renasce, do novo Pelé, do mulato que nasceu com o dom de ser jogador de futebol e que (apesar das regras do seu pai/empresário, patrocinadores, e sua própria prisão por ser celebridade) está sempre brincando e feliz.

No conteúdo do discurso percebemos que, Neymar é anunciado como o melhor jogador brasileiro da atualidade. Utilizam a palavra “maior” remetendo à grandeza do jogador ou seus feitos. E as referências que dão ênfase a esta afirmação continuam: “Um talento de apenas”. Utilizam a palavra “apenas” para reforçar a precocidade da sua habilidade e de quanto ainda pode proporcionar profissionalmente. O narrador apresenta Neymar como um garoto, e justifica que os jovens jogadores irão precisar amadurecer logo, para suprir a ausência técnica da seleção brasileira de futebol.

Ele defende que Neymar deveria ser o craque para a Copa de 2018 e não a de 2014, portanto, já o exime de qualquer resultado negativo dele enquanto jogador da seleção brasileira até a Copa do Mundo de 2014. O jogador é apresentado com adjetivos positivos que

o valorizam e sempre como um jovem, moleque ou menino. O narrador demonstra a popularidade de Neymar no futebol, classificando-o como “novo xodó”. Também utilizam a palavra ídolo para representa-lo.

Asmar continua citando o Neymar como um personagem jovem, e, novamente, acrescentando uma palavra de quantificação, “grande”, para se referir a ele. A palavra “promessa” indicava que as expectativas de Neymar eram positivas, quando ele jogava nas categorias de base, ainda criança. O narrador apresenta Neymar ultrapassando os seus limites, despontando “cada vez mais”, habilidade “fora do comum”, “até o interesse da mídia”. Nestas nomeações, se evidenciam o crescimento de Neymar como jogador de futebol e as suas aparições na mídia.

Também reafirma a todo momento que Neymar é jovem. Desde a sua primeira partida como jogador do Santos ele mostrou a sua habilidade e desenvoltura dentro de campo. Ele consolida o Neymar como ídolo, tanto do clube no qual ele joga, quanto no seu país, Brasil. Ainda, apresenta dados que confirmam as qualidades e os adjetivos utilizados por ele, para definir Neymar, como também de uma celebridade mundial.

O narrador menciona o Pelé, conhecido no âmbito do futebol como “rei”. O sentido que o narrador apresenta, é de que o Neymar impressionou a todos, até o rei do futebol. O narrador apresenta a valorização de Neymar dentro do âmbito econômico, trazendo o seu valor econômico e seus patrocinadores.

Mais uma vez a palavra “craque” e “moicano” presentes. Desta vez, o narrador indica que a moda de Neymar (representada no cabelo moicano) é seguida pelos seus fãs e inclusive por pessoas públicas consolidadas profissionalmente no âmbito do futebol brasileiro e mundial. “até o Ronaldo”. Neste momento, o narrador utiliza as imagens para mostrar o quanto o Neymar é apreciado pelos fãs, mais uma vez, o chamando de moleque.

Ele classifica Neymar como unanimidade, criando sentido de total aceitação de Neymar pelo público/sociedade. Novamente, a palavra “até” é dita, desta vez, para anunciar que o jogador já participou como ator em algumas séries da TV Globo.

Da mesma forma, refere-se a Neymar como “papai”. Por mais que Neymar tenha virado pai, o narrador utiliza a palavra “papai” criando um sentido mais infantil para o jogador. “mais disciplinado, mais maduro, mais admirado” Cria o sentido de que o jogador é um menino que adquiriu mais uma responsabilidade, aprendeu a lidá-la e é admirado por isto.

Desta vez, o narrador deixa implícito que Neymar gosta de música e dança. Da mesma forma, o sentido que se cria é de carnaval, Neymar como um típico brasileiro, gosta de carnaval e festa. Pode-se dizer também que outro sentido que se cria é da meninice de

Neymar, que comemora dançando, como se o futebol, pra ele, não passasse de uma brincadeira de criança.

No final do vídeo, o narrador reforça as construções da produção ao longo do programa. Um garoto, ídolo, amadurecido pelos erros e dificuldades que enfrentou, mas ainda um menino. Neymar é apresentado como um jovem que quer se divertir, dançar e continuar jogando futebol no Brasil.

Acreditamos que a representação de Neymar como ídolo brasileiro é assertiva, visto que esta de acordo com os nossos aportes teóricos sobre a definição de ídolo. O imaginário do futebol como um meio fácil de ter ascensão social persiste. Enquanto o pai de Neymar retrata no vídeo que a única preocupação do filho é “brincar e jogar bola” [Pai de Neymar], vemos do lado oposto, mesmo sem ser mencionado, o caminho difícil que alguns jogadores têm para se tornar profissionais e inclusive os poucos que conseguem êxito nesta carreira.

Concluimos que Neymar é representado como um ídolo e celebridade. A sua vida mostrada no vídeo, segue o roteiro da Jornada do Herói, e pelas conquistas realizadas no clube, poderiam usar esta classificação, porém, a reportagem não cita esta denominação para ele. Podemos observar que os termos utilizados são assertivos para definir os jogadores do vídeo, porém em medidas diferentes. Enquanto Dedé é representado como Mito pela sua atuação no clube, o outro, que seria de fato herói pelo clube, chega apenas na condição de ídolo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise dos dois vídeos é possível observar alguns elementos, referidos pela história, pela mídia e por pesquisadores, como sendo de identidade nacional, presentes no discurso de ambos: a alegria, o futebol-arte, o samba, a rivalidade Brasil x Argentina, o patriarcalismo, a ideia contemporânea do brasileiro batalhador e a forma hierarquizada da sociedade brasileira, que ainda persiste, na qual a mãe de Dedé não poderia trabalhar como faxineira, por ser sua mãe, como vimos na análise, o vídeo mostra oito vezes a menção da palavra trabalhador, e sete vezes na palavra Brasil/brasileiro.

Ao estarem inseridos nas histórias dos jogadores, acabam criando identificação com o público telespectador, que provavelmente reconhece estas características. Em um segundo plano, percebemos também, que o vídeo reforça velhos estereótipos que contribuem para manter os laços identitários entre o conteúdo de *Brasileirinhos* e o público, porém, já não se aplicam tão veementemente na sociedade (como a rivalidade entre Brasil x Argentina e o samba como principal ritmo brasileiro).

Vemos o esforço da produção em re-construir o futebol-arte, alegre, com gingado, perdido nas últimas décadas. Desta forma, a ação de trazer Pelé, no vídeo de Neymar, e compará-los, em alguns casos, seria uma tentativa de devolver a imagem de futebol-arte à Seleção Brasileira.

Por meio do nosso levantamento bibliográfico foi possível verificar os diversos trabalhos sobre a área, trazendo um aporte completo sobre as pesquisas que envolvem os nossos temas principais. Além de nos auxiliar a escolher os autores que se encaixariam com a proposta deste trabalho, queremos deixar também este aporte como guia para os próximos trabalhos referentes à Identidade Nacional, futebol e representação midiática de jogadores.

Sobre as representações, Dedé é representado como um Mito. Se seguirmos a classificação que Faria & Meneghetti (2004) utilizaram para definir o mito no futebol, observamos que esta representação condiz com a denominação dada pelo programa para ele. Como exemplo do reforço desta denominação, temos na nossa análise o nome Mito aparecendo quatro vezes no decorrer do vídeo sobre a história do jogador.

Excluimos a representação de celebridade em Dedé por não ter aparição de fãs ou torcedores no seu vídeo. Para esta condição estar presente, seria necessário que na sua construção estejam presentes fãs e admiradores da pessoa Dedé, por fatores externos, como estilo, gostos pessoais, cabelo, e não apenas pelo seu futebol como jogador.

Já no vídeo de Neymar, as aparições de fãs se repetem constantemente, e até são denominadas de Neymarzetas (para as mulheres). Nos dois vídeos a palavra “Xódó” aparece para representar os jogadores, porém, apenas no de Neymar podemos dizer que é utilizado corretamente, porque há a presença de seus fãs. Além disso, como vimos na nossa análise, percebemos que Neymar também aparece duas vezes sendo denominado uma celebridade.

Esta não é a única diferença entre os vídeos. Na história de Neymar, observamos o roteiro da Jornada do Herói, que não é concluída, pois no momento de veiculação do vídeo, a Copa do Mundo não havia acontecido. No caso do vídeo de Dedé, não é possível fazer uma relação com a Jornada, já que ele é focado principalmente nos seus apelidos e nas suas comparações com outros modelos de jogadores/personagens.

Nem Neymar nem Dedé são representados como heróis, pois ainda não haviam confirmado sua participação na Copa do Mundo, nem realizaram algum feito pela seleção. Porém, se Dedé é considerado Mito exclusivamente pelas suas atuações no Vasco, porque Neymar não pode ser considerado Herói se já conquistou vários títulos do Santos, e inclusive sendo o protagonista? Percebemos que as representações são construídas com parâmetros diferentes. Também compreendemos que se Neymar fosse mostrado como herói, a sua jornada estaria concluída, e ele não seria apresentado como a esperança da Seleção Brasileira para a Copa. Já no caso de Dedé, a sua representação de Mito não atrapalha, pois o mito é imortal e supostamente, seria um aliado à seleção para conseguir a conquista do Hexacampeonato.

Este trabalho nos rendeu a oportunidade de abranger várias questões desde a importância de analisar a televisão, passando pela discussão do momento do jornalismo esportivo, como também pelas representações de jogadores de futebol na contemporaneidade e, principalmente, compreender que elementos identitários nacionais, são mostrados na atualidade por meio do futebol.

Portanto, concluímos que a televisão não deve ser apenas analisada pelos pesquisadores, mas também olhada de forma crítica pelos telespectadores, já que ela apresenta elementos importantes sobre a sociedade, ou pelo menos, como quem produz os programas a vê. A televisão exerce um papel social, de criar laços, entre as pessoas que os assistem e, portanto tem sim, a capacidade de auxiliar na construção e representação de identidades (seja por meio de filmes, seriados, novelas, programas esportivos e outros).

Trazemos à tona a discussão sobre o momento atual do jornalismo esportivo, e acreditamos que esta discussão deve ser retomada em futuros trabalhos para que as melhoras

em relação à área venham a acontecer. Assim como também, o espaço dos estudiosos na área seja valorizado, e não apenas utilizado pelos praticantes ou profissionais do esporte.

A discussão da formação do jornalista esportivo está diretamente relacionada aos nomes dados para representar jogadores nos meios futebolísticos (ídolo, herói, celebridade e mito). Consideramos que ao trazer aportes teóricos aprofundados sobre os diversos temas que englobam o futebol, nas entrevistas e reportagens, tanto os telespectadores como os próprios jornalistas poderão utilizar destes termos assertivamente e saber diferenciá-los.

Finalmente, foi possível observar que apesar do essencialismo do futebol-arte ter acabado para os torcedores e para a imprensa em Sarriá 83, e ter sido um discurso parcialmente abandonado pela mídia, que inclusive, utilizou-se de termos como “raça” e “força” para referir-se à Seleção Brasileira, na Copa do Mundo de 2010, em 2012 ele voltou a estar presente. Alguns elementos reaparecem no discurso jornalístico de *Brasileirinhos* sobre a identidade nacional, que alguns autores nas décadas passadas defendiam como tipicamente brasileiras: alegria, gingado, apadrinhamento, patriarcalismo, malandragem, o samba, o futebol, a rivalidade entre Brasil e Argentina e a religiosidade.

Pensamos que esta tentativa da mídia em representar os jogadores de forma a lembrar o futebol-arte e, ao mesmo tempo, aspectos da atualidade relacionados aos jogadores (brincos, tatuagens, danças, tornar-se celebridade), tem o fim de trazer ao telespectador a esperança do novo Brasil no futebol, que nada mais é do que a renovação do futebol da raça e força de 2010 e do futebol indefinido dos últimos 30 anos. Portanto, como forma de trazer a tona o tema da Copa do Mundo de 2014, que foi transmitida pela Globo, na época, os produtores focaram em criar o programa mostrando jogadores jovens, que, na sua maioria, jogavam em clubes brasileiros e que poderiam trazer a conquista do mundial para o país.

Ao mesmo tempo em que são apresentados como jogadores com responsabilidades para com a nação, também são mostrados como moleques, que saíram de favelas e mudaram suas vidas, obtiveram ascensão social, mas ainda assim, possuindo sentimentos, famílias, problemas, dramas e sonhos. Cremos que esta imagem passada pelo programa contribui para que o telespectador sinta-se identificado com a série.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Leonel Azevedo de.; PROCHNIK, Luisa. Estratégias narrativas no jornalismo esportivo: uma análise de notícias sobre a Seleção Brasileira na Copa do Mundo 2010. **Confibercom**, Anais 2011, p. 1-13, 2011.

AMARAL, Luís. **Técnica de Jornal e Periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ANDERSON, Benedict: **Comunidades Imaginadas**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.

ANTUNES, Fernando Ivo. **JORNALISMO ESPORTIVO: Uma nova disciplina para o curso de graduação em Jornalismo**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/54042>> Acesso em: 30 out. 2014.

ASMAR, Thiago. **Brasileirinhos**. Santa Maria, 05 de Novembro de 2013. Entrevista concedida por e-mail a Francisco Galarreta.

AZEVEDO JUNIOR. Et al. Futebol e a Marca Brasil: paixão nacional, reconhecimento internacional. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 2011. **Anais**, Intercom, 2011.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. São Paulo: Ática, 1990. Vol.1

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARRADAS, Mary Suely Souza; LOPES, Oscar Guilherme. Dribladores: passes e impasses do racismo no futebol carioca. **Mnemosine**, 2013, Vol.9, nº1, p. 245-263.

BARRETO, Túlio V. Gilberto Freyre e o futebol-arte. **Revista USP**, 2004, 62: 233-238.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

BARTHOLO, Tiago Lisboa; BLASI, Felipe; SALVADOR, Marco Antonio Santoro; SOARES, Antonio Jorge Golçalves. A pátria de chuteiras está desaparecendo? **Revista Brasileira de Ciências e Esporte**. Campinas, setembro, 2010.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático**: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos. São Paulo, 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2008.

BORGES, Luiz Henrique de Azevedo. **Do complexo de vira-latas ao homem genial**: o futebol como elemento constitutivo da identidade brasileira nas crônicas de Nelson Rodrigues, João Saldanha e Armando Nogueira. 2006. Dissertação. Instituto de Ciências Humanas, Programa de pós-graduação em História. Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão, seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.

BOURDIEU, P. Como é possível ser esportivo? In: _____. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 136-153.

BRASILEIRINHOS. **Esporte Espetacular**, São Paulo, Rede Globo, 20 de mai. 2012. Programa de TV.

BRUNI, José Carlos. “Apresentação”. **Revista USP** (22), São Paulo, USP, 1994.

CAMPBELL, Joseph. **As transformações do mito através do tempo**. São Paulo: Cultrix, 1990.

_____, **O Herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix/Pensamentos, 2007.

CARVALHO, Beatriz Thomaz. **Tudo nos une, nada nos separa, exceto o futebol**: um olhar sobre as relações exteriores entre Brasil e Argentina (1978-2002). Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2012.

CASSETTI, Francesco; DI CHIO, Federico. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Buenos Aires: Paidós, 1999.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COELHO, Henrique. **Há 30 anos, o futebol perdia com a Tragédia do Sarriá**. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/selecao/futebol-perdia-Tragedia-Sarria_0_731326946.html> Acesso em: 30 out. 2014.

CÓL, Ana Flávia; RONCAGLIO, Rodolpho Hoffmann. Neymar: o “queridinho” do Globoesporte.com. In: XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2014, Palhoça. **Anais**. Intercom, 2014.

CORTEZ, Gabriel; MARQUES, José Carlos. Cultura, Identidade Nacional e Copa do Mundo de 2014: a noção de brasilidade nas páginas da revista Veja. In: XIX Congresso da Comunicação na Região Sudeste, 2014, Vila Velha. **Anais**. Intercom, 2014.

CREPALDI, Daniel Damasceno. **A participação da Rádio Nacional na difusão do futebol no Brasil nas décadas de 1930 e 40**. 2009. Dissertação. Instituto de Ciências Sociais, Programa de pós-graduação em sociologia. Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

COSTA, L. **Futebol folhetinizado. A imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia**. Logos, Brasil, v. 17, n. 2, p. 65-77, 2010.

DACOSTA, Lamartine Pereira. (Org.) Atlas do Esporte no Brasil. 1. Ed. Rio de Janeiro: Shape, 2006.

DA MATTA, R. **Carnavais, Malandros e Heróis**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. 352p.

DANTAS, Pedro Italo de Holanda. & MEDEIROS, Ramon Constantino Nobre de. A revista Placar e a transformação de jovens atletas em ídolos. **XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. 2013

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 1994.

FARIA, José Henrique de e MENEGHETTI, Francis Kanashiro. Ídolos, Heróis e Mitos: Aspectos (Inter)Subjetivos de uma Organização Ligada ao Futebol. **Caderno de Escola de Negócios da UniBrasil**. Jan/Jul, p. 13 – 32, 2004.

FIORIN, J. L.. A construção da identidade nacional brasileira. **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, v. 1, 2009.

FORMENTIN, Claudia Nandi. **O mito nosso de cada dia: a linguagem utilizada na Revista Capricho na Mitificação do Jogador Kaká.** Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina, 2006.

FRANZINI, Fábio. Futebol, identidade e cidadania no Brasil dos anos 30. **XIX Simpósio Nacional de História da ANPUH**, realizado em Belo Horizonte (MG) de 20 a 25 de julho de 1997.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala.** São Paulo: Record, 2001.

FRIGERIO, Alejandro & RIBEIRO, Gustavo Lins (Orgs.). **Argentinos e Brasileiros, Encontros, imagens e estereótipos.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

GASTALDO, Édison. Futebol e memória. In: MARQUES, José Carlos; GOULART, Jefferson Oliveira. **Futebol, Comunicação e Cultura.** São Paulo: INTERCOM, 2012. 324 p.

_____. **A nação e o anúncio: a representação do “brasileiro” na publicidade da Copa do Mundo.** Tese de Doutorado. Campinas, SP: Instituto de Artes da Unicamp, 2000.

_____. A Pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidade brasileira. In: GASTALDO, Édison; GUEDES, Simoni Lahud. **Nações em campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional.** Niterói: Intertexto, p. 87-103, 2006.

_____, *et alii*. Futebol, mídia e sociabilidade: uma experiência etnográfica. **Cadernos IHU Ideias**, Unisinos, 43:1-26, 2005.

GIGLIO, Sérgio Settani. **FUTEBOL: Mitos, ídolos e heróis.** Dissertação apresentada para a Universidade Estadual de Campinas. Programa de Mestrado em Educação Física, 2007.

GIL, Gilson Pinto. O drama do "Futebol-Arte": o debate sobre a seleção nos anos 70. **Revista Brasileira de Ciências Sociais.** São Paulo, v. 9, n. 25, p. 100-109, 1994.

GOMES, Tiago de Melo. Gente do samba: malandragem e identidade nacional no final da Primeira República. **Topoi**, Rio de Janeiro, v. 9, 2004 (pp. 171-198).

GUERRA, Márcio de Oliveira. Et.al. O Futebol Continua Explicando o Brasil. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013. **Anais.** Intercom, 2013.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil: o caso da Copa de 70**. 2006. Dissertação, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. RJ: DP&A, 1999.

HATJE, Marli. **Grande imprensa: valores e/ou características veiculadas por jornais brasileiros para descrever a participação da seleção brasileira de futebol na copa do mundo de 1998 em França**. 15 de agosto de 2000. 301 f. Tese (Doutorado em Ciência do Movimento Humano) - Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2000.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio e LOVISOLO, Hugo. **A invenção do país do futebol: Mídia, Raça e Idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

_____. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **Revista Alceu**, jul/dez. 2003. Disponível em: < <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu-n7-Helal.pdf>: > Acesso em: 04 de jul de 2014.

_____. Mídia, construção da derrota e o mito do herói. **Motus Corporis** (UGF), Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, v.5, n.2, 1998.

_____; GORDON, Cesar. **A crise no futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI**. Eco-Pós. Rio de Janeiro, vol. 5, n. 1, p. 37-55, 2002.

_____. Idolatria e malandragem: a cultura brasileira na biografia de Romário. In: ALABARCES, Pablo (Org.). **Futbologías, fútbol, identidad y violencia en América Latina**. Buenos Aires: Clacso. 2003a, p. 225-240.

_____. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **Alceu – Revista de Comunicação, Cultura e Política**, PUC-RIO, v. 4, n. 7, p. 19-36, jul./dez. 2003b.

_____; SOARES, A. J. G. O Declínio da Pátria de Chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. In: PEREIRA, M., GOMES, R. e FIGUEIRERO, V. **Comunicação, Representação e Práticas Sociais**. Rio de Janeiro, PUC-Rio, 2004.

_____; CABO, Álvaro do; PEREIRA, Camila Augusta Alves; AMARO, Fausto; TEIXEIRA, João Paulo Vieira. "Neymarmania": uma análise do discurso midiático sobre Neymar em dois periódicos brasileiros. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, XXXIV, 2011, Recife.

Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação . Congresso Recife: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011.

HENRIQUE, Rafael Paes; SILVA, Leone de Oliveira. A pátria volta a calçar chuteiras maiores? Central da Copa 2013 e a exaltação da seleção brasileira. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2014, Vila Velha. **Anais**. Intercom, 2014.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympo, 1978.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **O futebol como alegoria antropofágica: modernismo, música popular e a descoberta da "brasilidade" esportiva**. In: Dossier Thématique: Brésil, Questions Sur Le Modernisme/Dossier temático: Brasil, cuestiones sobre el modernismo Artelogie, Primavera 2012. n. 1 p. 17-32.

JACKS, Nilda. **Mídia Nativa: indústria cultural e cultura regional**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

_____, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Revista Líbero**. Ano VI, vol 6 - nº 11, 4-15, 2004.

KFOURI, Juca. **O Futebol em crise**. Disponível em: <<http://blogdojuca.uol.com.br/2012/10/futebol-em-crise/>> Acesso em: 30 out. 2014.

LIMA, José Antonio. Brasil 1 x 7 Alemanha: O que explica o vexame do Brasil? Disponível em: <<http://esportefino.cartacapital.com.br/alemanha-7-x-1-brasil-copa-goleada/>> Acesso em: 27 out. 2014.

MIRANDA, Lyana Thédiga de; BRUGGEMANN, Angelo Luiz; PIRES, Giocani de Lorenzi. A Mídia e a Reconstrução da Identidade da Seleção Brasileira pós-Dunga. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza. Anais, Intercom, 2012.

MOSER, Vinícius; PRODANOV, Cleber Cristiano. O ‘Maior Espetáculo da Terra’: O Futebol como Elemento da Cultura de Massa Brasileira. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, Chapecó. **Anais**. Intercom, 2012.

MURRAY, Bill. **Uma história do futebol**. São Paulo: Hedra, 2000.

NASCIMENTO, Paulo Henrique do. **Futebol e Identidade Nacional brasileira: o caso da copa do mundo de 1938.** Faculdade de História, Direito e Serviço Social, Franca, 2006. 69 p.

NOGUEIRA, Armando. **País da TV: a história da televisão brasileira contada por -- / Gonçalo Silva Júnior.** – São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2001. Entrevista concedida a Gonçalo Silva Júnior.

PASCHOALINO, Christiane Bara. A Construção e (Des)construção da Identidade da Seleção Brasileira. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Fortaleza, 2012.

PECENIN, Marcelo Fila. **Discursos do e sobre o futebol brasileiro: O poder midiático na regulação das identidades.** 2011. Dissertação, Universidade Federal de São Carlos, Programa de pós-graduação em linguística. Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2011.

PELÉ. **Pelé Critica influencia de empresários nas escalões da seleção.** Disponível em: <<http://www.foxsports.com.br/noticias/105731-pele-critica-influencia-de-empresarios-nas-escalacoes-da-selecao>> Acesso em: 27 out. 2014. Entrevista concedida a Brunno Carvalho.

PEREIRA, Camila Augusta Alves. Final da Copa do Mundo de futebol de 1970: rádio, propaganda e identidade nacional. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, XXXV, 2012, Fortaleza. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Congresso Fortaleza: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012.

PRANKE, Saul Elias. **O aspecto agonístico na cobertura dos jornais Zero Hora e Folha de São Paulo na Copa do Mundo 2010.** Monografia. Universidade Federal de Santa Maria, Curso de Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal de Santa Maria, dezembro de 2010, 74 p.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo.** São Paulo: Terceiro Nome, 2006.

RIBEIRO, Luiz Carlos. Futebol e identidade nacional. Uma leitura freyreana. In: **Simpósio Nacional de História**, 22., 2003, João Pessoa. Anais do XXII Simpósio Nacional de História: História, acontecimento e narrativa. João Pessoa: ANPUH, 2003. CD-ROM.

SANTORO, Luiz Fernando. **A imagem nas mãos; o vídeo popular no Brasil.** São Paulo, Summus Editorial, 1989.

SANTOS, Robson Souza dos, COSTA, Felipe da. **Cinema Brasileiro e Identidade Nacional: análise dos primeiros anos do século XXI.** Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso em: 10/07/2014.

SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. Apresentação. In: AGOSTINO, Gilberto. **Vencer Ou Morrer: Futebol, Geopolítica E Identidade Nacional**. 271 p., 2002.

SILVEIRA, Helder Gordinda. **Argentina X Brasil: A questão do Chaco Boreal**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

SOARES, Antonio Jorge. Futebol Brasileiro e Sociedade: a interpretação culturalista de Gilberto Freyre (pp. 145-162). In: ALABARCES, Pablo. **Futebologías: fútbol, identidad y violencia em América Latina**. Buenos, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Noticiário esportivo no Brasil: uma resenha histórica**. Artigo, Pernambuco: UFPE, 2006. Disponível em: <<http://jornalismo.ufma.br/licristina/files/2014/01/1%C3%A2mina.pdf>> Acesso em: 09 de jul de 2014

SCHWARCZ, L. M. **Retrato em branco e preto – jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras. 2001

TEIXEIRA, Maria Cecília Sanchez. Prefácio. IN: BARROS, João de Deus Vieira. **Imaginário da brasilidade em Gilberto Freyre**. 2 ed. São Luis/MA: EDUFMA, 2009, 206p.

TELLES, E. **Racismo à brasileira: uma nova perspectiva sociológica**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

THOMPSON, John. **In: A Mídia e a Modernidade**, Petrópolis, Vozes, 2001.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **No País do Futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

VILAS BOAS, Sérgio. **Formação & Informação Esportiva: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.

WOODWARD, K. Identidades e representações: articulações conceituais. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org).

Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. 1º ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público** – uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Editora Ática, 1996.

Links:

Dedé. Brasileirinhos. <<https://www.youtube.com/watch?v=mNyAT41-Bqs>> Acesso em: 27 out. 2014

Neymar. Brasileirinhos < <https://www.youtube.com/watch?v=XPoVNAYyLmw>> Acesso em: 27 out. 2014.