



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

GUILHERME VALENTIN DE OLIVEIRA

**PÁTRIA DE CHUTEIRAS: O FUTEBOL COMO REPRESENTAÇÃO
SIMBÓLICA E CULTURAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA**

João Pessoa

2024

GUILHERME VALENTIN DE OLIVEIRA

**PÁTRIA DE CHUTEIRAS: O FUTEBOL COMO REPRESENTAÇÃO
SIMBÓLICA E CULTURAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, do Curso de Bacharelado em Jornalismo, do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Piva de Carvalho.

João Pessoa

2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

O48p Oliveira, Guilherme Valentin de.
Pátria de chuteiras : o futebol como representação
simbólica e cultural da sociedade brasileira /
Guilherme Valentin de Oliveira. - João Pessoa, 2024.
58 f. : il.

Orientação: André Luiz Piva de Carvalho.
TCC (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo - TCC. 2. Jornalismo esportivo. 3.
Futebol - Cultura - Brasil. 4. Futebol - Identidade
nacional. 5. Futebol - Racismo e homofobia. I.
Carvalho, André Luiz Piva de. II. Título.

UFPB/CCTA

CDU 070(043.2)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

ATA DE APROVAÇÃO

Este trabalho foi submetido à avaliação da Banca Examinadora composta pelos professores abaixo relacionados, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba.

Aluno(a): GUILHERME VALENTIM DE OLIVEIRA

Título do trabalho: PÁTRIA DE CHUTEIRAS

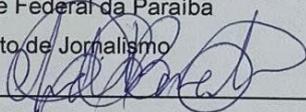
Aprovado em 18 / 10 / 2024, com média 100 (dez)

BANCA EXAMINADORA

Professor(a) orientador(a): ANDRÉ LUIZ PIVA DE CARVALHO

Universidade Federal da Paraíba

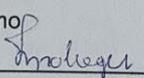
Departamento de Jornalismo

Assinatura: 

Professor(a) examinador(a): ZULMIRA NÓBREGA

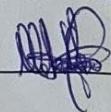
Universidade Federal da Paraíba

Departamento de Jornalismo

Assinatura: 

Professor(a) examinador(a): MATHEUS FERNANDES ARAÚJO

Instituição

Assinatura: 

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado forças para chegar até aqui. Sem o amparo e as bênçãos concedidas por Ele definitivamente eu não teria conseguido concluir esta minha jornada acadêmica.

A Lúcia Valentin, minha maior cuidadora, incentivadora e amiga. Obrigado por sua dedicação desde o momento em que nasci, dedico este trabalho inteiramente a você. Te amo, mãe!

A Ariston Vicente, meu pai, o melhor jogador de futebol do mundo, minha inspiração e referência em tudo o que envolva crescimento e gostos pessoais que carrego comigo até hoje. Te amo, pai!

Aos meus queridos amigos Gustavo Demétrio, Guilherme Bezerra, Guilherme Lopes, Kenidy Santana, Luiz Moreira, Matheus Aquino, Ronaldo Alves e Vinícius Gonçalo. Vocês tornaram estes 5 anos de vida universitária muito melhor e mais leve, gratidão.

A André Piva, meu orientador, gratidão pela paciência e suporte neste semestre. Apesar das batalhas pessoais sempre se mostrou disposto e pronto para me auxiliar. É sem sombra de dúvidas um dos poucos docentes que levarei para sempre em minha memória.

E por fim, agradeço a todos aqueles que tornaram isso possível. A vida é feita de ciclos, e encerro este ciclo universitário com a sensação de missão cumprida.

“Deus não coloca um peso nos ombros de um homem se souber que ele não pode carregá-lo.”
(Muhammad Ali).

RESUMO

O presente estudo busca analisar como o futebol tornou-se um elemento que transcendeu a barreira esportiva e se tornou objeto relevante na construção da identidade cultural do povo brasileiro. Em uma nação de dimensões continentais como o Brasil, o futebol, ao chegar ao país, no final do século XIX, rapidamente se enraizou na cultura popular, tornando-se um elemento de união em uma nação marcada pela diversidade social e cultural. O trabalho investiga como o futebol, presente nos diversos segmentos sociais e políticos ao longo da história, tornou-se expressão de integração do povo brasileiro, como símbolo icônico da ideia de identidade nacional. A abordagem metodológica da pesquisa baseia-se em um recorte qualitativo de fatos e eventos que contribuíram para a construção da memória coletiva brasileira em torno do futebol, com uma metodologia que inclui análise de discursos e narrativas midiáticas, a partir de fontes diversificadas como obras literárias especializadas, crônicas esportivas, arquivos históricos e jornalísticos, material audiovisual e jornalismo digital. A metodologia aplicada segue um protocolo rigoroso de leitura, seleção e catalogação de fontes, assegurando que a abordagem histórica e cultural do futebol seja explorada de maneira interdisciplinar. O trabalho também se vale de memória empírica do autor, manifesta conforme sua visão crítica e contextualizada a respeito do papel do futebol na construção da identidade nacional. Conclui-se que o futebol, além de entretenimento, serve como metáfora poderosa para as dinâmicas sociais, políticas e culturais do Brasil, na demonstração do papel do esporte na formação da identidade nacional.

Palavras-chave: Brasil; futebol; cultura; jornalismo esportivo; construção identitária.

ABSTRACT

The present study aims to analyse how football transcended the sporting barrier and became a relevant factor in the construction of the Brazilian people's cultural identity. In a nation as vast as Brazil, football, upon its arrival in the late 19th century, quickly took root in popular culture, becoming a unifying element in a country marked by a social and cultural diversity. This paper investigates how football, present across various social and political spheres throughout history, became an expression of the Brazilian people's integration, as an iconic symbol of national identity. The methodological approach is based on a qualitative selection of facts and events that contributed to the construction of Brazil's collective memory around football, utilizing a methodology that includes discourse analysis and media narratives, drawing from diverse sources such as specialized literary works, sports chronicles, historical and journalistic archives, audiovisual material, and digital journalism. The applied methodology follows a rigorous protocol of reading, selecting, and cataloging sources, ensuring that the historical and cultural approach to football is explored in an interdisciplinary manner. The study also draws upon the author's empirical memory, expressed through a critical and contextualized vision of the role of football in the construction of the nation identity. The study concludes that football, beyond entertainment, serves a powerful metaphor for Brazil's social, political, and cultural dynamics, demonstrating the role of sport in the formation of national identity.

Keywords: Brazil; football; culture; sports journalism; identity construction.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Os três reis do futebol, Pelé, Marta e Falcão.....	18
Figura 2 – Conquista da seleção brasileira em 1958.....	20
Figura 3 – Charge que satiriza a corrupção política com o termo futebolístico “vestir a camisa”	22
Figura 4 – Campanha global realizada pela Organização Mundial do Trabalho (OIT), em 2016	23
Figura 5 – O uso de camisas de futebol no streetwear ao redor do mundo.....	25
Figura 6 – Leônidas da Silva e Getúlio Vargas.....	28
Figura 7 – Seleção brasileira de 1958	30
Figura 8 – O choro de Pelé nos ombros de Gilmar.....	33
Figura 9 – Bellini ergue a taça Jules Rimet acima da cabeça.....	34
Figura 10 – Neymar Jr. Sendo representado em um grafite no estado da Flórida - EUA.....	39
Figura 11 – Os “camisas negras”, campeões cariocas em 1923	44
Figura 12 – Ofício publicado em 1924 pelo então presidente do Vasco da Gama, José Augusto Prestes	46
Figura 13 – O choro de Vinicius Júnior durante a coletiva da Seleção Brasileira	50
Figura 14 – Coligay, um marco de resistência e luta contra a homofobia no futebol.....	53

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA NA MÍDIA ESPORTIVA ESPECIALIZADA	14
2.1	INFLUÊNCIA DO FUTEBOL NA CULTURA POPULAR BRASILEIRA .	20
3	O FUTEBOL COMO FERRAMENTA POLÍTICA.....	27
3.1	MARACANAÇO: A CRIAÇÃO DE HERÓIS E VILÕES	28
3.2	1958: NASCE O PAÍS DO FUTEBOL.....	31
4	O FUTEBOL BRASILEIRO E A INDÚSTRIA CULTURAL.....	35
4.1	COMO NARRATIVAS CONSAGRAM SÍMBOLOS E ÍDOLOS	37
5	FUTEBOL E DIVERSIDADE: RACISMO, HOMOFOBIA E INCLUSÃO NO ESPORTE	42
5.1	RACISMO NO FUTEBOL BRASILEIRO: UM PROBLEMA HISTÓRICO E ESTRUTURAL.....	42
5.1.1	Os Camisas Negras: A Luta Antirracista do Vasco da Gama no Início do Futebol Brasileiro.....	43
5.1.2	Caso Vinicius Júnior: O Racismo no Futebol Moderno.....	47
5.2	GRÊMIO E COLIGAY: UM EXEMPLO DE RESISTÊNCIA LGBTQIAPN+ NO FUTEBOL GAÚCHO	50
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
	REFERÊNCIAS	57

1 INTRODUÇÃO

O Brasil, como nação de dimensões continentais, em extensão, ocupa a sétima posição entre os maiores países do mundo, já em população ocupa o quinto lugar. Das cinco regiões que dividem o seu território, podemos observar o forte multiculturalismo presente em cada uma delas, no vocabulário, sotaque, dialetos, gastronomia, artes em geral, estilo de vida, histórias, memórias, tradições, costumes, saberes, fazeres e demais elementos culturais.

Nesse contexto, consideramos a “cultura” como o conjunto de costumes, tradições e valores, práticas sociais que são transmitidas de geração em geração. Mas mesmo sendo uma nação gigantesca com tantas diferenças que formam a identidade cultural do povo brasileiro, existe um fator determinante na construção dessa identidade que une os mais diversos tipos de habitantes desse país: o futebol.

A chegada do futebol no país ocorreu com o retorno de Charles Miller ao Brasil no final do século XIX, que na Europa teve acesso tanto ao rugby quanto o futebol, e passou a disseminar o esporte em território nacional, que inicialmente estava restrito às classes mais abastadas, porém rapidamente se espalhou entre as camadas mais populares da sociedade por conta da sua simplicidade e acessibilidade, afinal, basta apenas uma bola, dois objetos para simularem as traves e já é possível jogar. Ganhando repercussão nas periferias urbanas e bairros operários, aos poucos o futebol tornou-se uma expressão coletiva que rapidamente tornou-se parte da identidade nacional brasileira.

Como esporte responsável por consolidar o Brasil como uma potência esportiva mundial que desperta enorme interesse de seu povo, o futebol “Do Oiapoque ao Chuí, da Ponta do Seixas à Serra de Contamana”¹, reúne multidões de apaixonados, pois somos

¹ Nas décadas de 1960, 70 e 80, a Rádio Bandeirantes de São Paulo, com Fiori Gigliotti à frente, marcou época nas transmissões futebolísticas. Seu bordão “Abram-se as cortinas e começa o espetáculo!” trazia grandiosidade aos jogos, especialmente em estádios icônicos como o Morumbi, em São Paulo, e o Maracanã, no Rio de Janeiro. Além disso, a Bandeirantes fazia parcerias emissoras regionais, retransmitindo o conteúdo em cidades de estados como Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná e Pernambuco. Essa ampla cobertura permitiu que as transmissões esportivas, especialmente as narrações de Fiori Gigliotti, chegassem a uma

pentacampeões na modalidade, a maior do planeta, a Copa do Mundo. O Rei do Futebol é brasileiro, Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, a “Rainha” nasceu em Alagoas, Marta Vieira da Silva. E até mesmo no futebol de salão, o melhor jogador que a modalidade produziu também nasceu em solo brasileiro, Alessandro Rosa Vieira, o Falcão.

Com tamanha prosperidade da modalidade no país, especialmente no século XX, o sociólogo Gilberto Freyre (1964) argumenta que mais do que um esporte, o futebol tornou-se uma instituição nacional, e intrinsecamente faz parte da formação social e cultural da sociedade brasileira.

Neymar, o brasileiro mais popular do mundo na internet, é um jogador de futebol. As quadras poliesportivas ao redor do Brasil, na maior parte do tempo, são utilizadas para a prática do futebol. Os programas esportivos de maior audiência nas televisões e rádios falam de futebol, e, quando falamos de jornalismo esportivo nacional, muito provavelmente será uma associação direta ao futebol.

Essas considerações, entre inúmeras outras possíveis, um recorte empírico com base em episódios históricos registrados na literatura e na mídia, demonstram relevância do futebol para o povo brasileiro, fator determinante para este estudo, pois nos dota da segurança necessária para tratar de um tema de enorme interesse pessoal, também um objetivo e um sonho de trilharmos a carreira jornalística em editorias de esporte, e mesmo realizar um trabalho de conclusão de curso sobre o futebol.

A escolha de um objeto de pesquisa acadêmica depende de diferentes motivações, um único ou vários porquês, que nos trazem indagações e inquietações, as quais, de nossa parte, foram decorrentes do desafio de como se dedicar a um estudo atendida à nossa paixão. Como, então, avançar de modo a atender às regras, exigências e padrões acadêmicos?

Tudo se esclareceu na disciplina Jornalismo Multiplataforma I, no fato de eu consultar o professor, também aficionado por futebol, dizendo-lhe que desejava falar sobre “o futebol como fenômeno cultural do Brasil”. Na conversa, descobrimos que o futebol apresenta, historicamente, múltiplos elementos de

grande parte do território nacional, fortalecendo o vínculo entre as regiões, e conectando emocionalmente fãs do esporte em lugares tão distantes.

projeções simbólicas da cultura social brasileira, de modo que tema poderia ser visto na ótica dos estudos culturais, da construção da identidade nacional pelos enunciados discursivos da mídia especializada.

Desse modo, trabalhamos no entendimento de que a construção identitária na concepção de “imagem veiculada”², ou “projeção imagética”, de determinada formulação discursiva, reconhecemos a mídia futebolística como uma potente produtora de imaginários de nossos tempos. Logo, na simples lógica indutiva, sabemos que os discursos jornalísticos que pautam o futebol brasileiro e sua seleção no percurso do tempo apresentam enorme conjunto de informações e produções de sentidos subjetivas sobre a identidade brasileira em perspectivas culturais, políticas, econômicas, sociológicas e antropológicas.

Assim, o presente trabalho buscou estudar como as projeções simbólicas relativas ao futebol, reconhecido como pilar fundamental para a sociedade brasileira, constroem discursivamente a identidade nacional, questão tratada epistemologicamente nos capítulos 2 e 3, e desenvolvida, nos demais tópicos, de forma narrativa, na abordagem de diferentes episódios e fatos, recortados de modo qualitativo³, sob o crivo de se tratar de ocorrências marcantes para a memória e o cotidiano da sociedade brasileira.

Nessa linha de entendimento, o estudo teve como fonte de informações a literatura e material jornalístico digital multimídia especializados, pesquisas acadêmicas, textual e audiovisual, particularmente em publicações de especialistas de assuntos, principalmente articulistas, cronistas e analistas

² Acreditamos estar evidente o sentido que denotamos à imagem, referente à sua sinonímia de representação abstrata, perceptível no plano mental, o que redundaria em liames com o imaginário, ou seja, no estatuto de produção de sentidos, tanto na ótica de quem enuncia, como na interpretação de quem recebe a “imagem”. Imaginário como significação simbólica, inscrição iniciante, e também final de alguma significação.

³ A seleção qualitativa, segundo Oliveira (1997, p. 117), “possui a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema; analisar a interação de certas variáveis, compreender, classificar processos dinâmicos e experimentados por grupos sociais; apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permite em maior grau de profundidade a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos”.

esportivos, procedimento metodológico que inclui um protocolo de ações investigativas: busca e embasamento epistemológico em narrativas sobre processos históricos, questões relativas aos mitos do futebol e aspectos sociológicos.

Assim, em se tratando de um estudo com pesquisas exploratórias descritivas, como o natural esforço da seleção qualitativa para a abordagem de tantos temas e episódios no percurso do tempo do futebol brasileiro, empregamos um protocolo para a leitura, catalogação, escolha de fatos e esforço analítico, em que recorreremos a fontes diversificadas, como portais de notícias, arquivos digitais e registros históricos, além de buscar apoio em crônicas e livros esportivos. Valemo-nos também do conhecimento e memória empírica, acumulados ao longo de anos de envolvimento com a temática, que nos permitiram aprofundar a análise com um olhar crítico e contextualizado. Esse processo envolveu uma criteriosa seleção de episódios e temas relevantes, sempre com a preocupação de manter a coerência histórica e sociocultural do futebol brasileiro. Assim, o protocolo de leitura e catalogação foi fundamental para garantir a precisão das informações e a abordagem interdisciplinar necessária para compreender o impacto simbólico e cultural do futebol no Brasil.

Desse modo, a construção identitária é ato da linguagem, em “formações discursivas”, na condição de qualquer objeto tangível ou intangível, conforme o pensar de Foucault (2008, p. 50), que “encontra seu lugar e sua lei de aparecimento”, mediante a propriedade da linguagem em “dar origem, simultânea ou sucessivamente, a objetos que se excluem, sem que ele próprio [o discurso] tenha de se modificar”.

Em nosso recorte qualitativo para apresentar enunciados⁴ jornalísticos sobre episódios relevantes do futebol brasileiro, com textos e imagens, o emprego, portanto da linguagem verbal e não verbal, com a efetividade de

⁴ Para Foucault (2008), o enunciado é menor unidade do discurso que perpassa os blocos discursivos de um texto promovendo os conteúdos no tempo e no espaço. O enunciado formula signos que compõem a sequência do discurso, definindo a lógica produtora de sentidos, sendo elaborado por “um sujeito, em um lugar institucional, determinado por regras sócio-históricas que definem e possibilitam que ele seja enunciado”. (GREGOLIN, 2003, p. 2).

construir a identidade nacional, também utilizamos o suporte teórico-metodológica da análise de discursos.

2 A CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA NA MÍDIA ESPORTIVA ESPECIALIZADA

O estudo sobre identidade leva a questões de grande amplitude⁵, conforme o entendimento, Moura (2005, p. 77):

O interesse pela temática da construção de identidades tem crescido nas duas últimas décadas, tanto no mundo acadêmico quanto no âmbito da mídia. Muitos centros de pesquisa, hoje, dedicam-se diretamente a produzir conhecimento sobre identidades, e podemos observar também que inúmeros grupos que mantêm militância política desenvolvem atividades centradas neste item. (Grifos Nossos).

Na citação do autor, as expressões grifadas levam à preocupação sobre a indefinição conceitual que toma conta dos saberes dedicados à “identidade” e “construção de identidade”, a partir de debates teóricos motivados por questões exteriores à identidade pessoal ou individual, para se dedicar àquela do grupo humano, mais abrangente e difusa, de interesse multidisciplinar voltado aos estudos culturais, a identidade social⁶, com fenômenos de toda a ordem materializados no espaço genérico da vida societária cotidiana.

Entre as correntes de pesquisas sobre cultura e identidade contemporâneas, quem deu o pontapé inicial mais forte foram os Estudos Culturais Britânicos, a partir dos anos 1960, mediante sua capacidade original de reunir diferentes áreas de pesquisas num ecletismo instigante, conseguindo vincular seus trabalhos às questões suscitadas por movimentos sociais, em especial o interesse pelas subculturas, questões de gênero, raça e etnia, ao inaugurar o enfoque contemporâneo sobre identidade como atos de resistência das classes populares, num contexto complexo de atenção às diferenças culturais humanas, as “alteridades identitárias”, entendendo não

⁵ Cucho (2002, p. 175), afirma que tal qual “cultura” o enfoque a também uma de suas próprias questões, “identidade”, é cada vez mais comum, tanto que para alguns analistas consideraram a utilização do tema como efeito de uma “moda” dos últimos tempos, e se preocupa por não haver uma conceituação precisa sobre a matéria: “Restasaber o que se entende por ‘identidade’ e que significa esta ‘moda’ das identidades, aliás, em grande parte alheia ao desenvolvimento da pesquisa científica”.

⁶ Todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-lo no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticos sob um certo ponto de vista) e o distingue dos outros grupos (cujos membros são diferentes dos primeiros sob o mesmo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade cultural aparece como uma identidade de caracterização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural. (Cucho, 2002, p. 177).

existir apenas submissão de grupos humanos, étnicos ou de diferentes etnias vivendo numa mesma comunidade, com menor reconhecimento social devido às suas parcas condições econômicas, mas também resistência, fenômeno que sempre se fez presente na vida social, desde as sociedades da Antiguidade.

A antropologia das últimas décadas oferece o instrumental reflexivo inerente a “relativismos culturais”⁷ para a compreensão dos processos de enfrentamento culturais e identitários que sempre se fizeram presentes nas sociedades do passado, conforme seus diferentes períodos histórico-sociais.

Os Estudos Culturais britânicos, por sua vez, desdobrados nos últimos anos, com visões multidisciplinares, com o privilégio de poder contar com preciosos objetos de análise já delineados na sua época de instauração, tais como os produtos da mídia mediam a cultura popular (indústria cultural), vem conceituando, ou tratando a noção de identidade, numa ideia que reputa ao sujeito uma multiplicidade e fragmentação com identidades díspares, conforme os valores e inferências culturais da sociedade contemporânea, sendo elástico e instável⁸, num direcionamento que já decidiu pelo fim do sujeito individual,

⁷ Em 1974, Melville Herkovits, que em 1937 havia criado a “relativismo cultural”, apresentou a ONU, em nome da *American Anthropological Association* uma recomendação para exigir o respeito absoluto de cada cultura particular. Zanolrenzi (1998, p. 37) diz que “o conceito de relativismo cultural talvez se constitua na principal contribuição que a antropologia já ofereceu às Ciências Humanas. É bem verdade que seu alcance pode ser questionado quando referido às sociedades complexas, já que aqui o “outro” não é apenas diferente, mas também desigual. Mas é sob o prisma que repousa o olhar que pretende compreender aquilo que não é o espelho cultural esse posicionar em uma perspectiva de respeito às diferenças”.

⁸ Num quadro de tantos incitamentos, essa discussão abre múltiplos caminhos, que vão da questão da identidade individual à identidade de grupos, identidade cultural, identidade nacional. Nessas diversas instâncias, o conceito ou noção de identidade sofre um estilhaçamento: já não é mais possível pensá-la como uma referência estável, um pólo homogêneo, coeso, unificado. França (2002, p. 8-9).

acatando a concepção de “identidade regional” defendida por Bordieu (1989, p. 112), na qual o território⁹ é visto na sua totalidade geopolítica¹⁰.

Em decorrência desse processo heterogêneo, identidade é pensada como “construção”, inclusive nas suas formas de tensão e conflito, em debates que contrapõem sistemas socioculturais, procurando rediscutir o próprio conceito de identidade. Há procura por uma concepção conceitual mais elástica “que dê conta do movimento e diversidade que atravessam os processos identitários na contemporaneidade” (França, 2002, p. 9).

Em suma: quando se fala em "crise da identidade" - da identidade dos indivíduos ou nações - na verdade estamos falando de duas coisas: de uma crise, uma conturbação no âmbito dos processos ordenadores da vida social, mas também da insuficiência de nossos instrumentos analíticos que, nesses momentos, revelam suas limitações. (Op. cit., p. 9).

Percebemos, assim, que as classificações teóricas dedicadas às diversidades dos indivíduos se ocupam cada vez mais da identidade como construção, na base conceitual de formação dos grupos humanos no contexto das interações sociais, como também no âmbito das identidades nacionais, aglutinando territorialidades geopolíticas e seus consequentes sistemas político-econômicos.

Entretanto, fala-se, portanto, de “identidade”, “identidade social”, “diversidade”, “processo identitário”, “identidade cultural”, “identidade nacional”, “identidade política”, “identidade religiosa”, “identidade sexual”, “identidade enquanto processo de construção”, “construção de identidade”, num mesmo patamar genérico. Por isso, o incômodo com as generalizações conceituais sobre “identidade”, já que pensamos em “construção identitária”, especialmente a nacional brasileira, de um modo bastante específico, em relação ao futebol.

⁹ Um território ou região, delimitados pelos critérios objetivos da geografia física e política, possui essência cultural definida pela geografia humana que tende à uniformidade, considerando os modelos de comportamento definidos pela vivência familiar e as influências da comunidade, decorrentes do cotidiano e de fenômenos de toda a ordem gerados por fatos favoráveis ou contrários, decorrentes do dinamismo e evolução da própria vivência societária, política, economia, trocas culturais, educação, entre outros fatores. Porém, cada vez mais, se materializa a pluralidade cultural num mesmo meio social, assim como as relações culturais e identitárias ente diferentes territórios.

¹⁰ Bourdieu (2001) classifica até mesmo a “regionalidade” como uma construção política.

A questão no primordial aspecto do jornalismo relativo ao desenvolvimento de estratégias ao interagir narrativas verbais com não verbais, como fórmulas de construção da realidade e elaboração do discurso da atualidade. O processo passa pelo esforço de “formulação da verdade” em práticas discursivas e imagéticas empregadas como mecanismos “produtores do real”. Assim, quem “constrói a realidade”, faz o mesmo com identidades. Gregolin (2003, p. 97) argumenta que “como construtora de imagens simbólicas, a mídia participa ativamente, na sociedade atual, da construção do imaginário social, no interior da qual os indivíduos percebem-se em relação a si mesmos e em relação aos outros”.

A mídia, ao construir identidades sociais, chega a criar, inventar, fabricar, às vezes até do nada, em relação à realidade, a identificação de determinado grupo humano junto ao público receptor, mas encontra muito mais possibilidades em ampliar identidades já existentes. Pode até mesmo nomear aquelas que não se reconhecem em seu próprio meio, provavelmente em estado subliminar, como também disparar ou dinamizar os processos de representações identitárias.

Nas mediações entre cultura e identidade, na qual a mídia ocupa papel central, em razão de sua práxis procurar trabalhar com fenômenos interativos à vida social, a exemplo do futebol, o jornalismo especializado é repleto de construções discursivas sobre a identidade brasileira, no percurso do tempo, de modo que a atividade se destaca como um dos maiores fenômenos culturais do país, cujo desenvolvimento o diferencia dos demais esportes, fazendo-o uma verdadeira instituição nacional, inclusive como um dos elementos irracionais de nossa formação social e de cultura (Freyre, apud Filho, 1964, p. 47).

Na construção da identidade pela mídia, particularmente no futebol, também em sequências temporais, há intenso uso da imagem, impressa e audiovisual. No caso, pelo fato deste estudo privilegiar narrativas memoriais, destaca o fato de até mesmo o jornalismo impresso, em seus tempos de maior relevância, coincidentes também com os tempos áureos do futebol brasileiro na sua relação identitária como o povo, privilegiar o uso da imagem, fotografias e ilustrações, cores e gráficos. Tratava-se de a opção pela apresentação visual sedutora. Assim, na concorrência com a linguagem verbal os discursos não

verbais se destacavam, tanto que a força da televisão, a mídia mais forte e soberana de maior penetração coletiva, cresceu exponencialmente.

Em termos de representação identitária, então, a mídia futebolística sempre que as condições técnicas permitiram trabalha intensamente com a imagem, conforme os célebres registros fotográficos do futebol brasileiro que entraram para a história.

Figura 1 – Os três reis do futebol, Pelé, Marta e Falcão.



Fonte: X / Sports Center Brasil¹¹

A identificação é peça fundamental para a construção da identidade cultural de um indivíduo. Tradições como a torcida por um time de futebol, muitas vezes, são passadas de pai para filho(a). Caetano provoca reflexões sobre como um determinado momento influencia nossa compreensão e experiência dos corpos. Grandes momentos dos esportes retratados por fotografias são capazes

¹¹ Postagem do perfil Sports Center Brasil na rede social "X".

Disponível em:

<https://x.com/SportsCenterBR/status/126996441832826880>

0

de evidenciar como a mídia transmite uma sensação de pertencimento do indivíduo através do apreço pelo esporte.

A chegada do futebol no país ocorreu com o retorno de Charles Miller ao Brasil no final do século XIX, que na Europa teve acesso tanto ao rugby quanto o futebol, e passou a disseminar o esporte em território nacional, que inicialmente estava restrito às classes mais abastadas, porém rapidamente se espalhou entre as camadas mais populares da sociedade por conta da sua simplicidade e acessibilidade, afinal, basta apenas uma bola, dois objetos para simularem as traves e já é possível jogar. Ganhando repercussão nas periferias urbanas e bairros operários, aos poucos o futebol tornou-se uma expressão coletiva que rapidamente tornou-se parte da identidade nacional brasileira.

Caetano (2011, p. 17), ao analisar imagens fotográficas esportivas, afirma que o esporte aliado à mídia pode gerar experiências estéticas por meio das imagens de um acontecimento vivido por um indivíduo.

Como exemplo emblemático, até com a função de ser um discurso fundador¹² da construção da identidade brasileira pelo futebol, destacamos a célebre crônica de Nelson Rodrigues sobre o fato de a Copa de 1958 acabar com o “complexo de vira-latas do brasileiro”¹³, escrita em razão de o Brasil ter se sagrado campeão do torneio ao vencer a Suécia por 5 x 2.

¹² Discursos fundadores conforme a concepção de Orlandi (1993) que trata da história de um país por meio de célebres textos que funcionam como referência básica no imaginário constitutivo do povo. A Carta de Caminha, por exemplo, “criou o Brasil”. A autora, assim, “discute a identidade brasileira, seja para dizer que não temos uma identidade, seja para afirmar que não somos isso ou aquilo, seja para dizer que temos atributos, na maior parte das vezes, não recomendáveis”.

¹³ Na crônica, Nelson Rodrigues, escreveu: “Por complexo de vira-latas entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo. Isto em todos os setores e, sobretudo, no futebol. Em Wembley [cidade britânica que, em 1956, viu a Inglaterra derrotar o Brasil por 4 a 2, em jogo amistoso], por que perdemos? Porque, diante do quadro inglês, louro e sardento, a equipe brasileira ganiu de humildade. Jamais foi tão evidente e, eu diria mesmo, espetacular o nosso vira-latismo. Na já citada vergonha de 1950, éramos superiores aos adversários. Além disso, levávamos a vantagem do empate. Pois bem: — e perdemos da maneira mais abjeta. Por um motivo muito simples: — porque Obdulio [Obdulio Varela, capitão do Uruguai] nos tratou a pontapés, como se vira-latas fôssemos.” (Fundação Perseu Abramo. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/2018/06/29/1958-vitoria-que-espantou-o-complexo-de-vira-latas/>. Acesso em: 9 set.2024.)

Figura 2 – Conquista da seleção brasileira em 1958.



Fonte: Acervo do Museu Paulista da USP (2018).

Conforme a rede discursiva midiática derivada da crônica de rigues, intermitentemente, até os dias de hoje, nos sentidos das inúmeras projeções simbólicas, a construção que mudou a identidade do brasileiro de vira-latas para o melhor do mundo, conforme a própria música, em estilo de marcha, cuja letra diz: “Com brasileiro não há quem possa!”¹⁴.

2.1 INFLUÊNCIA DO FUTEBOL NA CULTURA POPULAR BRASILEIRA

A participação do futebol na cultura popular brasileira vai além de uma simples manifestação esportiva. O futebol é uma força que molda comportamentos, reflete tensões sociais e serve como uma narrativa simbólica que une o país em torno de uma identidade comum. Com a sua capacidade de gerar ídolos e contar histórias de superação, o esporte não apenas entretém, mas também dialoga profundamente com as aspirações e os desafios da sociedade brasileira. Ele se transforma um espelho das dinâmicas sociais, culturais e políticas, onde a noção de brasilidade é constantemente redefinida.

¹⁴ Música “A taça do mundo é nossa”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hJAriHOH1Jg>

Futebol se joga no estádio? / Futebol se joga na praia, / futebol se joga na rua, / futebol se joga na alma. / A bola é a mesma: forma sacra / para craques e pernas de pau. / Mesma a volúpia de chutar / na delirante copa- mundo / ou no árido espaço do morro. / São voos de estátuas súbitas, / desenhos feéricos, bailados / de pés e troncos entrançados. / Instantes lúdicos: flutua / o jogador, gravado no ar / — afinal, o corpo triunfante / da triste lei da gravidade. (Carlos Drummond de Andrade).

Além de paixão nacional, o futebol moldou profundamente a maneira como os brasileiros se expressam no dia a dia. As metáforas e expressões futebolísticas tornaram-se parte do vocabulário cotidiano, ultrapassando as quatro linhas do campo e penetrando em diversas esferas da vida social. Como afirma Roberto DaMatta em “O Universo do Futebol” (1982), o futebol no Brasil não é apenas um jogo, é uma forma de se ver o mundo, mas de compreendê-lo e traduzi-lo em uma linguagem acessível a todos. Essas expressões são usadas para descrever uma variedade de situações, aplicando a lógica do esporte em contextos políticos, econômicos e sociais. Termos como “driblar a crise”, “jogar na retranca”, ou “marcar um golaço” são amplamente utilizados, transformando o futebol em uma lente interpretativa através da qual se explicam as complexidades da vida cotidiana.

As expressões futebolísticas também são recorrentes em discursos econômicos e políticos. Políticos, por exemplo, frequentemente usam termos como “entrar em campo” ou “partir para o ataque” no intuito de mobilizar o público e criar um sentido de ação coletiva. Na economia, frases como “fazer um gol de placa” são usadas para descrever decisões acertadas ou ações bem-sucedidas no mercado. O futebol, ao ser traduzido para esses contextos, funciona como elemento de familiaridade que aproxima a política e a economia do entendimento popular.

Há assim, expressões que circulam livremente tanto no campo de futebol quanto no da política. Citarei uma delas, que creio ser bastante expressiva de tudo o que disse até agora. Trata-se da popularíssima expressão brasileira “ter (ou não ter) jogo de cintura”, como uma forma de exprimir a flexibilidade e sensibilidade que se pode ter (ou não) para certas situações sociais. Deste modo, (uma pessoa com jogo de cintura” (ou, (uma pessoa que tem jogo de cintura”) é uma pessoa capaz de dobrar sem quebrar, deixando que uma situação possa

transformar-se favoravelmente para depois agir. (DAMATTA, 1982, p. 29).

A força dessas expressões também reside na maneira como elas conferem dinamismo aos discursos. Falar de política como se fosse uma partida de futebol faz com que a dinâmica entre adversários, táticas e estratégias pareça mais compreensível e envolvente. Da mesma forma, em contextos empresariais, usar expressões como “marcar um golão” ou “jogar na defesa” humaniza decisões e resultados, traduzindo a complexidade de questões financeiras e estratégicas em um jogo que os brasileiros entendam e respeitam.

Figura 3 - Charge que satiriza a corrupção política com o termo futebolístico.



Fonte: Correio Brasiliense.

A mídia também desempenha um papel crucial na disseminação dessas expressões. Programas de televisão, novelas e jornais constantemente fazem uso dessas expressões para tornar suas narrativas mais acessíveis ao grande público. A apropriação de termos futebolísticos é um reflexo de como o esporte torna-se um espaço de comum diálogo, onde a acessibilidade linguística reforça o papel do futebol como unificador cultural e um ponto de convergência que aproxima as diferentes classes sociais e grupos. A mídia se aproveita dessa linguagem comum para criar narrativas que são ao mesmo tempo

compreensíveis e causam emoção, utilizando o futebol como ponto de partida para discutir questões amplas e, muitas vezes, difíceis de serem abordadas diretamente.

Figura 4 - Campanha global realizada pela Organização Mundial do Trabalho (OIT), em 2016.



Fonte: YouTube.

A música também retrata o futebol como tema central em diversas canções populares nacionais. Artistas como Chico Buarque, Emicida e Jorge Ben Jor compuseram músicas que exaltam o futebol como uma representação das paixões, alegrias e frustrações do povo brasileiro. Um exemplo icônico é a canção “Fio Maravilha” (1972), de Jorge Ben Jor, que narra a trajetória de um gol heroico marcado pelo jogador do Flamengo. Essa música transformou Fio Maravilha, que era pouco conhecido do fora do círculo flamenguista, em uma figura mítica da cultura popular brasileira.

E novamente ele chegou com inspiração / Com muito amor, com emoção, com explosão em gol / Sacudindo a torcida aos 33 minutos do segundo tempo / Depois de fazer uma jogada celestial em gol / Tabelou, driblou dois zagueiros / Deu um toque, driblou o goleiro / Só não entrou com bola e tudo / Porque teve humildade em gol / Foi um gol de classe, onde ele mostrou sua malícia e sua raça / Foi um gol de anjo, um verdadeiro gol de placa / Que a galera, agradecida, se encantava / Foi um gol de anjo, um verdadeiro gol de placa / Que a galera, agradecida, se encantava / Filho Maravilha, nós gostamos de

você / lh-ih-ih-ih-ih-ih / Filho Maravilha, faz mais um pra gente ver / lh-ih-ih-ih-ih-ih. (Jor, 1972).

A participação do rapper Emicida na música “País do Futebol” (2013) protagonizada pelo funkeiro MC Guimê, ressignifica a trajetória de uma criança periférica que vai dominar o mundo através do seu talento e sonho de ser jogador no País do Futebol, simbolizando a resiliência e luta contínua por ascensão social. País do Futebol se tornou um hino para a geração Z, que estava ansiosa para acompanhar a Copa do Mundo que seria sediada no Brasil no ano seguinte. Qualquer criança que cresceu nutrindo um amor pelo esporte mais praticado do mundo se sentia tocado pelas letras de Guimê e Emicida, outro fator que corroborou para o sucesso da música foi a participação de Neymar no videoclipe oficial, que transmitiu uma mensagem de apoio a todos que sonham em jogar futebol. Nas palavras do craque brasileiro: “Não desistir, independente se você encontra uma barreira na sua frente. Ser menosprezado, falarem que você é ruim, isso aí acontece com todo mundo, já aconteceu comigo. E a gente tem que acreditar no nosso sonho, no que a gente quer, é difícil, mas tem que acreditar, né? É um sonho.”

Poeira no boot, é cinza, Kichute / Campão, barro na canela / Maloqueiro, fut, talento / É arte de chão, ouro de favela / Imaginei, pique Boy do Charmes / Voltei, estilo Charles Dow / Pra fazer a quebrada cantar / Memo, é tipo MC Lon / Eu vim pelas taça, pois, raça / Foi quase dois palito / Ontem foi choro, hoje tesouro / E o coro grita: tá bonito! / Eu sou Zona Norte, Fundão / Swing de vagabundo / Dos que venceu a desnutrição/ E hoje vai dominar o mundo. (Guimê, 2013).

No campo da cultura popular de rua, especialmente em bairros periféricos e comunidades, o futebol é uma linguagem que dá voz às experiências de marginalização e resistência. As “peladas”, como são conhecidas as partidas de futebol de rua, são momentos em que o esporte se torna um ato de apropriação cultural, onde criatividade e malandragem são necessárias e valorizadas tanto quanto habilidades técnicas. Expressões como “jogador de várzea”, que sugerem um futebol livre de formalidades e repleto de irreverência, fazem parte do vocabulário de todo o brasileiro que enxerga no esporte uma forma de expressão artística e sobrevivência em um contexto de exclusão social.

Ainda no contexto de cultura de rua, podemos ver o futebol sendo representado nas roupas e acessórios. A camisa de times populares, ou do circuito amador, é usada não apenas como demonstração de apoio ao time, mas como uma afirmação de pertencimento a uma identidade coletiva que se estende para além do campo. O uso de frases como “representar a camisa” ou “vestir a camisa com honra” são comuns em diálogos de jovens nas periferias, simbolizando a importância de “jogar pelo time” na vida, ou seja, manter-se fiel às suas origens e comunidades.

Figura 5 - O uso de camisas de futebol no streetwear ao redor do mundo.



Fonte: Steal The Look.

Essa capacidade de adaptação e transformação, de ser ao mesmo um espaço de competição, de identidade e de luta simbólica, confirma o lugar do futebol, como uma das mais poderosas e permanentes forças culturais do Brasil. É através dele que a sociedade constrói narrativas, dialoga com suas próprias contradições e, acima de tudo, encontra uma forma de se reconhecer, de se unir em torno de valores e paixões comuns. Ao ser apropriado e transformado por grupos sociais distintos, o futebol cria novas formas de expressão cultural,

funcionando como uma plataforma para aqueles que, muitas vezes encontram na rua, nos campos, nas vestes ou no modo de falar um espaço para se fazer ouvir.

3 O FUTEBOL COMO FERRAMENTA POLÍTICA

Nos anos 1930 o governo Getúlio Vargas reconheceu o poder simbólico do futebol, e embora o presidente não fosse um adepto da modalidade, Vargas enxergou ali uma oportunidade de promover a ideia de um Brasil unido e forte através da propaganda.

O estilo brasileiro de se jogar futebol ganhava notoriedade ao redor do mundo, e com o eminente sucesso da seleção brasileira em torneios internacionais, o atual presidente enxergou no esporte brejo potencial para ser uma ferramenta de integração nacional e reforçar a ideia do Brasil como uma nação consolidada politicamente e socialmente através da imagem de jogadores como Leônidas da Silva, o “diamante negro”, artilheiro da Copa do Mundo de 1938 e o responsável por popularizar o icônico “gol de bicicleta”.

Porém, durante o Estado Novo, sem dúvida alguma o ídolo da multidão foi Leônidas da Silva, o “Diamante Negro”. Nascido em 1912, Leônidas praticava futebol nas ruas da Ponte dos Marinheiros, próxima à Cidade Nova no Rio de Janeiro. Aos doze anos ingressou no time de escoteiros do São Cristóvão, de onde saiu um ano depois para jogar em clubes pequenos em busca de melhores remunerações. (Pardini, 2009, p. 100).

Leônidas representava perfeitamente o ideal do país que Getúlio buscava transmitir para a população. Preto, de origem humilde, que possuía um estilo de jogo único, irreverente, que encantou os espectadores ao redor do planeta e mostrou a todos o potencial brasileiro para se tornar uma seleção de elite. A popularidade e trajetória de Leônidas foi explorada a exaustão para que o Estado se vendesse como inclusivo e moderno, afinal, o craque representava a maioria da população brasileira da época, o contraste perfeito com a imagem do atual governante, um Brasil plural, de todos os povos.

Figura 6 - Leônidas da Silva e Getúlio Vargas.



Fonte: Blog Futebol de Todos os Tempos.

3.1 MARACANAÇO: A CRIAÇÃO DE HERÓIS E VILÕES

Em 1950 a Copa do Mundo foi sediada no Brasil, com um formato único e diferenciado de outras edições tanto anteriores quanto posteriores devido o contexto histórico da época, de um mundo ainda se reconstruindo após a Segunda Guerra Mundial. Na primeira fase do torneio, as 13 equipes participantes foram divididas em 4 grupos, sendo que os dois primeiros grupos continham quatro seleções, e o terceiro e quarto grupo continham 3 e 2 equipes respectivamente. Essa incomum divisão ocorreu por conta da desistência das seleções da Escócia, Índia e Turquia, que saíram no decorrer da competição.

Os 4 primeiros colocados dos grupos disputariam uma “final quadrangular”, onde todos os times se enfrentariam e o que acumulasse mais pontos sairia como campeão. Sendo assim, Brasil, Espanha, Suécia e Uruguai iriam jogar pelo título, coincidentemente, o último jogo do quadrangular, que seria entre Brasil e Uruguai, iria decidir o campeão do mundo, pois as duas seleções eram as melhores colocadas. O Brasil vivia grande fase, pois venceu as duas partidas do quadrangular por placares elásticos (7-1 contra a Suécia e 6-1 contra a Espanha), e era muito favorito a conquistar a Copa, já a seleção uruguaia tinha

enfrentado dificuldades contra a Espanha, jogo que terminou empatado (2-2), e teve uma vitória apertada diante da Suécia (3- 2).

A confiança era tanta na vitória brasileira, que o prefeito do Rio de Janeiro na época, Mendes de Moraes, fez um discurso repleto de confiança e arrogância minutos antes da partida iniciar: "Vós brasileiros, a quem eu considero os vencedores do Campeonato Mundial; vós brasileiros que a menos de poucas horas sereis aclamados campeões por milhares de compatriotas; vós que não possuis rivais em todo o hemisfério; vós que superais qualquer outro competidor; vós que eu já saúdo como vencedores", disse o prefeito.

No dia 16 de julho de 1950, a multidão gritava aos montes desde cedo, especialmente na cidade do Rio de Janeiro, cidade que iria receber a final. O Maracanã, um dos estádios mais folclóricos da história do futebol, recebeu naquele dia mais de 170 mil torcedores (há quem diga que o estádio comportou 200 mil torcedores) para apoiarem o Brasil em busca do tão sonhado título da Copa do Mundo. Embora tenha ocorrido um domínio dos brasileiros no primeiro tempo da partida, o valente time do Uruguai, liderado por Obdulio Varela, não se deixou abater e segurou as investidas do Brasil. Na segunda etapa, a seleção brasileira abriu o placar com Friaça nos primeiros minutos, mas os uruguaios em uma lição de resiliência conseguiram empatar a partida aos 66 minutos com Juan Alberto Schiaffino Villano, e já no último quarto do jogo, Alcides Ghiggia disparou pelo lado direito do campo, desferiu um chute defensável contra a rede brasileira e marcou o gol da virada para o Uruguai.

O gol marcado por Ghiggia conseguiu silenciar um estádio com quase duas centenas de milhares de pessoas, que permaneceram caladas até o apito final da partida. A dramática vitória dos uruguaios gerou um impacto imediato na psique coletiva dos brasileiros, que entraram em estado de choque e negação após a derrota. Jules Rimet, na época o presidente da FIFA e organizador do torneio fora deixado sozinho no campo, sem cerimônia montada para premiar os vencedores, Rimet simplesmente entregou a taça para o capitão Obdulio Varela, que ali seria imortalizado como um herói uruguaio, nunca tendo sido derrotado com a camisa de sua seleção. Enquanto a partida consagrou Ghiggia, Varela e todos os jogadores do Uruguai, do lado brasileiro o goleiro Moacir Barbosa fora apontado como o culpado pela derrota da seleção naquele dia, se tornando uma

figura tristemente emblemática desse episódio da história futebolística brasileira. “No Brasil, a pena máxima é de 30 anos. Eu paguei a vida inteira por causa de uma derrota”, disse Barbosa no ano de 1993, mais de quatro décadas após o fatídico dia que ficou conhecido como “Maracanaço”. Essa declaração sintetiza o sofrimento e amargura que o ex-atleta carregou consigo até o seu falecimento, que ocorreu no ano 2000, reflexo de uma estrutura social cruel e racista (curiosamente Barbosa era um dos atletas com a tonalidade de pele mais escura na seleção de 1950) que permeava a sociedade brasileira e a cultura futebolística da época.

Estando entre melhores goleiros de sua geração e até hoje considerado o maior goleiro da história do Vasco da Gama, Barbosa passou o resto de sua vida carregando o peso de seu erro, que embora tenha sido um lance comum de jogo, tornou-se de maneira desproporcional um símbolo do fracasso e da tragédia nacional, revelando o como um evento esportivo pode ter consequências severas e duradouras na construção de memórias coletivas.

Figura 7 - Seleção brasileira de 1958.



Fonte: Arquivo Nacional.

3.2 1958: NASCE O PAÍS DO FUTEBOL

Estando entre melhores goleiros de sua geração e até hoje considerado o maior goleiro da história do Vasco da Gama, Barbosa passou o resto de sua vida carregando o peso de seu erro, que embora tenha sido um lance comum de jogo, tornou-se de maneira desproporcional um símbolo do fracasso e da tragédia nacional, revelando o como um evento esportivo pode ter consequências severas e duradouras na construção de memórias coletivas.

Oito anos após o maior trauma esportivo de sua história, a seleção brasileira teria mais uma chance de mostrar seu valor e buscar o tão sonhado título da Copa do Mundo. Desta vez, o destino era a distante e fria Suécia, que além de país-sede do torneio era a grande favorita junto da Hungria a vencer o torneio. O time do Brasil não era cotado como um dos principais, apesar do elenco conter grandes nomes em seu elenco como Vavá, Garrincha, Zagallo, Bellini, Nilton Santos, Mazolla, o meio-campista Didi, grande craque brasileiro da época, e uma jovem revelação que iremos nos aprofundar sobre ele mais ao longo deste capítulo. O desempenho da seleção foi fora da curva, das seis partidas disputadas, o Brasil só não venceu a Inglaterra, protagonizando o primeiro empate sem gols da história da Copa do Mundo. A fase de grupos foi superada sem grandes dificuldades, o foco agora era nas eliminatórias.

As quartas de final seriam contra País de Gales, e esta partida pode ser classificada como uma das mais importantes da história do esporte, pois ali um jovem de apenas 17 anos, nascido em Minas Gerais, criado no interior de São Paulo, e que começava a despontar como uma grande promessa no Santos Futebol Clube, estou falando de Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, que marcou seu primeiro gol com a camisa da seleção brasileira e garantiu a classificação da equipe para a semifinal. A próximo confronto seria contra os franceses, onde mais uma vez o Brasil não tomou conhecimento dos adversários e venceu o jogo por 5 a 2, com o jovem Pelé marcando um hat-trick e levando o Brasil a mais uma final de Copa do Mundo, os craques Vavá e Didi foram responsáveis pelos outros dois gols, e a última etapa do torneio seria contra a Suécia.

País-sede e uma das grandes favoritas como dito anteriormente, o povo brasileiro estava com as emoções divididas, apesar da campanha avassaladora, o fantasma do “Maracanaço” ainda assombrava a população, que torcia pela vitória, mas sempre com um pé atrás para evitar uma outra frustração. Estocolmo, 29 de junho de 1958, os anfitriões enfrentariam a seleção que estava encantando o planeta com o seu futebol irreverente e plástico, quando o apito soou, aqueles 90 minutos iriam decidir o próximo campeão do mundo. Com apenas 4 minutos de jogo, os suecos abriram o placar, e esse gol trouxe à tona o temor de um novo fiasco, tal qual 1950, entre os brasileiros, porém, 5 minutos depois Vavá aproveita um cruzamento de Garrincha para empatar a partida e reacender a chama de esperança para o Brasil.

No decorrer da partida, Garrincha faz mais uma jogada pela direita e cruza novamente para Vavá virar o placar mudar o cenário de vez. Na segunda etapa, com os brasileiros jogando o melhor, o mundo do futebol ficaria sem palavras mais uma vez, Pelé faz uma jogada espetacular aplicando um “chapéu” no zagueiro sueco e completando com um chute sem deixar a bola tocar no chão para marcar um gol antológico, que ficaria eternizado na história das Copas.

Aos 68 minutos, Zagallo, aumentou ainda mais a vantagem marcando o quarto gol brasileiro e praticamente definindo o resultado, e apesar da Suécia diminuir a vantagem com Simonsson aos 80 minutos, já era tarde para uma reação. Para encerrar este ciclo de Copa do Mundo da melhor maneira possível, no último minuto da final Pelé marcaria pela segunda vez naquela tarde, desta vez de cabeça, para fechar a conta e colocar a seleção brasileira no topo do mundo esportivo, após o apito final, lágrimas de emoção e alívio escorreram pelos olhos de milhões de torcedores ao redor do planeta, o jovem Pelé não contém o choro nos braços de seus companheiros de equipe, o Brasil era campeão do mundo.

A combinação de ousadia, técnica e improviso redefiniu o modo de se jogar futebol na época estabelecendo o Brasil como “país do futebol” e criando a lenda Pelé, que aos 17 anos despontou como o novo Rei do Futebol, detendo recordes que não foram quebrados até os dias de hoje, como ser o jogador mais jovem a vencer e marcar numa Copa do Mundo. Essa vitória foi um marco não apenas esportivo, mas também cultural, pois ali o futebol foi solidificado como

um tesouro nacional de fato, a camisa 10 usada por Pelé, que fora escolhida de maneira aleatória dado que a numeração não era fixa até então, tornou-se um símbolo do futebol, que associa quem vestir uma camisa com esse número como o grande jogador de um time, além de ter gerado expressões populares, tamanho impacto causado no torneio. Apesar de Didi ter sido escolhido como o melhor jogador da competição, o jovem jogador do Santos foi quem chamou a atenção do público e da imprensa, que já o colocavam como um dos grandes da história mesmo com tão pouca idade, o mundo se curvou a Pelé, o mundo se curvou ao futebol brasileiro.

Figura 8 - O choro de Pelé nos ombros de Gilmar dos Santos Neves.



Fonte: Getty Images.

Aos 68 minutos, Zagallo, aumentou ainda mais a vantagem marcando o quarto gol brasileiro e praticamente definindo o resultado, e apesar da Suécia diminuir a vantagem com Simonsson aos 80 minutos, já era tarde para uma reação. Para encerrar este ciclo de Copa do Mundo da melhor maneira possível, no último minuto da final Pelé marcaria pela segunda vez naquela tarde, desta

vez de cabeça, para fechar a conta e colocar a seleção brasileira no topo do mundo esportivo, após o apito final, lágrimas de emoção e alívio escorreram pelos olhos de milhões de torcedores ao redor do planeta, o jovem Pelé não contém o choro nos braços de seus companheiros de equipe, o Brasil era campeão do mundo.

O capitão da seleção brasileira, Bellini, teve a honra de erguer a taça Jules Rimet pela primeira vez na história do país ficando eternizado na história não apenas por liderar a equipe campeã do mundo, mas também por um gesto incomum para a época. No intuito de mostrar a taça para que os fotógrafos conseguissem capturar o momento com clareza, Bellini a ergueu acima da cabeça, e este simples gesto tornou-se um símbolo universal de vitória, ali ele não celebrou apenas a vitória do Brasil, mas também marcou o início de uma tradição que seria repetida por capitães das de times campeões ao redor do mundo todo até os dias de hoje, ali foi iniciada a era de ouro do futebol brasileiro.

Figura 9 - Bellini ergue a taça Jules Rimet acima da cabeça.



Fonte: Getty Images.

4 O FUTEBOL BRASILEIRO E A INDÚSTRIA CULTURAL

Em “Dialética do Esclarecimento (1947)”, Theodor Adorno e Max Horkheimer argumentam que a cultura, em vez de ser um espaço de emancipação e reflexão crítica, foi convertida em um instrumento de controle e dominação social por meio de sua transformação em mercadoria. O capitalismo, ao se apropriar de uma manifestação cultural legítima e genuína, as molda para atender os interesses do capital, esvaziando seu potencial crítico e reduzindo-as a produtos consumíveis massa, sendo criado o conceito de Indústria Cultural. “A cultura se tornou um objeto de indústria que, na sua forma mais extrema – a Indústria Cultural –, também se apropriou do espírito e quer controlá-lo.” (Adorno e Horkheimer, 1947).

Após a conquista da Copa do Mundo em 1958, o futebol nacional deixou de ser apenas um esporte popular para as massas do país e passou a ser visto como um espetáculo global, amplamente explorado pela mídia e o mercado. Com isso, o pós-1958 marcou a fusão do futebol brasileiro com o capitalismo global, onde essa cultura popular muitas vezes usada como forma de resistência, fora cooptada como um produto da Indústria Cultural. O estilo irreverente e alegre de se praticar o esporte no Brasil foram incorporados pela mídia como símbolos de uma “marca” nacional, que, apesar de trazer um prestígio mundial, inseriu o futebol em uma lógica de reprodução cultural que sempre visa o consumo desenfreado da população.

A produção capitalista os mantém tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem a resistência ao que lhes é oferecido. Assim como os dominados sempre levaram mais a sério que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. Elas têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que as escraviza. (Adorno E Horkheimer, 2006, p. 110).

A televisão foi o veículo de mídia que mais gerou impacto na massificação do futebol, com a difusão desse meio de comunicação, o futebol expandiu-se além das fronteiras físicas dos estádios. A Copa do Mundo de 1962, que ocorreu no Chile, foi a primeira a ser parcialmente televisionada no país, aumentando ainda mais a emoção de um público que estava ansioso para ver a seleção

brasileira em campo mais uma vez. E apesar da lesão precoce de Pelé que o tirou do torneio logo cedo, os brasileiros liderados por Garrincha conseguiram ir bem e conquistar mais um título do evento esportivo mais importante do mundo.

Já na Copa de 1970, milhões de brasileiros puderam acompanhar ao vivo a transmissão televisiva que mostrou a seleção brasileira vencendo pela terceira vez a Copa do Mundo com o esquadrão que por muitos é o melhor time de seleções de todos os tempos. Esse título somado a toda atmosfera criada ao redor do futebol brasileiro evidenciou o poder que a televisão de amplificar esse sentimento de união coletiva, após isso o Campeonato Brasileiro fora criado no ano seguinte, com transmissões tanto nacionais quanto internacionais sendo passadas em todo o país, o público crescia cada vez mais e era gerado um vínculo entre torcedores e clubes.

Além do alcance gigantesco que a TV proporcionou ao futebol, a maneira como o esporte é consumido e entendido pela população foi padronizada. As transmissões passaram a ser acompanhadas de narrativas construídas pela mídia, que direcionam a experiência do público transformando o jogo pré-formatado, como ocorre nas transmissões de esportes norte-americanos, voltados para o entretenimento, onde as câmeras não focam somente no aspecto técnico do esporte, mas buscam registros das emoções dos jogadores, treinadores e torcedores presentes no estádio, tornando o futebol um produto que explora o apelo comercial e emocional do consumidor.

Para se adaptar ao formato televisivo, as emissoras focaram na espetacularização dos jogos com ênfase nas jogadas de efeito e nas performances individuais, os grandes clássicos e rivalidades entre clubes da mesma região contribuíram para uma cultura de consumo em torno do futebol, com supervalorização de atletas, vendas de camisas, ingressos, produtos licenciados e os direitos de transmissão que geram bilhões em receita para os clubes.

A produção capitalista de cultura assegura que as formas culturais prevalentes se alinham com os interesses do capital. A cultura se torna um meio de controle social, moldando as percepções e atitudes dos indivíduos de acordo com as necessidades do mercado e a

manutenção da ordem estabelecida. (Adorno E Horkheimer, 2006, p. 170).

De acordo com dados da Sports Value, consultoria especializada no setor, a soma das receitas dos 20 clubes de futebol que mais faturam no Brasil atingiu o maior valor contabilizado na história do país, totalizando R\$ 8,9 bilhões de dólares em 2023. O crescimento de 19% em relação ao ano anterior, Amir Omoggi, especialista em marketing esportivo e o responsável pela pesquisa, atribui o crescimento por conta das melhoras em receitas de marketing, transferências, e exploração dos estádios com venda de naming rights. Apesar de Omoggi atribuir o crescimento desses aspectos, a maior parte do faturamento vem através das receitas dos direitos televisivos, que cresceram 8% ao ano, cerca de 3,2 bilhões de reais. O amplo domínio do futebol pode ser evidenciado através de uma pesquisa realizada pelo IBOPE no ano de 2020, que constatou que 57% dos brasileiros acompanham o futebol com frequência, o segundo esporte mais popular do país, o vôlei, aparece com apenas 6% na pesquisa.

4.1 COMO NARRATIVAS CONSAGRAM SÍMBOLOS E ÍDOLOS

Além do alcance gigantesco que a TV proporcionou ao futebol, a maneira como o esporte é consumido e entendido pela população foi padronizada. As transmissões passaram a ser acompanhadas de narrativas construídas pela mídia, que direcionam a experiência do público transformando o jogo pré-formatado, como ocorre nas transmissões de esportes norte-americanos, voltados para o entretenimento, onde as câmeras não focam somente no aspecto técnico do esporte, mas buscam registros das emoções dos jogadores, treinadores e torcedores presentes no estádio, tornando o futebol um produto que explora o apelo comercial e emocional do consumidor.

O Brasil tem uma rica tradição de heróis, tanto do passado quanto do presente. Grandes jogadores como Pelé, Garrincha, Zico, Sócrates, Romário e Ronaldo são exemplos de desportistas que ultrapassaram as fronteiras do futebol para tornarem-se verdadeiros símbolos nacionais de êxito e resiliência. Além de acumularem títulos, esses ícones inspiraram gerações de jovens a

seguir seus caminhos e sonharem em se tornar jogadores profissionais. Romário, que nasceu na favela do Jacarezinho, no Rio de Janeiro, e Ronaldo “Fenômeno”, que enfrentou uma infância desafiadora em Bento Ribeiro, também no Rio, são exemplos que fortalecem a narrativa do herói. Todos os atletas mencionados tornaram-se alguns dos jogadores mais importantes da história do esporte, não apenas por seu talento dentro das quatro linhas, mas também por serem a idealização dos anseios de uma população ávida por vencer na vida, essa imagem que transmite sucesso, respeito sem deixar evidente o interesse mercadológico por trás dessa construção de imagem, que oculta as contradições do status quo e impedem qualquer mudança ou crítica social.

A figura do ídolo na indústria cultural é cuidadosamente construída para ser um reflexo idealizado das expectativas e desejos da massa. Esses ídolos são moldados para atender às exigências do mercado, promovendo uma imagem de sucesso e felicidade que serve para desviar a atenção das contradições e injustiças do sistema social e econômico. (Adorno E Horkheimer, 2006, p. 149).

Para um jovem habilidoso, nascido na região periférica de sua cidade, cuja a única maneira de ascensão social é por meio do esporte, assistir atletas como Vinícius Júnior, Endrick ou Gabigol dão a ele uma dose de esperança, de que ele é capaz de mudar a realidade em que vive através do seu talento, e isso o motiva diariamente para treinar e conseguir se destacar no cenário profissional. Quando Neymar, jogador brasileiro mais popular da última década, provavelmente do século XXI, tem o rosto estampado em um grafite na cidade de Miami, nos Estados Unidos, é o reflexo de um assertivo trabalho de imagem feito ao longo de anos para consolidar midiaticamente esse atleta, alçando-o ao posto de ídolo.

Alegar isso, de maneira alguma é questionar o mérito profissional e Neymar, que possui uma trajetória extremamente vitoriosa dentro de campo, conquistando grandes campeonatos como a Copa Libertadores da América em 2011 pelo Santos Futebol Clube, a UEFA Champions League em 2015 ao lado de Lionel Messi, um dos maiores desportistas de todos os tempos, jogando pelo F.C Barcelona. Com a camisa da seleção Neymar venceu a Copa das Confederações que ocorreu no Brasil em 2013, além de um título inédito na

história do Brasil que foi a medalha de ouro olímpica em 2016, no Rio de Janeiro, que nenhum outro craque anterior a ele tinha conseguido vencer e ainda por cima com uma vitória sob a seleção alemã, que dois anos antes traumatizou todo um país ao derrotar a seleção brasileira, que disputava a Copa do Mundo em casa, pelo histórico placar de 7 à 1.

Figura 10 - Neymar Jr. sendo representado em um grafite no estado da Flórida-EUA.



Fonte: Instagram.

Como aponta Pierre Bourdieu em “O Poder Simbólico” (1989), a mídia é uma força simbólica que não reflete apenas a realidade, mas também contribui para a sua construção. Assim, a trajetória de um jogador de futebol pode ser contada de modo a fortalecer certos valores como determinação, humildade e patriotismo. A canção “Coração Verde e Amarelo” (1994), escrita por Tavito e Aldir Blanc, usada como jingle pela Rede Globo durante campanha da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1994 é um emblemático exemplo de como produtos musicais contribuem para a consagração de símbolos na cultura brasileira.

Na torcida são milhões de treinadores / Cada um já escalou a seleção / O verde e o amarelo são as cores / Que a gente pinta no coração / A galera vibra, canta, se agita / E unida grita: É TETRACAMPEÃO! / O toque de bola / É nossa escola / Nossa maior tradição / Eu sei que vou / Vou do jeito que eu sei / De gol em gol / Com direito a replay / Eu sei que vou / Com o coração batendo a mil / É taça na raça / Brasil! (Tavito e Blanc, 1994).

Ao analisarmos a letra da canção, conseguimos relacionar com o que Roland Barthes em “Mitologias” (1972) chama de “construção mítica”. A partir de uma linguagem simples, mas não simplista, e carregada de emoção desde o título, “Coração Verde e Amarelo”, ela evoca símbolos já consagrados como as cores do uniforme da seleção, o anseio pela conquista do tetracampeonato (que acabou ocorrendo), e a vontade do torcedor em fazer parte disso tudo. O trecho: “Na torcida são milhões de treinadores”, na leitura de Barthes, é transformado em signo que transcende a sua função prática e passa a representar a própria essência do Brasil. Nesse trecho, o futebol deixa de ser apenas um esporte e passa ser uma atividade coletiva, na qual cada torcedor se sente participante ativo na conquista, a figura do “treinador” simboliza a personalização do jogo, em que o brasileiro não só assiste, mas se apropria da seleção, projetando suas expectativas e identificações com quem está no campo.

Outros versos carregados de sentido são “O toque de bola / É nossa escola / Nossa maior tradição”. Ali é reforçada a ideia de que o estilo brasileiro de se jogar futebol vai além de ser uma tática esportiva: é uma tradição, parte essencial da identidade nacional. Barthes afirma que o mito funciona ao simplificar e naturalizar fenômenos culturais, o simples “toque de bola” é mitificado como uma herança cultural, um talento natural, fortalecendo a ideia de que o país tem uma escola própria de futebol, inigualável, irreverente e singular.

Sob a ótica teórica de Adorno, Horkheimer, Barthes e Bourdieu, conclui-se que o futebol brasileiro, ao longo do tempo, foi além de apenas uma prática esportiva, tornando-se uma narrativa poderosa na construção da identidade nacional. Através de projeções simbólicas geradas pela mídia e reforçadas pela Indústria Cultural, o futebol se consolidou como um elemento unificador em uma sociedade marcada pela diversidade cultural e social. Entende-se que essas representações não são neutras, mas tem o objetivo de mobilizar e engajar a população, ao mesmo tempo em que são inseridas em uma lógica mercantil, na

qual o futebol é consumido como um produto cultural. Sendo assim, o jogo transcende o seu caráter lúdico e influencia profundamente as formas de comunicação, vestimenta e expressão social no Brasil, e reafirmando seu lugar central na construção da identidade coletiva.

5 FUTEBOL E DIVERSIDADE: RACISMO, HOMOFOBIA E INCLUSÃO NO ESPORTE

Como já apresentado no presente estudo, o futebol carrega consigo um potencial unificador, capaz de mobilizar e engajar milhões de cidadãos ao redor do Brasil. No entanto, apesar do caráter aparentemente inclusivo e universal, o esporte também reflete e reproduz exclusões e desigualdades sociais presente na sociedade brasileira.

Em poucos minutos de pesquisa na internet é possível encontrar casos de racismo e homofobia que ocorreram tanto dentro, quanto fora de campos, episódios que revelam contradições entre a imagem de união e o preconceito estrutural que atravessa a bolha esportiva. Este capítulo busca analisar tais questões em profundidade, com exemplos concretos de episódios de exclusão e iniciativas de inclusão em uma modalidade que é diversa em tantos aspectos, mas nesse ainda apresenta um caráter reacionário.

5.1 RACISMO NO FUTEBOL BRASILEIRO: UM PROBLEMA HISTÓRICO

O racismo presente no futebol brasileiro é um reflexo direto das estruturas sociais e históricas de discriminação que permeiam a sociedade. Desde a profissionalização da modalidade no país, os atletas negros enfrentaram barreiras para sua inclusão e, apesar de sua predominância nos campos, o preconceito racial ainda se manifesta de forma implícita e institucionalizada. Para Fanon (2008), o racismo desumaniza e estigmatiza o indivíduo negro, relegando-o a uma posição de subalternidade e estereotipação. No futebol, essa violência é manifestada tanto em insultos e atos de violência por parte de torcedores quanto na forma como a mídia e as instituições esportivas tratam o atleta negro. No Brasil, jogadores de origem humilde e pele preta são vistos como possuidores de um “talento nato”, uma ideia que os restringe apenas a um capital físico, genético e impede o reconhecimento de suas habilidades intelectuais e estratégicas.

O conceito de racismo estrutural escrito por Silvio Almeida (2018) ajuda a entender como a discriminação racial é sustentada e legitimada por discursos que vão além do preconceito individual. Para Almeida, o racismo estrutural opera de maneira capilar, organizando as relações sociais, econômicas e políticas de maneira a perpetuar a desigualdade racial. No ambiente futebolístico, essa estrutura se traduz na marginalização de jogadores a certos papéis, na falta de representação em cargos de liderança, treinadores ou dirigentes de clubes por exemplo, e na perpetuação de estigmas e preconceitos, mesmo se tratando de um esporte aparentemente, celebra as diferenças em um país que mais da metade da população se considera não branca de acordo com dados do IBGE (2022). Para Almeida (2018, p.33):

Em resumo: o racismo é uma decorrência da própria estrutura social, ou seja, do modo 'normal' com que se constituem as relações políticas, econômicas, jurídicas e até familiares, não sendo uma patologia social e nem um desarranjo institucional. O racismo é estrutural. Comportamentos individuais e processos institucionais são derivados de uma sociedade cujo racismo é regra e não exceção. O racismo é parte de um processo social que ocorre "pelas costas dos indivíduos e lhes parece legado pela tradição". Nesse caso, além de medidas que coíbam o racismo individual e institucionalmente, torna-se imperativo refletir sobre mudanças profundas nas relações sociais, políticas e econômicas. (Almeida, 2018, p. 33).

O futebol, visto muitas vezes como algo puramente meritocrático, onde apenas talento e esforço individual são necessários para se atingir o sucesso profissional, ignora barreiras estruturais que impedem a plena realização de jogadores e técnicos negros. O mito da meritocracia mascara a realidade de que, para o negro brasileiro, o caminho do sucesso através do futebol é pavimentado por obstáculos adicionais como a falta de oportunidades em categorias de base e a ausência de apoio para sua ascensão profissional. Essa falta de representatividade em posições de poder no esporte brasileiro é um reflexo direto do racismo estrutural, que mantém pessoas negras em posições de inferioridade, invisibilizadas.

5.1.1 Os Camisas Negras: A Luta Antirracista do Vasco da Gama no Início do Futebol Brasileiro

O Club de Regatas Vasco da Gama, fundado em 1898 por imigrantes portugueses, inicialmente se dedicava a prática do Remo, esporte mais popular entre a comunidade lusitana. Apenas em 1915 o futebol foi incorporado pelo

clube em suas atividades, no entanto, ao contrário de times já estabelecidos do Rio de Janeiro como Fluminense, Flamengo e Botafogo, o Vasco não se restringia à elite branca, possuindo em seu plantel atletas negros e pardos. Formado por comerciantes e operários de origem portuguesa, o clube refletia a diversidade cultural e social de seus fundadores e associados.

Em 1923, com uma histórica campanha de 11 vitórias, 2 empates e apenas uma derrota o Vasco conquistou o primeiro título carioca de sua história. O elenco, composto por atletas de diferentes raças, ficou conhecido como os “Camisas Negras”, que além de quebrar a hegemonia branca de seus rivais como América, Botafogo, Flamengo e Fluminense, clubes já consolidados, alguns mais elitizados e onde atuavam somente atletas brancos. Tanto o elenco, quanto o uniforme, acabaram se tornando um símbolo de resistência e identidade para o Vasco da Gama, os Camisas Negras representavam uma ruptura com as convenções racistas da época no futebol carioca e mostraram que barreiras impostas pela origem social e cor da pele nem sempre conseguem frear o talento e a força de vitória.

Figura 11 - Os “Camisas Negras”, campeões cariocas em 1923.

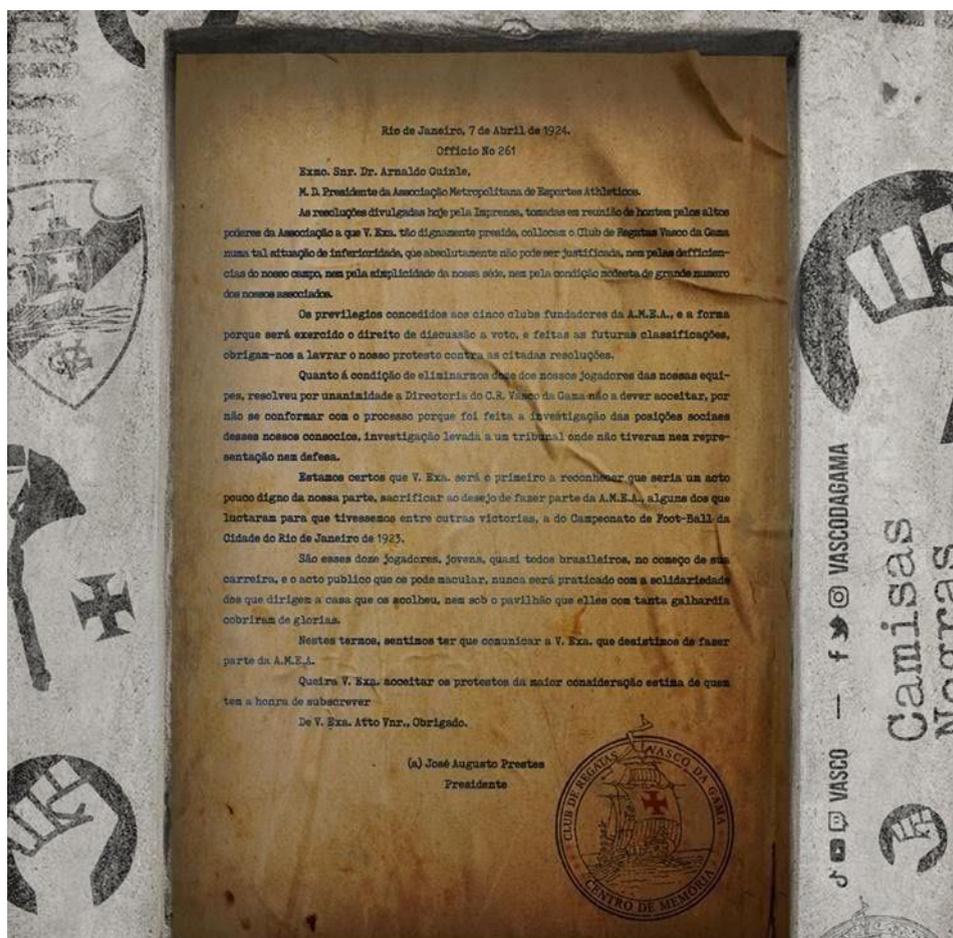


Fonte: CRVG.

O triunfo vascaíno gerou uma reação imediata nos clubes tradicionais. A presença de um time composto por jogadores pretos, pardos e de origem pobre, incomodava as elites cariocas, que viam no futebol um espaço de distinção social. Em resposta ao sucesso do Vasco, os principais clubes do Rio de Janeiro na época: América, Botafogo, Flamengo e Fluminense decidiram abandonar a Liga Metropolitana de Desportos Terrestres (LMDT) e fundar uma nova liga, a Associação Metropolitana de Esportes Athleticos (AMEA), em 1924. O Vasco foi convidado a participar dessa entidade e competir nesta nova liga, porém, a AMEA estabeleceu uma série de exigências para a participação dos clubes na nova liga, como a construção de estádios próprios e a comprovação de jogadores que estariam dentro dos “padrões morais” necessários para a prática do futebol, exigência que faria com que o clube tivesse que excluir 12 atletas do seu plantel.

Na prática, essas exigências tinham como objetivo excluir o Vasco e manter o futebol carioca como um espaço elitizado e excludente, limitando o acesso daqueles que não pertenciam às classes dominantes. Recusando-se a aceitar as exigências discriminatórias da AMEA, o então presidente do Vasco, José Augusto Prestes, emitiu um ofício que ficaria eternizado na história, comunicando que o clube não iria participar da liga por não abrir mão de seus jogadores e não concordar com a investigação das posições sociais dos consórcios vascaínos, investigação levada a um tribunal onde não tiveram nem representação nem defesa. Essa posição firme e corajosa foi um marco na luta contra o racismo estrutural e discriminação social no futebol brasileiro. O Vasco seguiu disputando a Liga Metropolitana, que passou a ser vista como uma liga mais democrática e inclusiva. O dia 7 de abril de 1924, que completou 100 anos de história neste ano, ficou conhecido como a “Resposta Histórica”.

Figura 12 - Ofício publicado em 1924 pelo então presidente do Vasco da Gama, José Augusto Prestes.



Fonte: CRVG.

O episódio dos Camisas Negras teve um profundo impacto no futebol e na sociedade brasileira. A resistência vascaína aliada ao sucesso daquele time tão plural, formado por homens marginalizados pela elite, que mostraram que era possível contestar e subverter as normas raciais e sociais estabelecidas. A atitude do clube em não abandonar seus atletas e em defender os direitos de todos, independentemente de cor ou origem, de praticar o esporte que simboliza toda uma nação. O exemplo do Vasco inspirou outros clubes e movimentos sociais a lutar por um futebol mais inclusivo e representativo. O acolhimento de jogadores pretos e pardos se tornou uma prática cada vez mais comum, e o futebol passou a ser uma das poucas arenas onde negros e brancos podiam competir em condições relativas de igualdade.

5.1.2 Caso Vinícius Júnior: O Racismo no Futebol Moderno

Embora o cenário futebolístico tenha evoluído em conjunto com a sociedade nas questões sociais, o racismo no esporte é uma questão que ainda transcende fronteiras, manifestando-se de maneira alarmante em algumas das ligas mais importantes do mundo. Na Espanha, o atacante brasileiro Vinícius Júnior, jogador do Real Madrid, tornou-se alvo frequente de ataques racistas por parte dos torcedores adversários. Mesmo sendo considerado um dos melhores jogadores do planeta e peça indispensável no elenco do time mais vitorioso da história do esporte, Vini, como é chamado pelos espanhóis, foi alvo de reiterados episódios de racismo, que geraram repercussões globais e colocaram em evidência a persistência desse problema no futebol europeu.

Nascido em São Gonçalo, Rio de Janeiro, destacou-se rapidamente nas categorias de base do Flamengo, onde chamou a atenção do multicampeão Real Madrid, que efetivou sua transferência para a Europa no ano de 2018, quando Vinícius completou a maioridade, embora sua venda de 45 milhões de euros tenha sido efetuada no ano de 2017, quando o brasileiro tinha apenas 16 anos. Pressionado desde muito jovem, seja por ter se destacado em um clube de massa como o Flamengo, que possui a maior torcida do país em números absolutos, ou pelos altos valores investidos em tão pouco tempo de carreira como atleta, Vini era constantemente alvo de críticas por seu desempenho em campo não corresponder ao que se esperava em um jogador avaliado em dezenas de milhões de euros, sendo ignorado pelos críticos o fato de se tratar apenas de um adolescente que possuía poucos anos de trajetória no futebol profissional. Ao desembarcar em Madrid, capital espanhola, Vinícius não se destacou logo de cara, sendo designado para o Real Castilla, time B do Real Madrid que disputa torneios e divisões menores no intuito de maturar seu futebol para que conseguisse contribuir com o time principal.

Aos poucos o brasileiro foi ganhando confiança, marcando gols importantes, esbanjando irreverência dentro de campo tornou-se um dos destaques do ataque do clube Madridista, e após seis anos de Espanha e 13 títulos conquistados com a camisa do Real Madrid, incluindo a conquista de duas edições da UEFA Champions League, o principal torneio de clubes do mundo.

Sendo decisivo nas finais que deram a 14ª e 15ª taça da Champions, respectivamente, em especial a última que foi vencida na temporada 2023-24, onde além de marcar o gol que deu a vitória ao seu time, Vinícius foi eleito o melhor jogador do continente europeu pela UEFA, e até o momento em que este trabalho está sendo escrito, o brasileiro é o favorito a vencer o prêmio de melhor jogador do mundo pela FIFA, que ocorrerá no final do ano de 2024. Caso seja premiado, Vini será o primeiro brasileiro a vencer o prêmio desde 2007, quando Kaká foi eleito enquanto jogava pelo Milan, da Itália. A ponto de curiosidade, quando Kaká venceu o prêmio de melhor do mundo pela FIFA, Vinícius tinha apenas sete anos de idade.

Porém, apesar de possuir uma trajetória premiada com conquistas históricas tendo somente 24 anos, seu talento não foi o suficiente para impedir que ele sofresse ataques racistas quando entrava em campo. O site ESPN compilou todos os episódios de racismo sofridos por Vinícius desde a sua estreia com a camisa do Real Madrid.

- **24/10/2021:** Barcelona x Real Madrid, Camp Nou;
- **14/03/2022:** Mallorca x Real Madrid, Son Moix;
- **16/09/2022:** Racismo no programa de TV espanhol “El Chiringuito”;
- **18/09/2022:** Atlético de Madrid x Real Madrid, Metropolitano;
- **30/12/2022:** Valladolid x Real Madrid, José Zorilla;
- **26/01/2023:** Real Madrid x Atlético de Madrid, Santiago Bernabéu;
- **05/02/2023:** Mallorca x Real Madrid, Son Moix;
- **18/02/2023:** Osasuna x Real Madrid, El Sadar;
- **05/02/2023:** Betis x Real Madrid, Benito Villamarin;
- **19/03/2023:** Barcelona x Real Madrid, Camp Nou;
- **21/05/2023:** Valencia x Real Madrid, Mestalla;
- **24/09/2023:** Atlético de Madrid x Real Madrid, Metropolitano;
- **21/10/2023:** Sevilla x Real Madrid, Sanchez Pizjuan;
- **02/03/2024:** Valencia x Real Madrid, Mestalla;
- **13/03/2024:** Atlético de Madrid x Inter de Milão, Metropolitano;
- **16/03/2024:** Osasuna x Real Madrid, El Sadar;

Dos 16 episódios em que Vini foi alvo de racismo, um dos que mais ganhou repercussão foi o dia 16 de setembro de 2022, onde Pedro Bravo, então Presidente das Associações de Agentes Espanhóis, atacou o brasileiro no programa esportivo espanhol “El Chiringuito” por comemorar dançando quando marcava um gol. Nas palavras de Bravo: "Tem que respeitar o adversário. E quando você marca um gol em seu adversário, se quiser sambar, vá para o Sambódromo, no Brasil. Aqui, o que você tem que fazer é respeitar seus companheiros de profissão e deixar de brincar de macaco. Tem que respeitar". Em poucos minutos a frase racista se espalhou pela internet, e o agente usou suas redes sociais para se retratar, dizendo que a expressão “brincar de macaco” foi usada de maneira metafórica, sem intenção de ofender o atleta.

O brasileiro também usou as redes sociais para responder o ataque sofrido por Pedro Bravo. “Dizem que a felicidade incomoda as pessoas. A felicidade de um brasileiro negro, vitorioso na Europa, incomoda muito mais. Mas minha vontade de vencer, meu sorriso e o brilho em meus olhos são muito maiores do que isso. Fui vítima de xenofobia e racismo. Mas nada disso começou ontem... As danças celebram a diversidade cultural. Aceitem-na, respeitem-na. Eu não vou parar”. O Real Madrid se mostrou favorável a Vinícius, emitindo uma declaração em apoio ao seu camisa 7 e prometendo mover uma ação legal contra qualquer pessoa que fizer comentários racistas em relação a seus atletas.

No dia 25 de março de 2024, durante uma coletiva antes do amistoso de seleções entre Brasil e Espanha em prol de aumentar a conscientização sobre o racismo no futebol, Vinícius Júnior não se conteve e foi às lágrimas ao lembrar todos os casos de racismo do qual fora vítima, alegando que tem menos vontade de jogar toda vez que isso acontece. "Estou aqui há muito tempo assistindo a isso e me sinto cada vez mais triste", relatou Vinicius. "Tenho cada vez menos vontade de jogar. A cada reclamação feita, me sinto pior, mas tenho que aparecer aqui e mostrar minha cara".

Embora a LaLiga, campeonato nacional espanhol, tome uma série de medidas para combater o racismo nos gramados, empregando medidas de vigilância e monitoramento, essa triste realidade parece estar longe do fim, pois se um dos melhores jogadores do planeta é alvo de racismo explícito, outros

atletas negros de menos destaque estão ainda mais vulneráveis e propensos a sofrer esse tipo de violência.

Figura 13 - O choro de Vinícius Júnior durante a coletiva da Seleção Brasileira.



Arquivo: CBF.

5.2 GRÊMIO E A COLIGAY: UM EXEMPLO DE RESISTÊNCIA LGBTQIAPN+ NO FUTEBOL GAÚCHO

A homofobia é outra forma de exclusão que permeia o ambiente do futebol, tanto no Brasil quanto em outras partes do mundo. Historicamente, o futebol foi construído como um espaço de afirmação da masculinidade heteronormativa, onde expressões afetuosas e identidades divergentes desse padrão são reprimidas. Conforme o conceito de “masculinidade hegemônica” aprofundado e revisado por Robert W. Connel e James W. Messerschmidt em 2005:

Em resumo: Como uma ilustração dessa ação regional e local recíproca entre masculinidades hegemônicas, consideremos o exemplo do esporte. Nas sociedades ocidentais, as práticas do nível local – como engajamento em eventos esportivos – constroem modelos masculinos hegemônicos (“estrelas do esporte”) no nível

regional, o qual, em retorno, afeta outras configurações locais. (Connel; Messerschmidt, op. cit., p. 267).

No Brasil, um exemplo marcante de resistência à homofobia no futebol foi a criação da torcida organizada “Coligay”, do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, criada em 1977. Fundada por Volmar Santos, proprietário da Boate Coliseu, localizada no bairro da Cidade Baixa em Porto Alegre, a Coligay foi a primeira torcida organizada do país formada por homossexuais assumidos em um período de forte repressão social e política, os integrantes dessa torcida desafiaram o preconceito ao ocupar os estádios e apoiar o Grêmio de maneira expressiva e visível.

Além da luta pela inclusão nos estádios, a Coligay também ficou marcada como uma espécie de amuleto da sorte para o clube gaúcho, pois sua fundação foi no mesmo ano da retomada da boa fase e conquista de títulos importantes para o Grêmio entre o fim dos anos 1970 e começo dos anos 1980, período que se estende até a conquista do título mundial em 1983. O impacto dessa torcida se estendeu além das arquibancadas do estádio Olímpico, antigo estádio oficial do Grêmio, tendo recebido convite do então presidente Sport Club Corinthians Paulista na época, Vicente Matheus, para assistir a final entre Corinthians e Ponte Preta, que ocorreu no Morumbi e ficou marcada pela vitória corintiana com o lendário gol de Basílio que se tornou durante anos o título mais importante da história do time paulista, pois ali foi encerrado um jejum de 23 anos sem uma conquista.

Como relata o jornalista Léo Gerchmann em sua obra “Coligay, tricolor e de todas as cores” (2014), o presidente corintiano gostaria de contar com a presença da organizada gremista para transmitir sua paixão, vibração e a aura de “pé-quente” nas arquibancadas do Morumbi, e aparentemente o resultado foi extremamente positivo. De acordo com Gerchmann (2014, p. 111- 112):

O folclórico Vicente Matheus, nascido na Espanha, emigrado para o Brasil aos seis anos e naturalizado brasileiro, telefonou para Volmar. Estava aflito. Pedia ajuda. Dizendo acreditar na fama de pé-quente que a Coligay adquirira ao apoiar seu Grêmio quando este romperia a hegemonia regional colorada. Volmar, no início da conversa, não entendia o conteúdo revestido naquele sotaque tipicamente paulistano

de Matheus, que morreria 20 anos depois, aos 88, no Carnaval de 1997. (Gerchmann, 2014, p. 111-112).

Em depoimento para o UOL, Volmar relatou a experiência de embarcar para São Paulo para apoiar outro clube, percebendo o impacto gerado pela torcida organizada que fundou. “Pagaram a nossa passagem e tudo mais. Fomos muito bem recebidos pelo próprio Vicente Matheus. Éramos umas 20 bichas subindo as escadarias do avião. Aquilo foi um escândalo.”, lembra o fundador da Coligay.

Apesar de enfrentar resistência e agressões homofóbicas de torcedores adversários e até de gremistas no início, a Coligay conseguiu quebrar barreiras e conquistar seu espaço nas arquibancadas. A trajetória desta torcida organizada revela como o futebol pode ser um espaço de disputas simbólicas e transformação social. Por fim a história da Coligay não resistiu apenas a homofobia, mas também subverteu as expectativas, demonstrando que o amor pelo esporte e pelo time do coração transcende questões de gênero ou sexualidade. A luta da primeira organizada LGBTQIAPN+ do Brasil (e provavelmente do mundo) continua a reverberar, inspirando novas gerações a ocupar espaços no futebol e desafiar a homofobia e outras formas de exclusão.

Em 19 agosto de 2019, o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) determinou que atitudes homofóbicas em estádios são passíveis de punição e podem custar três pontos ao time cujo as torcidas praticarem tais atos, reincidências terão pena dobrada. O então Procurador- Geral do STJD, Felipe Bevilacqua, em seu texto relata que o futebol se está adaptando aos novos tempos, e que casos como esse não serão mais admitidos, e a tendência é que a homofobia seja combatida da mesma maneira que o racismo. Esta pequena vitória contra a extinção da homofobia nos estádios reforça a importância do legado deixado pela Coligay, que há mais de quatro décadas atrás decidiu enfrentar os estigmas e preconceitos da época, a Ditadura Militar e o medo das represálias que pessoas LGBTQIAPN+ sofrem diariamente para expressar o seu amor pelo futebol, buscando mudar a cultura conservadora que permeia o ambiente futebolístico de dentro para fora.

Figura 14 - Coligay, um marco de resistência e luta contra a homofobia no futebol.



Fonte: Instagram.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou compreender como o futebol, enquanto projeção simbólica e representação cultural, atua na construção da identidade nacional brasileira. Ao longo da análise, podemos perceber que a modalidade mais popular do país transcendeu sua natureza esportiva e se consolidou como um fenômeno cultural e social de grande relevância. No Brasil, é mais do que um jogo; é uma linguagem que atravessa as esferas do cotidiano e permeia a construção de narrativas sobre o que é ser brasileiro. Desde a sua introdução, o futebol foi rapidamente apropriado pelas massas populares da sociedade e se tornou uma poderosa plataforma de expressão coletiva, onde os brasileiros encontraram uma forma única de se reconhecer, projetar suas aspirações, frustrações e sonhos.

Outro ponto-chave na análise foi a construção de ídolos no esporte e o papel desses jogadores na construção de mitos nacionais. A abordagem sociológica e cultural relata como a mídia, a publicidade e as narrativas populares moldam a imagem de jogadores como Pelé, Zico, Ronaldo Fenômeno e Neymar. A pesquisa explorou como esses atletas tornaram-se símbolos de brasilidade e como suas histórias individuais de superação foram apropriadas como representações de triunfo coletivo. Além de que o futebol também é político e tornou-se a uma ferramenta política ao longo de sua história no Brasil, sendo usado como material de propaganda para regimes e movimentos sociais. Desde os tempos da Era Vargas, quando os jogos eram explorados para promover uma imagem de unidade nacional, até os dias atuais, onde o atleta e torcidas se posicionam politicamente, o futebol se consolidou como um espaço de disputa e afirmação. Ao ser incorporado no debate político, o esporte demonstra seu poder como agente de mobilização e conscientização, reafirmando sua relevância na arena pública.

Um dos aspectos mais importantes relevados por esta pesquisa, foi a capacidade do futebol de penetrar e influenciar profundamente a cultura popular nacional. Integrado às mais diversas expressões culturais, como a música, a moda e a linguagem, o futebol configura como um ponto de convergência, unificando grupos sociais distintos em torno de uma paixão comum. Expressões

futebolísticas, incorporadas no vocabulário do dia a dia, evidenciam como o esporte serve de metáfora para situações do cotidiano. Termos como “bateu na trave” e “fazer um golazo” não são apenas alusões ao jogo, mostram como o futebol se torna como uma ferramenta de interpretação e ressignificação da realidade. A apropriação dessas expressões pela mídia e pela comunicação popular reforça a centralidade do futebol como um dos principais veículos de articulação simbólica da sociedade brasileira. Foi essencial compreender como a Indústria Cultural capitaliza sobre essa linguagem, transformando o futebol em um produto comercial, amplamente difundido pelas mídias de massa, que ampliam o alcance do esporte e reforçam suas expressões no cotidiano. Assim, o estudo utilizou referências como Adorno e Horkheimer para mostrar que, embora o futebol tenha um papel simbólico e cultural vital no Brasil, ele também é transformado em mercadoria, explorado como entretenimento e instrumento de lucro, alinhando-se à lógica da indústria cultural.

Além da sua penetração cultural, o futebol também reflete e amplifica contradições e tensões sociais do Brasil. Esse estudo destacou que o futebol não está isento das dinâmicas excludentes que permeiam a sociedade brasileira, mesmo sendo um espaço de celebração e união. Questões como racismo e homofobia, por exemplo, são frequentemente trazidas à tona nas arquibancadas e dentro de campo, revelando barreiras que ainda precisam ser superadas para que o futebol seja um espaço verdadeiramente inclusivo. Exemplos de luta por representatividade como a Coligay, a primeira torcida organizada abertamente LGBTQIAPN+ do Brasil, e os vários episódios de racismo sofrido por jogadores como Vinícius Júnior demonstram que o futebol é também uma arena de resistência, onde identidades marginalizadas podem reivindicar visibilidade e espaço. O esporte, ao espelhar estas tensões, também oferece a possibilidade de confrontá-las e transformá-las.

Por fim, o estudo construiu uma profunda análise do futebol enquanto uma narrativa viva e mutável, que se tornou uma das mais poderosas e permanentes forças culturais do Brasil. Além de unir milhões de brasileiros em torno de paixões comuns, ele atua como um espelho das complexidades sociais, políticas e econômicas do país. A capacidade do futebol de se adaptar e se transformar ao longo do tempo reforça o seu papel na narrativa cultural do Brasil. Mais do

que um jogo, o futebol continua sendo uma linguagem através da qual a sociedade brasileira se expressa, negocia suas identidades e, em última análise, se reinventa diante das contradições e desafios de seu tempo.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. *In: DIALÉTICA do esclarecimento*. Trad. Antonio de Almeida Guido. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- ALMEIDA, Silvio Luiz de. **O que é o racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural**. São Paulo: Jandaíra, 2019.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. **Quando é dia de futebol**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2014.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2. ed. Bauru: Edusc, 2002.
- DAMATTA, Roberto. **Universo do Futebol**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Trad. NEVES, Luiz Felipe Baeta. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga (org.). **Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- GERCHMANN, Léo. **Coligay: Tricolor e de todas as cores**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2014.
- GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. A mídia e a espetacularização da cultura. *In: GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise (org.). Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 9-17.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. O Acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do Tempo. *In: GREGOLIN, Maria do Rosário (org.). Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 95-110.

KIRKLAND, Alex. Vinicius Jr. No Real Madrid: os casos de racismo contra brasileiro na linha do tempo. **ESPN**, Madrid: 2024. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/laliga/artigo/_/id/13686329/vinicius-jr-real-madrid-racismo-casos-linha-do-tempo. Acesso em: 23 set. 2024.

NEYMAR ganha grafite gigante em muro de Miami, nos EUA. **Globo Esporte**, 2018. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/neymar-ganha-grafite-gigante-em-muro-de-miami-nos-eua.ghtml>. Acesso em: 15 set. 2024.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas, SP: Pontes, 1993.

PIO, Juliana. Clubes de futebol atingem receita recorde de R\$ 8,9 bilhões; veja ranking. **Exame**, São Paulo, 2024. Disponível em: <https://exame.com/marketing/clubes-de-futebol-atingem-receita-recorde-de-r-89-bilhoes-veja-ranking/>. Acesso em: 15 set. 2024.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Cia das Letras, 1993. p. 61-63.

STJD. Superior Tribunal de Justiça Desportiva do Futebol. **Artigo 243 – G**: homofobia no futebol. Disponível em: <https://www.stjd.org.br/noticias/artigo-243-g-homofobia-no-futebol>. Acesso em: 29 set. 2024.

VINÍCIUS Junior chora em coletiva e desabafa sobre racismo: “Cada vez tenho menos vontade de jogar”. **O Globo**, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2024/03/25/vinicius-junior-chora-em-coletiva-e-desabafa-sobre-racismo-cada-vez-menos-vontade-de-jogar.ghtml>. Acesso em: 23 set. 2024.

1923 – Os Camisas negras. **Vasco da Gama**, 2023. Disponível em: <https://vasco.com.br/conteudo/1923-os-camisas-negras/>. Acesso em: 22 set. 2024.

1924 – A resposta histórica. **Vasco da Gama**, 2023. Disponível em: <https://vasco.com.br/conteudo/1924-a-resposta-historica/>. Acesso em: 22 set. 2024.