

DANILO FONTANETTI CHRISTOFOLETTI

A MEDIATIZAÇÃO DO FUTEBOL  
BRASILEIRO: UM ESTUDO  
COMPARATIVO ENTRE O MUSEU DO  
FUTEBOL E O MEMÓRIA GLOBO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

CAMPINAS - 2017

DANILO FONTANETTI CHRISTOFOLETTI

A MEDIATIZAÇÃO DO FUTEBOL  
BRASILEIRO: UM ESTUDO  
COMPARATIVO ENTRE O MUSEU DO  
FUTEBOL E O MEMÓRIA GLOBO

Dissertação apresentada como exigência para conclusão do Mestrado Interdisciplinar em Linguagens, Mídia e Arte, do Centro de Linguagem e Comunicação, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, sob a orientação da Profa. Dra. Marcia Eliane Rosa.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS

CAMPINAS - 2017

DANILO FONTANETTI CHRISTOFOLETTI

**A MUDIATIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O  
MUSEU DO FUTEBOL E O MEMÓRIA GLOBO**

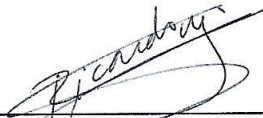
Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

APROVADA: 04 de dezembro de 2017.



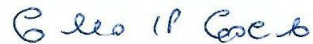
---

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Márcia Eliane Rosa**  
(Orientadora - PUC-CAMPINAS)



---

**Prof. Dr. Ricardo Gaiotto de Moraes**  
(PUC-CAMPINAS)



---

**Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho**  
(CÁSPER LIBERO)

Ficha catalográfica elaborada por Marluce Barbosa – CRB 8/7313 Sistemas de Bibliotecas e Informação – SBI – PUC-Campinas

t796.334 Christofoletti, Danilo Fontanetti.

C556m

A mediação do futebol brasileiro: um estudo comparativo entre o Museu do Futebol e o Memória Globo / Danilo Fontanetti Christofoletti. – Campinas: PUC-Campinas, 2017.  
135f.

Orientadora: Márcia Eliane Rosa.

Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Centro de Linguagem e Comunicação, Pós-Graduação em Linguagem, Mídia e Arte.

Inclui bibliografia.

1. Futebol. 2. Comunicação de massa e publicidade. 3. Museus - Exposições. 4. Mídia social. I. Rosa, Márcia Eliane. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação. Pós-Graduação em Linguagem, Mídia e Arte. III. Título.

22. ed. CDD – m796.334

Dedico esta dissertação à Vanessa Altarugio, Reinor e Carmem Christofolletti, pois a tornaram possível, ao me darem apoio incondicional para enfrentar o longo processo da pós-graduação.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a professora Dra. Márcia Eliane Rosa, por me aceitar para a orientação desta dissertação e por me aguentar ao longo de vinte e quatro meses trabalhando em conjunto. Nossa relação, que já dura desde 2014, envolvendo diversos trabalhos de pesquisa, me engrandeceu de maneira tamanha que nem sei descrever. Sei das dificuldades que essa pesquisa trouxe para a Dra. Márcia, por se distanciar do enfoque principal de sua linha de pesquisa. Por isso agradeço novamente, por apostar em mim e no meu projeto e por me dar a chance de participar desse programa de mestrado. Também agradeço à professora Márcia pelas conversas variadas, por vezes sem o teor acadêmico, mas que muito me ajudaram a enxergar outras maneiras de se encarar a vida.

Agradeço aos professores Ricardo Gaiotto, Luísa Paraguai, Tarcísio Torres e Carlos Alberto Zanotti, que muito me ajudaram ao longo do mestrado e na construção dessa pesquisa. Nossas discussões em sala de aula, além de serem fundamentais para a confecção dessa dissertação, também me trouxeram uma importante percepção de mundo, essencial para o meu processo de maturidade na carreira acadêmica.

Agradeço principalmente a três pessoas, demasiadamente importantes em minha vida pessoal, profissional e acadêmica. Vanessa Altarugio, companheira de longos e felizes sete anos, que me acompanha em todas as minhas aventuras acadêmicas e profissionais. Minha mãe, Dra. Carmem S. F. Christofolletti, pela ajuda imprescindível em várias etapas do meu projeto e, por fim, meu pai, Reinor Christofolletti, que aceitou bancar financeiramente o filho durante essa jornada. O tema desta dissertação está intimamente ligado à minha pesquisa desenvolvida na graduação, na qual abordava o futebol brasileiro sob o ponto de vista político e midiático. E a profunda origem desse tema está na relação entre pai e filho, que me cativou o interesse pelo universo do futebol.

Por fim, agradeço a Guilherme Caes e novamente Vanessa Altarugio, por suas contribuições na revisão dessa dissertação, bem como meu co-orientador, César Pereira, que teve papel fundamental na confecção dessa pesquisa ao me apresentar os atalhos metodológicos, sem os quais não seria possível chegar até aqui.

*“O futebol é a coisa mais importante dentre as coisas menos importantes de nossa vida”*

Arrigo Sachi

## **RESUMO**

Esta pesquisa teve como objetivo compreender o processo de midiaticização do futebol brasileiro, bem como estudar como essa midiaticização ocorre, por meio das representações desse esporte no Museu do Futebol e na série de webdocumentários sobre as Copas do Mundo, produzida pelo Memória Globo, braço do Grupo Globo, responsável por editar um material de caráter histórico da emissora brasileira. Para tanto, foram estudadas as questões que envolvem os museus contemporâneos e sua nova função social no mundo atual, seguidas pela inserção do Museu do Futebol nessa categoria nova de museus modernos. Também foi estudada a Teoria da Midiaticização de Hjarvard (2014), base para as ideias e relações desta pesquisa e como essa Teoria tem aplicações no futebol brasileiro. Ao final, foi realizado o estudo de caso comparativo entre os materiais citados, no qual os resultados obtidos permitem maior compreensão acerca tanto da midiaticização do futebol brasileiro, quanto de suas representações nas plataformas utilizadas para este estudo.

**Palavras-chave:** Midiaticização; Futebol; Museu.



## Sumário

<b>Introdução</b> .....	08
<b>Metodologia</b> .....	13
<b>Capítulo I: Museu</b>	
1.1: Museu e sua função contemporânea .....	16
1.2: O Museu do futebol .....	23
<b>Capítulo II: O Futebol brasileiro: algumas considerações</b>	
2.1: Contexto histórico das relações entre futebol e política no Brasil.....	28
<b>Capítulo III: Mídia e midiatização</b>	
3.1: Mídia e midiatização .....	34
3.2: Midiatização do futebol .....	44
<b>Capítulo IV: Estudo de caso: As copas do mundo</b>	
4.1: Fichas de análise dos Webdocumentários Memória Globo	
4.1.1: Copa do Mundo de 1970 .....	49
4.1.2: Copa do Mundo de 1974.....	53
4.1.3: Copa do Mundo de 1978 .....	56
4.1.4: Copa do Mundo de 1982 .....	60
4.1.5: Copa do Mundo de 1986.....	64
4.1.6: Copa do Mundo de 1990.....	68
4.1.7: Copa do Mundo de 1994 .....	71
4.1.8: Copa do Mundo de 1998 .....	74
4.1.9: Copa do Mundo de 2002 .....	78
4.1.10: Copa do Mundo de 2006 .....	81
4.1.11: Copa do Mundo de 2010 .....	84
4.2: Ficha de análise do material do Museu do Futebol	
4.2.1: Copa do Mundo de 1970.....	87

4.2.2: Copa do Mundo de 1974.....	91
4.2.3: Copa do Mundo de 1978.....	94
4.2.4: Copa do Mundo de 1982.....	97
4.2.5: Copa do Mundo de 1986.....	99
4.2.6: Copa do Mundo de 1990.....	102
4.2.7: Copa do Mundo de 1994 .....	104
4.2.8: Copa do Mundo de 1998 .....	107
4.2.9: Copa do Mundo de 2002.....	110
4.2.10: Copa do Mundo de 2006 .....	113
4.2.11: Copa do Mundo de 2010 .....	115
4.3: Considerações sobre o estudo de caso.....	118
<b>Considerações finais</b> .....	125
<b>Bibliografia</b> .....	131

## **Introdução**

“O futebol é a coisa mais importante, dentre as menos importantes”. A frase, que já foi atribuída ao treinador italiano Arrigo Sacchi e também ao jornalista Nelson Rodrigues, entre outras pessoas ligadas ao futebol, representa a relevância que esse esporte possui para os adeptos de sua prática. Essa é a mesma relevância que se percebe nos mais diversos trabalhos entre os pesquisadores brasileiros que se propõem a estudar o futebol, tais como Guterman (2009), Franco Junior (2007), e os demais utilizados nesta pesquisa. O futebol, no Brasil, constitui um universo próprio, uma instituição social, como Hjarvard (2014) gosta de nomear as diferentes instituições que formam uma sociedade. Instituição esta que interage com as demais, sendo as mais visíveis: a política, economia, sociedade e a cultura.

O futebol possui reflexos nos mais variados campos sociais brasileiros. No campo político, desde 2015, projetos de lei sobre os mais diversos pontos do futebol brasileiro correm pelas casas do congresso, como, por exemplo, a Lei de Responsabilidade Fiscal do Esporte, que instituiu o Profut, um programa de refinanciamento das dívidas fiscais dos clubes de futebol brasileiros. Culturalmente, o referido esporte se instala na sociedade brasileira como uma de suas expressões de maior alcance, sendo praticado, assistido ou ao menos comentado por vários brasileiros. O tema desta dissertação foi definido justamente a partir desse universo do futebol brasileiro e da relação e interação que há entre esse esporte e os demais campos sociais brasileiros, principalmente cultura, sociedade, economia e política.

De acordo com DaMatta (1982), estudar o futebol brasileiro é, por tabela, estudar a sociedade brasileira, tamanha é a influência que ambos exercem um sobre o outro. Talvez, como resultado da dimensão do futebol no Brasil, o país criou dois museus destinados a tratar sobre o universo do futebol: tanto o Museu do Futebol do Maracanã, quanto o Museu do Pacaembu, são destinados a falar do esporte como um todo, abrangendo todas suas características e história, enquanto nos demais países, onde o futebol possui relevância nacional, os museus são destinados a tratar de uma única equipe (Museu do Boca Juniors, Museu do Real Madrid, entre outros) ou de um estádio (Museu do Estádio San Siro, na Itália).

Na Argentina, onde o futebol é praticado desde 1867, existem cinco clubes considerados grandes (Boca Juniors, River Plate, Independiente, San Lorenzo e Racing) e o torneio nacional é considerado um dos mais acirrados entre os países adeptos ao esporte, além da seleção nacional ter sido campeã mundial em 1978 e 1986. No entanto, mesmo diante desse cenário expansivo em história futebolística, há apenas museus destinados a tratar das glórias individuais desses clubes argentinos. Na Espanha, país que foi campeão da Copa do Mundo de 2010 e que possui, em sua história, de acordo com Franco Junior (2007), ligações entre o futebol nacional e o poder governamental, há os museus de Barcelona e Real Madrid, espaços que atraem milhares de turistas todos os dias, pois são os clubes mais vitoriosos do mundo. Mas também não há um museu destinado a tratar do esporte como um todo.

Na Itália, país que assistiu durante a época do fascismo a um apelo para o desenvolvimento do futebol como maneira de unir a nação, existem estádios monumentais, erguidos pelo governo federal, como o tradicional San Siro, que se transforma em estádio Giuseppe Meazza, quando acolhe jogos da Internacional de Milão. A Itália ganhou quatro vezes a Copa do Mundo (1934, 1938, 1982 e 2006) e possui clubes de repercussão mundial como Juventus, Milan e Internacional de Milão. Mas assim como nos casos de Espanha e Argentina, possui museus apenas destinados a retratar a história de clubes ou dos mencionados estádios.

Pela peculiaridade e relevância o Museu do futebol é tomado como objeto de estudo desta pesquisa. Mais precisamente, uma seção em específico do Museu, a seção “Copa do Mundo”, é estudada, a fim de compreender como foi dada a representação do futebol brasileiro. Desta maneira, para possibilitar a apropriação do Museu do Futebol do Estádio Pacaembu como objeto de pesquisa, propõe-se como discussão, a questão da nova função social do museu contemporâneo. De acordo com Freire (2003), o museu não trabalha com objetos, mas com problemas, ou seja, o museu organiza um acervo de objetos que possuem relação com os valores sociais de sua época, portanto “expor objetos é propor problemas, produzir sentidos” (FREIRE, p. 09, 2003). A referida autora, em sua obra, apresenta as diversas funções de um museu, como, por exemplo, instituições públicas, para garantir acesso a obras de arte para o grande público. Outra função para o museu, importante para

os objetivos dessa pesquisa, é a ideia de museu como versão oficial da história que se propõe a contar. “É fato que os museus, por meio de suas exposições, criam e sustentam uma versão oficial da História da Arte”. (FREIRE, p. 13, 2003). Huysen (1996) e Lara Filho (2009) também trazem duas definições acerca do papel dos museus contemporâneos que foram apresentadas no decorrer do primeiro capítulo desta dissertação, a fim de entender o objeto de pesquisa que é o Museu do Futebol. Portanto, são utilizadas três considerações acerca do universo museológico. A primeira é a trazida por Freire (2003), que questiona os museus sustentarem “uma história oficial” sobre o objeto exposto, a segunda é feita por Huysen (1996), na qual o autor discorre sobre a nova função mercadológica e social dos museus e por fim a última consideração é a feita por Lara Filho (2009), que questiona sobre a produção de sentido realizada pelos museus, bem como sua recontextualização de alguns objetos.

O mencionado museu é um espaço temático dedicado ao futebol. Foi construído no Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, Pacaembu, na Praça Charles Miller, bairro do Pacaembu. Foi inaugurado em 29 de setembro de 2008 e possui uma área de 6,9 mil metros quadrados e o espaço combina diversas mídias para contar como o Brasil transformou o futebol. A Fundação Roberto Marinho foi a responsável pela concepção e realização do museu<sup>1</sup> e toda sua descrição física, além das análises pertinentes, foi realizada ao longo do primeiro capítulo desta dissertação.

A existência de um Museu do Futebol no Brasil suscitou questões que instigaram esta pesquisa. Por que ressaltar um esporte como um todo e não apenas um clube ou estádio? A importância do futebol para a sociedade brasileira é tamanha que, um museu do futebol seria um museu da própria história brasileira?

Para esta pesquisa são estudados os vídeos presentes na seção “Copa do Mundo” do Museu do futebol de forma comparativa aos vídeos presentes na série de webdocumentários produzidos pela Rede Globo, nos quais estão presentes os elementos representativos da midiaticização do futebol brasileiro. Essa midiaticização leva a hipótese principal dessa pesquisa, que é considerar que o futebol brasileiro está midiaticizado, nos termos da Teoria

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL774953-5605,00.html>. <Acesso em 06 de abril de 2016>

da Mídiação de Stig Hjarvard (2014). Dessa hipótese, depreende-se outra questão, intimamente ligada e também estudada nesta pesquisa, que é observar se essa mídiatização do futebol brasileiro leva a criação de representações semelhantes deste esporte, em todos os veículos que o reproduzem. Para a confirmação dessa questão levantada pela hipótese adotada, foi analisada a representação do futebol brasileiro, representação esta que existe tanto na seção “Copa do Mundo”, presente no Museu do Futebol, quanto na série de webdocumentários, produzidos pelo Grupo Globo. Para contextualizar de onde foram retirados os conceitos de mídiatização mencionados, faz-se necessário explicar a Teoria da Mídiação.

A Teoria da Mídiação proposta por Stig Hjarvard (2014) aborda as mudanças estruturais de longo prazo trazidas pela relativa autonomização da mídia na modernidade e sua influência nas demais instituições sociais, que passam, de acordo com o autor, a operar segundo uma “lógica midiática” que lhes é externa. Os meios de comunicação passam a se relacionar gerando pontos de encontro entre outras esferas da vida social. Uma dessas esferas é a representação das imagens presentes no futebol, imagens estas que operam de acordo com a lógica midiática, que faz, de acordo com Hjarvard (2014), modificações nas interações entre diversos campos sociais, como cultura, política e sociedade. Na sociedade contemporânea, a mídiatização é a responsável por ligar campos sociais diversos, de acordo com Hjarvard (2014). Essa pesquisa utiliza-se dessa perspectiva da mídiatização para relacionar o futebol à sociedade e à cultura, em um processo que, ao longo dos anos, acabou por criar uma imagem mídiatizada do futebol brasileiro.

Assim, a partir da hipótese da mídiatização, que nesta pesquisa esteve estabelecida na representação feita pelos webdocumentários da Rede Globo, é necessário informar que o objetivo dessa pesquisa é determinar se a representação midiática (e, por consequência, mídiatizada) do futebol é a mesma representação deste esporte feita pelo Museu do Futebol, como referência para a construção da ideia de futebol brasileiro mídiatizado. Desta maneira, os objetos de pesquisa são uma série de Webdocumentários, produzidas pelo Memória Globo, braço das Organizações Globo, responsável por produzir material de caráter histórico da emissora, e a expografia presente em uma seção específica do Museu do Futebol, chamada de “Copa do Mundo”.

Estes webdocumentários retratam cada Copa do Mundo, na visão da Rede Globo de Televisão. Produzidos com o formato de documentário de curta metragem, cada webdocumentário tem duração entre três e vinte minutos e retratam individualmente cada Copa do Mundo. A linguagem desses webdocumentários foi descrita no estudo de caso comparado e cada webdocumentário foi individualmente descrito, para posteriormente ter seu conteúdo analisado e comparado com o conteúdo presente no Museu do Futebol. Esse material está hospedado no site do Memória Globo e seu conteúdo está disponível para qualquer usuário. Durante os vídeos, são mostradas imagens das Copas do Mundo em questão, sendo a história narrada por funcionários e personagens da própria TV Globo, como os jornalistas Galvão Bueno, Fátima Bernardes, entre outros que tiveram participação em coberturas de Copa do Mundo. A partir desse cenário, entende-se ser possível perceber como se dá, e se existe, a midiaticização do futebol brasileiro e compreender a narrativa construída pelo Museu do Futebol, bem como compará-la com a narrativa existente nos webdocumentários, além de promover o debate sobre a função e independência das curadorias museológicas.

## Metodologia

A pesquisa consiste na análise comparativa entre o material presente no Museu do Futebol e os webdocumentários da Rede Globo. Também foi feito um levantamento *in loco* do acervo e características do Museu do Futebol, levantamento esse que foi posteriormente descrito na dissertação. Após o levantamento bibliográfico, foi realizado um estudo de caso comparativo considerando justamente os webdocumentários da Rede Globo, em todas as Copas do Mundo entre 1970 e 2010 e as respectivas representações dessas mesmas copas presentes no Museu do Futebol, na seção específica denominada “Copa do Mundo”, constituída por diversos vídeos e imagens sobre as Copas.

Compreende-se por estudo de caso, neste trabalho:

O estudo de caso é um meio de organizar os dados, preservando do objeto estudado o seu caráter unitário. Considera a unidade como um todo, incluindo o seu desenvolvimento (pessoa, família, conjunto de relações ou processos etc.). Vale, no entanto, lembrar que a totalidade de qualquer objeto é uma construção mental, pois concretamente não há limites, se não forem relacionados com o objeto de estudo da pesquisa no contexto em que será investigada. Portanto, por meio do estudo do caso o que se pretende é investigar, como uma unidade, as características importantes para o objeto de estudo da pesquisa. (GOODE, HATT. 1979, p. 422)

Trata-se de uma abordagem metodológica de investigação especialmente adequada quando procuramos compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente envolvidos diversos fatores.

Segundo Gil (1995), o estudo de caso não aceita um roteiro rígido para a sua delimitação, mas é possível definir quatro fases que mostram o seu delineamento: delimitação da unidade-caso; coleta de dados; seleção, análise e interpretação dos dados e elaboração do relatório. Essa pesquisa adotou uma sistemática semelhante, selecionando os personagens envolvidos, coletando os dados, desenvolvendo uma análise e redigindo as conclusões.

Dentro desse estudo de caso, para conseguir se estabelecer critérios para análise dos conteúdos obtidos tanto dentro do universo dos webdocumentários da Rede Globo (cobertura feita pela mídia), quanto das imagens presentes no Museu do Futebol, foi realizada uma análise de conteúdo comparativa, a partir de uma metodologia para estudo de



representação imagética, proposta por Maimone e Tálamo (2009). Esse método propõe uma análise de conteúdo da imagem representada dentro de Museus, podendo ser adaptada ao estudo com os vídeos dos Webdocumentários. De acordo com Maimone e Tálamo (2009), a análise de conteúdo se dividiu em três fases, sendo a primeira fase descritiva, contendo as informações de autor, data e local, título, designação geral do material e outras informações técnicas. A segunda fase comporta a identificação do tema e os motivos da obra, sua importância e a relevância dos personagens envolvidos. Por fim, a terceira fase, que é a interpretação dos dados, traz como critérios de análises, os chamados “descritores”, que são critérios compostos por análises interpretativas em relação a autoria, cronologia (contexto histórico), Natureza artística (nesta pesquisa, entendida como a linguagem do documentário), Temático Descritivo (descrição das imagens) e Temático Interpretativo (interpretação das imagens).

Ao entrar na etapa da interpretação das imagens, fase de maior atenção, pois daí foi obtida a maior parte dos resultados pertinentes ao estudo de caso, houve a necessidade da utilização de uma metodologia específica para a análise de conteúdo comparativa que foi realizada entre os vídeos presentes na seção “Copa do Mundo”, do Museu do Futebol, e os vídeos dos webdocumentários. Nesse ponto, foram utilizadas as ideias trazidas por Bardin (1977), na qual, após a pré-análise e exploração do material, fundamentadas pela metodologia anterior de Maimone e Tálamo (2009), foi realizado o tratamento dos resultados, por meio da inferência e interpretação. Utilizando esses dois itens e calcado nos resultados brutos da pesquisa, foi possível produzir significados e criar padrões de semelhanças e diferenças entre os dois lados do objeto de estudo.

A cobertura das copas do mundo de 1970, 1974, 1978, 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002, 2006 e 2010, sendo estas as copas consideradas nesta pesquisa, foi a cobertura feita pela Rede Globo de Televisão, o que se justifica por ser a emissora de maior alcance no Brasil, além de ser a detentora dos direitos de transmissão de imagem da seleção brasileira. Como objeto, foram utilizados os webdocumentários produzidos pela emissora sobre cada Copa do Mundo desde 1950, presentes em seu site: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/eventos-e-coberturas/copas-do-mundo/copas-do-mundo-videos-copas-do-mundo.htm>. Como objeto em relação ao Museu

do futebol, foram utilizados os vídeos e imagens presentes na seção “Copa do Mundo” que consiste em um conjunto de mais de 400 fotos e 20 vídeos, separadas em várias televisões e “totens”, que contam, separadamente, a história de cada Copa do Mundo e todo o contexto histórico e cultural de cada época.

Segue então, de maneira indicativa, que no primeiro capítulo dessa dissertação foi estudada a questão do Museu e sua nova função contemporânea, bem como a descrição e análise do Museu do Futebol como objeto desta pesquisa. O segundo capítulo expõe algumas relações que o futebol possui com o poder governamental brasileiro, bem como faz uma síntese histórica do esporte no país. O terceiro capítulo explicou a Teoria da Mídia de Stig Hjarvard (2014), utilizado como base teórica para entender um possível futebol brasileiro midiático, que se relaciona com os demais campos sociais brasileiros, enquanto que o quarto e último capítulo mostrou o estudo de caso, em que se pretendeu estabelecer se a representação midiática do futebol brasileiro é a mesma representação presente no Museu do Futebol, atestando assim a mediação do futebol brasileiro.

Ao final dos mencionados capítulos, foram realizadas as considerações finais do autor, baseadas nos resultados obtidos tanto com o estudo de caso, quanto com as análises realizadas nos capítulos anteriores.

## Capítulo I: Museu

### 1.1 – Museu e sua função contemporânea

Em sua função mais básica, os museus são destinados a serem instituições com o propósito de exporem obras de arte e preservar as obras que foram lançadas ao processo de modernização, de acordo com Huyssen (1996). Freire (2003), afirma que essas instituições possuem importância fundamental na definição do valor e do significado da obra de arte, pois a maneira como o museu ou artista organiza a exposição funciona como o contexto para a percepção dessa obra de arte. “O que distingue uma caixa de sabão de uma obra de Andy Warhol é justamente o seu contexto de exposição”. (FREIRE, p. 09, 2003). Os valores sociais que definem esse contexto de exposição trazido pela autora são mutáveis e variam de acordo com o período histórico. A própria sociedade determina quais serão esses valores, assim como essa mesma sociedade aplica esses valores aos objetos apresentados dentro de uma exposição. Desta maneira, estudar a produção e recepção de sentido nesses objetos existentes no museu é, ao mesmo tempo, entender como a sociedade produz e descarta valores que estão materializados nas obras (Freire, 2003).

De maneira complementar, porém acrescentando um novo elemento de discussão sobre os estudos referentes ao universo dos museus, Ferraz (2011) traz uma nova ideia de museu para os estudos nessa área. Trata-se de um museu novo, que busca unir novas tecnologias com os objetos clássicos, além de ser um museu que represente sua nação (no caso, o Brasil) em toda sua magnitude e complexidade.

Queremos sim todas as conquistas tecnológicas, científicas e culturais do Ocidente, mas a utilizaremos ao nosso modo. Assim é o museu: a técnica de ponta, as conquistas da arquitetura moderna, a importante coleção de arte ocidental, a serviço de uma nova visão de museu. Um museu que, ao ser pensado, concebido e projetado, leve em conta a cultura brasileira no que ela pode ter de mais belo: a vontade de ser livre, o combate a submissão e as às regras importadas. [...] Essa é a ideia de museu que nos interessa. Uma ideia força, veículo portador de um desejo, de um sonho materializado em forma, a serviço do Homem e das relações humanas. (FERRAZ, p. 126, 2011)

Alinhado com o conceito trazido por Ferraz (2011), mas acrescentando conceitos relativos a interação do museu com o público e principalmente, a relação do museu com a economia capitalista, Basbaum (2011) também caminha por essa linha da existência de um

novo tipo de museu. Ele acredita que os museus, em sua origem, tinham como razão de ser, a proteção das coisas (objetos e representações) da cultura. Em seguida, os museus, mais estruturados, passam a ser representativos, tornando-se máquinas de produção de cultura (Basbaum, 2011). No entanto, ao longo do tempo, o paradigma da produção artística e da obra de arte se altera, o que acarreta uma modificação também dos perfis museológicos. A instituição museu, aos poucos, vai sendo percebida dentro de um contexto econômico e cultural, do qual ele não é capaz de se dissociar. Desta maneira, de acordo com Basbaum (2011), os museus incorporam as novas tecnologias e alteram sua relação com o público. A associação trazida pelo autor entre museu e economia demonstra como a nova ordem mercantil e comercial contemporânea modifica as relações entre público e os novos museus, sendo que estes últimos perdem sua função inicial de proteger os objetos históricos e passam a, além de produzir cultura, reproduzir os mecanismos da lógica comercial.

Pela mesma linha de raciocínio caminha Huyssen (1996), porém ele traz elementos mais específicos de como os museus incorporam as demandas do mundo contemporâneo e como a lógica comercial interfere em seu funcionamento. Dentro dessa perspectiva de alteração da relação entre público e museu, é que Huyssen (1996) formula algumas considerações. Este autor afirma que os museus contemporâneos são feitos para a cultura de massas.

O sucesso do museu pode ser considerado um dos sintomas evidentes da cultura ocidental dos anos oitenta: muitos foram planejados e construídos a partir do discurso sobre “o fim de tudo”. A planejada obsolescência da sociedade de consumo encontra seu contraponto na implacável museomania. O papel do museu como um local conservador elitista ou como um bastião da tradição da alta cultura dá lugar ao museu como cultura de massa, como um lugar de uma *mise-en-scene* espetacular e de exuberância operística. (HUYSSSEN, p. 223, 1996).

Essa alteração, segundo Huyssen (1996), causou um profundo impacto e uma mudança na política de exibir e ver. Coleções permanentes estão viajando e se tornando temporárias, assim como velhos centros urbanos e históricos estão sendo restaurados para servirem de espaços para exposições. “No atual cenário a ideia de um templo com musas foi enterrado para dar lugar a um espaço híbrido, em algum lugar entre a diversão pública e uma loja de departamentos” (HUYSSSEN, p. 224, 1996). Os museus foram incorporados pela lógica consumista presente no pós-modernismo, entrando na reprodutibilidade dos

padrões da Indústria Cultural, de acordo com o autor, e se aproximando do espetáculo. “Bandeiras e cartazes afixados na frente dos museus indicam o quanto o museu se aproximou do mundo dos espetáculos de feiras populares e de diversão de massa.” (HUYSSSEN, p. 232-233, 1996).

Argumentando de maneira semelhante à Huyssen (1996), Arantes (1991) também compara os museus contemporâneos a centros de compras e outros estabelecimentos e atividades do universo mercadológico. A autora defende a hipótese de que os museus, assim como a própria arte, tornaram-se bens de consumo massificados. Logo, os museus se transformam para atender as demandas desse público-consumidor, buscando atender as demandas de consumo dessa sociedade que vive a lógica do mercado. Os novos museus, portanto, intercalam obras de arte com performances e produtos que operam sob a lógica do mercado.

As longas filas que se formam à entrada dessas novas "casas de cultura" nem sempre se devem ao antigo amor à arte, concentrada no acervo do museu, mas às múltiplas atrações que enumerei apenas parcialmente. Faltou incluir, ocupando um lugar de destaque, a própria arquitetura. Já não é mais tão óbvia a distinção entre um museu e um shopping center (ARANTES, p. 161, 1991)

Dentro da mesma discussão e relatando a respeito do caráter mercadológico dos museus contemporâneos, Arantes (1991, 2002) toma como fio condutor a nova mentalidade urbanística, surgida como uma das respostas ao mundo globalizado. De acordo com a autora, surge na sociedade de consumo contemporânea aquilo que é denominado de “culturalismo de mercado” (ARANTES, p. 16, 2002). Esse culturalismo de mercado, segundo Arantes (2002), transformou a cultura em imagem, de maneira que a representação e sua respectiva interpretação moldaram o indivíduo na sociedade atual, que passa a se identificar pelo consumo em larga escala de estilos, marcas e representações culturais urbanas. Nessa perspectiva, “os curadores de museus precisam demonstrar que suas instituições (ou melhor, organizações) atraem multidões que multiplicam os negócios” (ARANTES, p. 29, 2002).

O cerne da questão, de acordo com Arantes (2002), é que conforme a cultura passa a ser um dos principais negócios existentes no meio urbano, mais rápido os agentes que operacionalizam essas atividades percebem que a cultura é um dos mais poderosos meios

de controle urbano. Os novos museus, como espaços destinados a guardar os bens culturais, artísticos e históricos, não escapam a essa nova regra de conduta cultural e tornam-se, portanto, espaços mercadológicos. Em outra obra, Arantes (2005) discorre sobre como esses novos museus se comportam, tornando-se verdadeiras franquias, totalmente adaptados ao modelo comercial, convergindo para o culturalismo de mercado. Os novos museus seguem um modelo Disney, de acordo com a autora, no qual o mais importante é a busca por patrocínio e receitas. Desta maneira, comprar obras e aumentar a coleção, assim como abrir novas unidades de um mesmo museu (franquias) é aumentar a fatia de produtos a oferecer no mercado, ao mesmo tempo em que retira essa possibilidade da concorrência. Curadores e diretores artísticos também passam a possuir a obrigação de atuarem como *managers*, produzindo materiais publicitários e administrando as coleções e exposições, tornando o museu, nas palavras de Arantes (2005), “em polo midiático de atração econômica” (ARANTES, p. 7, 2005).

Acompanhando o conceito de novos museus proposto por Otilia Arantes e vinculando os mesmos a qualificação do espaço urbano, Silva (2006), discorre sobre a utilização urbana dos variados tipos de museus contemporâneos. De acordo com o autor, os novos espaços urbanos incluem os mais variados museus como item obrigatório no catálogo turístico da cidade. Segundo Silva (2006), antigamente os museus eram sustentados por pessoas individuais ou grupos de mecenas, que bancavam as grandes coleções. Na sociedade atual, após os novos museus adotarem as operações midiáticas, passaram a se sustentar, sem precisar de auxílio externo. Portanto, para o autor, os novos museus se mostram como um espaço de importância relevante no que diz respeito a modificar imagem e renda das cidades, já que as mesmas estão incluídas na sociedade do consumo cultural.

Dentro do mesmo universo de definições e ideias trazidas pelos autores citados anteriormente, mas trazendo ao centro da discussão uma nova questão, a saber, a produção de sentidos que exposições em museus podem criar, Lara Filho (2009), discorrendo sobre essa nova função dos museus no século XXI, no que diz respeito à produção de sentidos e conhecimento dentro das exposições, atenta para o direcionamento na produção de sentido, ao se optar por determinados objetos, agrupamentos e formas de apresentação, em

detrimento de outros objetos, agrupamentos e formas de apresentação. Lara Filho (2009) aproxima a função contemporânea dos museus à das escolas, pois os mesmos assumem um caráter de possuidores de documentos que atestam alguma verdade, relacionada ao tema da exposição. Ele atenta ainda para o perigo da criação de novos sentidos, por parte dos museus, a objetos retirados de seu contexto original.

Outro aspecto a se destacar é o processo de descontextualização do objeto ao ser retirado do seu local de origem e ser transportado para as salas de exposição, gerando novos sentidos. [...] Trata-se de verificar se é possível e desejável recontextualizar aquilo que foi descontextualizado. Em outras palavras, de constatar se seria viável e desejável recuperar os contextos de um objeto musealizado e reintroduzi-lo na exposição, porém sem perder as novas relações estabelecidas no museu. (LARA FILHO, p. 167, 2009)

Enfim, após apresentar os conceitos necessários para situar o Museu do Futebol nesta dissertação e assim poder concebê-lo e apropriá-lo como objeto de pesquisa, agora é necessário mostrar qual foi o tipo de museu utilizado para a análise que se deu no estudo de caso. Portanto, nesta dissertação, o Museu do Futebol, enquanto objeto de pesquisa, foi compreendido por meio de três considerações acerca do universo museológico. A primeira é a trazida por Freire (2003) no início deste capítulo. “É fato que os museus, por meio de suas exposições, criam e sustentam uma versão oficial da História da Arte”. (FREIRE, p. 13, 2003). A utilização do Museu do Futebol, nesta pesquisa sobre a representação do futebol brasileiro, tem por base a ideia trazida pela autora, realizando uma analogia de que este espaço promove uma narrativa oficial do futebol no país. O Museu do Futebol, como mencionado na introdução desta dissertação, é único no sentido de tentar construir uma narrativa da história do futebol brasileiro como um todo e não apenas a história oficial de um clube ou estádio.

Desta maneira, apesar da existência do Museu do Maracanã, que possui temática parecida, mas não igual (o museu do Maracanã dedica-se mais a história do futebol carioca e do próprio estádio), o Museu do Futebol é a única instituição a criar uma narrativa histórica do futebol brasileiro. Essa condição, aliada à característica própria dos museus, de serem instituições com finalidade de preservação de memória e arquivo, acaba por tornar a narrativa ali apresentada como sendo a verdadeira, ou, melhor dizendo, oficial. A exposição do Museu do Futebol, de caráter permanente, ainda que com atualização constante, cria e sustenta uma versão linear da história do futebol brasileiro, determinando, por exemplo, os

jogadores que devem ser elencados como “craques imortais”, entre outros personagens envolvidos na história desse esporte.

A segunda consideração, sob o olhar de Huyssen (1996), é a de que os museus migram para uma cultura de massa e a produção de exposições que miram o espetacular e a interação com esse novo público. Isso pode ser atestado ao se analisar a maneira como o Museu do Futebol promove suas exposições. Há experiências que buscam agradar todos os sentidos humanos. Há seções que promovem a experiência tátil (ao tocar a arquibancada do Pacaembu por dentro), auditiva (seção “gols”, na qual há a escolha de uma jogada e um narrador da preferência do visitante), visual (seção “anjos barrocos”) e olfativa (seção “exaltação”). Além da busca pelos sentidos humanos, o museu é farto em atrações interativas, nas quais os visitantes podem escolher o que ver ou ouvir, clicar em painéis, chutar bolas e outras atividades que dependem da interação humana. A narrativa criada assemelha-se a um espetáculo, ao promover sons altos e show de luzes no ar em ambientes escuros. Enfim, o Museu do Futebol busca atrair audiência, apostando em uma exposição bastante interativa e de fácil acesso.

E por fim, a última consideração é a feita por Lara Filho (2009), que discorre sobre a produção de sentido realizada pelos museus, bem como sua recontextualização de alguns objetos. Uma obra de arte ou peça expositiva, que foi criada em condições de produção e contextos específicos à época de sua criação, ao ser retirada de seu local de origem e colocada em exposição em algum museu, por vezes no outro lado mundo, perde completamente seu significado original, pois os olhos de quem irá analisar essa obra não possuem os mesmos valores de quem a construiu. Da mesma maneira ocorre com obras analisadas fora de seu período histórico. A construção de sentidos é sempre nova e atualizada, conforme mudam as gerações, as condições de produção e contexto histórico. Na seção “Copa do Mundo”, estudada como objeto de pesquisa nessa dissertação, por exemplo, as imagens das copas são retiradas de seu contexto original. Somente alguns trechos de partidas históricas foram selecionados, havendo a escolha de cortes e ângulos específicos, frases de época retiradas de seus contextos originais, fotos deslocadas e vídeos que geram interpretações diferentes, dependendo do interlocutor que os observa. Esses vídeos são concebidos de acordo com a linha curatorial da sala, que é abordar as edições



das Copas do Mundo, sempre contextualizada pelos acontecimentos que ocorreram no Brasil e no mundo no período. Nesse sentido, são selecionados momentos marcantes que envolvem a cultura, política, esporte e a sociedade, enquanto que, no futebol, são escolhidas cenas de jogos, contemplando seleções estreadas, destaques representativos de cada continente, jogadas bonitas, vitórias e derrotas marcantes, de modo a tecer uma narrativa que culmina na conquista do campeonato, sem deixar de abordar a trajetória da seleção brasileira como foco principal.

O eixo da narrativa na Seção “Copas do Mundo” é abordar a trajetória da seleção, entre altos e baixos, apresentando algumas cenas de jogos e de comemorações de modo que uma pessoa que não goste ou não saiba nada sobre futebol, possa entender a exposição e conhecer um pouco da história do Brasil em Copas do Mundo. Há certo foco em fatos mais conhecidos e em personagens principais, como Leônidas da Silva, Pelé, Garrincha, Rivellino, Ronaldo – muitas vezes, é a partir destes personagens que há a inserção de outros não tão conhecidos pelo público não entusiasta: como é o caso do Amarildo.

Desta maneira, a produção de novos sentidos é latente, pois a recontextualização de fatos históricos, para adequar-se ao discurso genérico, no sentido de ser acessível ao maior número de pessoas, independente da relação dessas pessoas com o tópico em exposição, faz com que significados diferentes sejam criados a partir de um mesmo fato histórico.

## 1.2 – O Museu do Futebol

O Museu do Futebol é um museu temático dedicado ao futebol. Foi construído no Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho (Pacaembu), na Praça Charles Miller e foi inaugurado em 29 de setembro de 2008<sup>2</sup>. O Museu é composto por três andares: o térreo, o primeiro pavimento e o segundo pavimento. Localizado abaixo das escadarias do estádio do Pacaembu, você entra no Museu pela esquerda e encontra um auditório, contendo alguns folhetos informativos, uma tela com os parceiros comerciais, como Banco Santander, CBF e Fundação Roberto Marinho e algumas televisões, estáticas e sem som, exibindo informações sobre outros esportes. Os dois aspectos mais interessantes desse setor é um espaço recreativo, simulando um futebol de cegos e um futebol com cadeira de rodas, patrocinado pela Caixa e a decoração de quase toda a parede com fotos, imagens, caricaturas e recortes de grandes momentos do futebol, como gols, ídolos, jogadas e jornais históricos. Essa seção chama-se “Grande Área”.

A próxima seção é a “Pé na Bola”, que consiste em um conjunto de televisões exibindo imagens de jogos amadores infantis. Em seguida há a seção “Anjos Barrocos”, onde o museu selecionou os melhores jogadores da história do futebol brasileiro. Além do texto escrito em um painel, as imagens dos jogadores são projetadas no ar, acima da cabeça dos visitantes. O ambiente é completamente escuro e as imagens são mutáveis, mudando de local e de jogador. Na seção “Gols”, o ambiente continua completamente escuro e há vários painéis interativos, que permitem ao visitante escolher o idioma, o narrador e o gol/jogada a ser narrado por uma lista de jornalistas e outras celebridades, que além de narrar o gol, contam os sentimentos que sentiram ao ver o gol do time do coração. A mesma lógica se aplica à seção “Rádio”, onde se seleciona narrações de locutores históricos do rádio brasileiro. Logo em seguida, há uma experiência tátil, que o visitante toca a arquibancada do Estádio do Pacaembu.

A seção seguinte é a “Exaltação”, que fica entre um hiato entre as partes construídas do Museu. Localiza-se bem embaixo das estruturas da arquibancada, sem ar condicionado ou construção e são projetadas imagens das maiores torcidas do Brasil, cantando suas

---

<sup>2</sup> Toda a descrição física do Museu do futebol foi realizada com base em visitas do autor dessa pesquisa ao local em 22 de abril de 2016, 15 de julho de 2017 e 16 de julho de 2017.

canções características. As torcidas escolhidas foram: ABC, América, Ponte Preta, Botafogo, Nautico, Atlético-MG, Atlético-PR, Coritiba, Cruzeiro, Vitória, Flamengo, Vasco, Remo, Grêmio, Guarani, Santa Cruz, Santos, Corinthians, Internacional, Fluminense, Fortaleza, Joinville, Paraná, Paysandu, São Paulo, Palmeiras e Sport. Depois vem a seção “Origens”, que possui 430 imagens que mostram o início do futebol no país. Os retratos são manejáveis (eles giram na parede) e ainda há um documentário sendo exibido explicando os primórdios aristocráticos do futebol brasileiro. Há ainda uma revista que serve como guia das imagens. A próxima seção é a dos “Heróis”, que traz uma seleção de personalidades brasileiras, de diversos segmentos sociais (músicos, jogadores, políticos e etc) contadas em forma de cinema, exibindo uma tela horizontal e bancos para se sentar. Os heróis escolhidos foram: Villa-Lobos, Carlos Drummond de Andrade, Mário de Andrade, Cândido Portinari, Domingos da Guia, Tarsila do Amaral, Leônidas da Silva, Getúlio Vargas, Nelson Rodrigues, Jorge Amado e Noel Rosa. Em seguida há o “Rito de Passagem”, que é uma sala escura e fechada, que separa seções do Museu, que faz menção à Copa de 1950. É um minifilme, com tempo de duração pré-determinado e número prévio de pessoas na sala já estipulado.

A próxima seção é a que serve como objeto dessa pesquisa. É a “Copa do Mundo”, que são um conjunto de mais de 400 fotos e 20 vídeos, separadas em vários televisores e “totens”, que contam, separadamente, a história de cada Copa do Mundo e todo o contexto histórico e cultural de cada época. Em seguida há uma exibição de todas as bolas utilizadas em copas do mundo e, logo depois, a seção “Garrincha e Pelé”. A próxima seção é a “Números e curiosidades”, que traz estatísticas do futebol, a descrição dos lances do jogo, os esquemas táticos e as regras do esporte. É uma seção composta por painéis escritos, sem imagem e som.

Em seguida, há a seção “Dança do Futebol”, que são três construções em formato de bola, que em seu interior contém uma televisão explicando todos os aspectos do tema proposto pela bola. São os temas: Drible, gols e jogadas, Canal 100 e Futebol Feminino.

O Museu do Futebol encerra-se com a seção “Jogo de corpo”, uma seleção de placas, trazendo diversos clubes brasileiros, com informações técnicas. Há também um espaço interativo com um chute eletrônico, que mede a velocidade do chute da pessoa, além

de fazê-la vencer um goleiro digitalizado. Termina o passeio uma loja especializada em artigos esportivos e uma seção que homenageia o Pacaembu, “Homenagem ao Pacaembu”.

Azevedo e Alfonsi (2010) tratam da dificuldade de musealizar algo tão dinâmico quanto o futebol.

Como um museu não oriundo de uma coleção específica ou de coleções, como originalmente foram conformados estes espaços, mas sim, de um tema e por isso aberto a inúmeras representações, o MF enfrenta, ainda, uma série de preconceitos para se solidificar como instituição museológica num cenário marcado por espaços distintos e tradicionalmente reconhecidos como tais. Sem dúvida, o tema gerador, o futebol (assunto menor?), e a utilização maciça de recursos tecnológicos contribuem para sua condição um tanto inclassificável no âmbito dos museus. Afinal, qual é o seu acervo? – questionam-se especialistas ao depararem-se com a reunião de conteúdos, expostos em diferentes suportes, tais como ampliações fotográficas, vídeos, projeções holográficas e sistemas de áudio. (AZEVEDO, ALFONSI, p. 279, 2010)

As autoras trazem em suas análises sobre o Museu do Futebol o fato de que o mesmo se diferencia de outros museus que possuem o futebol como objeto de preservação. Vários clubes particulares por todo o mundo possuem seus próprios museus. De acordo com Azevedo e Alfonsi (2010), no entanto, esses museus optam pela dimensão material do fenômeno, preservando a memória particular de um clube por meio de súmulas, documentos, troféus e outros itens materiais pertencentes a trajetória de uma equipe de futebol. O Museu do Futebol, por sua vez, se diferencia dessa proposta, pois abre mão da materialidade e investe nas experiências sensoriais. Retoma-se aqui a questão de Huysen (1996) e a espetacularização dos museus e a busca pela audiência. O Museu do Futebol, ao buscar a exposição espetacularizada, objetivando a manutenção de uma audiência sempre crescente, troca sua materialidade por público e mercado. Se depois de um tempo, por exemplo, algum objeto exposto no museu perder o interesse do público, ele rapidamente poderá ser modificado por algo que volte a atrair a audiência.

Ainda sobre a espetacularização dos museus, importante retomar o conceito de Debord (1997) sobre a sociedade do espetáculo. O espetáculo, ao mesmo tempo em que permeia a existência humana, também promove a alienação, pois o mesmo torna-se a essência da vida humana e, como é possível, engajamento em qualquer direção (política, social ou qualquer outra esfera social) se a essência das relações humanas se baseia mais

em parecer alguma coisa do que em ser de fato esta coisa. Nesse sentido, os museus contemporâneos espetacularizados, incluindo aí o Museu do Futebol, nessa época de superexposição midiática, internet em rede, telas de celulares vivenciando as experiências dos usuários, tornam-se parte da sociedade do espetáculo e mais, tornam-se espaços de reprodução dessas imagens criadas pelos usuários, que tentam mostrar à sociedade seus protótipos de si mesmos. Ir a um museu e postar uma foto em uma rede social, mostrando que estava no local, além de vivenciar a experiência por meio da tela do celular, também mostra uma pretensão do usuário de criar uma imagem de si para a sociedade, podendo ser, por exemplo, a de uma pessoa intelectualizada ou interessada, pelo simples fato de ir ao museu, mesmo que não absorva nada daquela experiência para a vida prática.

O Museu do futebol, segundo Azevedo e Alfonsi (2010), é o lugar onde é possível ao visitante marcar sua identidade e seu pertencimento, em uma interação público-acervo. Essa interação é própria da cultura de massa. Assim como destaca Huysen (1996) e Arantes (1991), os novos museus são feitos para a cultura de massa e nesse ponto que se encaixa o Museu do Futebol. A interação entre público e acervo é pensada para atender as demandas desse público-consumidor. Interagir com o acervo do Museu do Futebol, por exemplo, pode ser uma maneira de demarcar sua própria identidade, ao manusear a ficha do seu clube de coração e fechar a ficha de um clube rival, por exemplo. Ainda nessa linha de raciocínio e retomando o pensamento de Basbaum (2011), esses novos museus incorporam as novas tecnologias, utilizando-as para trazer novos públicos. A exposição do Museu do Futebol traz o que de mais moderno existe em termos tecnológicos. Há vídeo, sons, hologramas flutuantes, medidores de força no chute, enfim, vários aparelhos tecnológicos presentes com a finalidade de atrair a audiência interessada nesse tipo de interação.

O Museu do Futebol faz um recorte na história do futebol brasileiro, apresentando uma versão deste esporte no Museu. A seção “Copas do Mundo”, que é utilizada como objeto desta dissertação, de acordo com Azevedo e Alfonsi (2010), trabalha o futebol como uma manifestação cultural capaz de revelar a criatividade brasileira, ao mesmo tempo em que admite que outros aspectos do esporte poderiam ser retratados. Essa abordagem trazida pelas autoras vai ao encontro do pensamento de Freire (2003), que acredita que os museus estabelecem uma espécie de versão oficial da história da arte. O Museu, ao trabalhar com

um objeto tal como é o futebol, com sua dimensão cultural e social para o Brasil, precisa fazer recortes na história do esporte, para expor esses trechos selecionados na expografia do museu. Ao fazer essa seleção, acaba por criar uma versão, uma linha do tempo, que revela uma imagem de futebol brasileiro que não necessariamente seja a correta, haja vista os outros aspectos que deixaram de ser mencionados. Um exemplo é a seção “Anjos Barrocos”, que se propõe a enumerar os craques brasileiros na história do futebol, mas que, ao escolher determinados jogadores, acaba deixando de fora outros craques igualmente conhecidos do público que acompanha o esporte, tais como Edmundo e Afonsinho, por exemplo.

Passível de críticas, afinal, outros elementos poderiam ter sido destacados, outras questões colocadas (ou outra maneira de colocá-las) e outras histórias eleitas –, o que aqui parece importante destacar é o tratamento do futebol como fenômeno social amplo, que mobiliza, atravessa e costura diversas dimensões de nossa sociedade, bem como aciona ideais, sentimentos de pertencimento e identificações. Embora a narrativa da exposição suavize conflitos e contradições, o futebol, nela, não é tratado de maneira isolada do mundo que o rodeia e reduzido ao jogo ou a alguma outra de suas facetas. Esse, talvez, seja um dos grandes méritos da exposição: colocar o futebol como protagonista de um processo de identificação construído por diferentes agentes sociais. (AZEVEDO, ALFONSI. p. 282, 2010)

O referido museu, portanto, com base nos critérios estabelecidos anteriormente, cria uma narrativa oficial do futebol brasileiro, ao mesmo tempo em que suas exposições, baseadas em um acervo interativo e espetacular, miram contar essa narrativa para um público pertencente a cultura de massa, no conceito de cultura de massa trazido por Huyssen (1996).

## **Capítulo II: O futebol brasileiro: algumas considerações**

### **2.1 – Contexto histórico das relações entre futebol e política no Brasil:**

No Brasil, de acordo com Guterman (2009), o futebol surge quase que instantaneamente ligado às atividades políticas. A seleção brasileira, campeã sul-americana em 1919, contava apenas com jogadores cariocas e paulistas. No entanto, segundo Mendes e Rossi (2014) o racha das oligarquias que comandavam o país fez com que as autoridades pensassem em uma maneira de unir o país por meio do futebol, principalmente introduzindo elementos fora do Eixo Rio-São Paulo. Devido às dimensões continentais do país e ao precário sistema de transportes, seria impossível imaginar um torneio que congregasse as distantes regiões. A solução encontrada foi fazer um torneio de seleções estaduais, dividindo as seleções por regiões e com o campeão de cada região fazendo as finais em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Com o passar dos anos, o profissionalismo ganhou destaque e foi instituído quando Getúlio Vargas, em seu governo provisório, decretou que o futebol se tornava profissional. Vargas foi o primeiro presidente brasileiro a aproveitar o poder aglutinador do esporte. “O projeto getulista abrangia o esporte como central para a transformação do brasileiro e também para superação das diferenças políticas.” (GUTERMAN, p. 71, 2009). Vargas tomou medidas para estatizar o controle do esporte no país. Lutou pela implantação do profissionalismo e determinou que o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, que depois se tornaria o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), trabalhasse em cima da imagem dos atletas, a fim de estereotipar uma imagem de raça brasileira.

Getúlio Vargas também foi o primeiro presidente a começar a receber atletas em residência presidencial, para cumprimentá-los por vitórias em competições internacionais, hábito que seria mantido por todos os sucessores no cargo. De acordo com Guterman (2009), o ex-presidente teve três atuações marcantes: a intervenção na legislação esportiva em 1933, tornando jogadores amadores em profissionais e atraindo uma nova classe de trabalhadores, a nomeação de Lourival Fontes para chefe da delegação na Copa do Mundo de 1934 e a preparação para a Copa do Mundo de 1938.

No período seguinte, João Havelange assumiu o poder da Confederação Brasileira de Desportos (CBD), atual Confederação Brasileira de Futebol (CBF). A partir da ascensão de Jean-Marie Faustin Goedefroid de Havelange (conhecido como João Havelange), à presidência da CBD, em 1956, o futebol passou a ser utilizado com muito mais frequência como plataforma política, de acordo com Jennings (2011, 2014), com a seleção brasileira sendo obrigada a realizar amistosos pelo mundo, em lugares de pouca tradição esportiva, como o Oriente Médio, a fim de agradar companheiros do presidente da Confederação Brasileira de Desportos. Porém, foi com o advento do regime militar que essa relação se estendeu para o esporte em sua totalidade.

Em 1964, os militares deram um golpe de estado e tomaram o poder. Começava a ditadura militar, que comandaria o Brasil até 1985. Para melhorar a imagem do regime, os militares brasileiros apostaram no futebol como plataforma de propaganda institucional. A utilização do futebol, de acordo com França (2014), começou com o General Artur da Costa e Silva, que sucedeu Castello Branco no poder. Foi seu o primeiro contato com João Havelange, no intuito de trabalharem na preparação da seleção brasileira para a copa de 1970.

Ciente das pressões que estava sofrendo, o presidente Costa e Silva definiu que o futebol seria uma boa forma de acalmar os ânimos da população e convocou uma reunião com o então presidente da Confederação Brasileira de Desportos (CBD - atual CBF), João Havelange, e com o vice, Paulo Machado de Carvalho. Nessa reunião, Artur da Costa e Silva afirmou que ‘o Brasil não pode perder este campeonato. Temos de dar um jeito de qualquer forma [...]. Em 1970 o Brasil estará disputando essa taça do mundo. Como presidente, gostaria que o povo brasileiro, ainda na minha gestão, festejasse a conquista’ como ficou registrado na edição de 4 de dezembro de 1968 de A Gazeta Esportiva. (FRANÇA, 2014)

Depois que Emilio Garrastazu Médici assumiu o governo militar, em 1969, o esporte passou a sofrer ingerência direta do Presidente da república. Os casos mais famosos foram a demissão de João Saldanha, técnico da seleção e crítico do regime militar, e a convocação de Dario para a seleção que disputaria a Copa do Mundo de 1970, no México. “Num desabafo, uma tia de Dario afirmou: ‘Ninguém queria o Dario na seleção. Se não fosse o presidente Médici pedir, ele nem seria convocado. Foi o presidente quem o ajudou.’” (GUTERMAN, p. 171, 2009). Contudo, o aspecto mais importante de toda a utilização política do esporte foi a formalização da integração nacional do país pela via do



futebol. O projeto iniciado anos atrás com Getúlio Vargas foi ampliado, agora com ajuda de novas tecnologias. A Loteria Esportiva foi criada e, no mesmo ano, um campeonato nacional de clube também saiu do papel. Em 1971 era oficializado o Campeonato Brasileiro de Futebol, com 20 clubes. Ano após ano, as vagas foram aumentando para atender as demandas de outros estados, até que em 1979, 94 times disputaram o torneio nacional. O governo federal usava o Campeonato Brasileiro como forma de agradar regiões distintas do país, a fim de se manter no poder: “Em 1979, o Brasileirão atingiu seu pico, com 94 times. Era a época do bordão: “Onde a Arena vai mal, um time no nacional.” (GUTERMAN, p. 181, 2009).

Além do regime militar, de acordo com Jennings (2011), o futebol brasileiro era politicamente utilizado por seu gestor, João Havelange, em sua trajetória para chegar à presidência da Federação Internacional de Futebol Associados (FIFA). O presidente da CBD iniciou, em 1966, um trabalho de bastidores para conseguir se eleger presidente da FIFA. Então bicampeão mundial com a seleção brasileira, ele começou a levar a seleção brasileira para diversas áreas desconhecidas do mundo do futebol, mas que votavam igualmente ao Brasil nas eleições da entidade que governa o futebol mundial. Frustrado pelo fracasso da seleção na Copa de 1966, Havelange novamente se animou após a conquista da Copa do mundo de 1970 e partiu em busca de votos mundo afora, utilizando a seleção brasileira como moeda de troca.

Muitos dos dirigentes que agora desembarcavam para se hospedar no Steigenberger tinham conhecido Havelange e gostado dele. Ele tinha levado a Seleção Brasileira campeã da Copa do Mundo para jogar em países “amigos” e, em gesto calculadamente atencioso, deixara todo o dinheiro arrecado pelos jogos nas mãos de seus agradecidos anfitriões. (JENNINGS, p. 22, 2011)

O trabalho feito por Havelange funcionou e em 1974 ele foi eleito presidente da FIFA, cargo que ocupou até 1998.

Em 1989, Ricardo Terra Teixeira, genro de João Havelange, se elegeu Presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), sucessora da CBD. Após assumir o cargo, Teixeira utilizou politicamente os campeonatos e torneio nacionais em duas ocasiões. A primeira foi logo ao iniciar seu mandato, de acordo com Mendes e Rossi (2014), ao criar a Copa do Brasil. A segunda vez foi em 2003, quando, segundo Mendes e Rossi (2014),

Teixeira deu um golpe nas ligas de clubes e não homologou os torneios organizados pelas mesmas. No lugar desses campeonatos, criou o Campeonato Brasileiro de pontos corridos, que ocupa oito meses do calendário esportivo. Ao longo dos anos 90, Ricardo Teixeira utilizou dinheiro proveniente do futebol para costurar acordos e apoios políticos.

A CBF passou a financiar campanhas para prefeito, governador, deputado e senador por intermédio das federações. Ricardo Teixeira autorizava doações às entidades estaduais que repassavam o dinheiro aos candidatos. Um fluxo habitual, que crescia consideravelmente em períodos eleitorais. No último quadrimestre de 1998, ano de eleições estaduais e presidenciais, as remessas da CBF para as federações beiravam os 500 mil reais mensais, contra 300 mil reais no restante do ano. Lógica repetida em 2000, ano de eleições municipais. (MENDES, ROSSI. p. 144, 2014)

Esse comportamento da CBF fez com que entre 2000 e 2001, fosse instaurada no Senado uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), a respeito das relações de Ricardo Teixeira com as federações e clubes e na Câmara, uma CPI para investigar os contratos existentes entre a empresa fabricante de materiais esportivos, Nike, e a CBF. De acordo com Jennings (2014), a CPI do Senado, cujo presidente foi Álvaro Dias-PSDB, produziu um relatório de 951 páginas incriminando Ricardo Teixeira. Porém, o mesmo não sofreu sanções graças à chamada “bancada da bola”, grupo de políticos aliados à CBF no congresso nacional. “Consagrada em 2001, quando o então deputado e presidente do Vasco, Eurico Miranda, liderava o grupo, a bancada da bola tornou-se conhecida pela troca de favores entre clubes, CBF e objetivos de alguns parlamentares.” (CRUZ, 2014).

As relações políticas do futebol também se entrelaçavam com os negócios envolvendo a Rede Globo de Televisão, detentora dos direitos de transmissão do esporte no Brasil. Assim como João Havelange, a Rede Globo, de acordo com Azenha et al (2014), envolveu-se em negociações com a Fifa, em busca dos direitos de transmissão da Copa do Mundo de Futebol. A Rede Globo envolveu-se em transações financeiras por meio da empresa ISL, que era a responsável por negociar os direitos de transmissão da Copa do Mundo. Foi descoberto que, em 1998, a emissora participou de irregularidades nos contratos dos direitos das Copas de 2002 e 2006.

Os rapazes de Weber, obviamente, arregaçaram as mangas e saíram pelo mundo vendendo os direitos da ISL. Em julho de 1998, a empresa negociou uma fatia dos direitos para a brasileira Rede Globo de Televisão, que pagou uma entrada de 60 milhões de dólares. Até, nada esquisito. Acontece que um saco de 22 milhões de dólares desse dinheiro

supostamente deveria seguir direto para a Fifa, mas não foi o que aconteceu. O adiantamento pago pela Globo parou em Weber. [...] Mas nos adiantamos. Agora ainda estamos em 2002 e a Fifa está ficando nervosa com o dinheiro da Globo. (JENNINGS, p. 142-145, 2011).

No que diz respeito à CBF, o relacionamento entre entidade responsável por cuidar do futebol brasileiro e a emissora já passou por momentos de apoio e de ataques de ambos os lados. A Rede Globo faz a cobertura da seleção brasileira com exclusividade desde 1982. Em 2006 e 2010, a Globo foi a única emissora a entrevistar o então presidente da CBF, Ricardo Teixeira, depois da seleção ser eliminada nas duas Copas do Mundo.

Os negócios de Teixeira passam por seus laços com a TV Globo, herdados das relações históricas entre a emissora do Jardim Botânico e Havelange. Globo e Teixeira eram parceiros nas negociações dos direitos de TV dos principais torneios de futebol do País. Mas a parceria foi arranhada uma única vez, há 13 anos, quando a TV, de forma surpreendente, resolveu investigar a fundo as negociatas do dono da bola do futebol brasileiro. A relação esfriou. E houve retaliações. (AZENHA, et al. p. 288, 2014)

Em 2012, após uma série de denúncias de corrupção, Ricardo Teixeira renunciou à presidência da CBF e em seu lugar assumiu José Maria Marin, que por sua vez, possuía forte relação com a história política brasileira. Seu discurso contra Vladimir Herzog, enquanto era deputado pela Arena (Aliança Renovadora Nacional), partido que dava sustentação política ao regime militar, é considerado, de acordo com Jennings (2014), como um dos motivos para a morte do jornalista da TV Cultura. Em 2015, em operação realizada pelo Federal Bureau of Investigation (FBI), Marin foi preso e condenado à prisão domiciliar nos Estados Unidos, após fazer um acordo para pagar 15 milhões<sup>3</sup> de dólares como fiança à justiça americana.

Tanto João Havelange, quanto Ricardo Teixeira utilizaram seus cargos de executivos do futebol para enriquecer e ganhar força política. No entanto, apenas Ricardo Teixeira teve problemas com outras organizações, como Senado, Justiça Federal e TV Globo. Um dos motivos que pode ser levantado é a própria questão da midiáticação, que será trabalhada no capítulo seguinte. De acordo com Hjarvard (2014) a midiáticação é um produto da alta modernidade, mais precisamente a partir dos anos 1990. Apenas adiantando as discussões que seguirão nos capítulos posteriores, nesse cenário midiaticado, todas as

---

<sup>3</sup> Disponível em: [http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/jose-maria-marin-paga-us-15-milhoes-e-fica-em-prisao-domiciliar-nos-eua\\_29325.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/jose-maria-marin-paga-us-15-milhoes-e-fica-em-prisao-domiciliar-nos-eua_29325.html).

instituições operam sob a lógica midiática e as informações circulam com muito mais velocidade e em maior volume. Ricardo Teixeira assumiu o cargo de presidente da CBF em 1989 e ocupou o mesmo até 2012. Conviveu com o auge do futebol midiático, tanto brasileiro, quanto mundial. Nessas circunstâncias, todas suas ações no esporte dependiam da lógica midiática e as informações estavam disponíveis a todos, sendo muito mais difícil fazer e manter os acordos com as organizações da maneira que João Havelange fazia até 1998. O mesmo vale para José Maria Marin, que assumiu a CBF em 2012 e em 2015 já foi preso.

## Capítulo III: Mídia e Mídia

### 3.1 – Mídia e mídia

A palavra mídia possui origem no termo latino “media”, plural de “medium”, que significa meio. No entanto, o vocábulo, como hoje é designado, no sentido de meios de comunicação de massa, trata-se de uma redução de *mass media*, expressão norte-americana, criada na década de 1920, no ambiente publicitário dos Estados Unidos daquela época.

Os meios de comunicação de massa, ou simplesmente meios de comunicação são entendidos como os instrumentos pelos quais se realiza a comunicação. Mattelart (2005) apresenta Lasswell como primeiro autor a conceituar o funcionamento da mídia. De acordo com Lasswell (1948) *apud* Mattelart (2005), o processo de comunicação cumpre três funções na sociedade: vigiar o meio, delatando possíveis fatores que pudessem influenciar o *status quo*; estabelecer relações entre os componentes da sociedade e transmitir herança social. Segundo este autor, a mensagem pela mídia, chega a todos da mesma forma e produz os mesmos efeitos. Desta maneira, a mídia configura-se tão somente como um meio, um canal para a transmissão da mensagem entre emissor e receptor.

Esta dissertação adota a Teoria da Mídia proposta por Stig Hjarvard (2014) para as futuras discussões que se estabelecerão ao longo do texto. Na obra deste autor, “A mídia e a cultura e a sociedade”, Hjarvard (2014) apresenta um novo entendimento sobre como interpretar o papel da mídia na sociedade contemporânea. Ele considera que a mídia não pode mais ser entendida apenas como um meio para transmissão de mensagens ou interações, mas sim uma instituição social, que influencia e é influenciada por todas as outras instituições com as quais ela se relaciona. Um exemplo ilustrativo dessa colocação é entender os meios de comunicação como parte integrante e semi-independente de várias outras instituições sociais, ao invés de um veículo utilizado como instrumento para propagar interesses particulares de algum grupo econômico.

Tradicionalmente, os estudos de mídia e comunicação tendiam a investigar a influência midiática, analisando o processo de comunicação propriamente dito. A mídia era concebida como um instituto dissociado da cultura e da sociedade, ora como algo que exercia influência sobre ambas, ora como um instrumento que podia ser utilizado por indivíduos ou organizações para servir a propósitos e fins variados. (HJARVARD, p. 14, 2014)

Desta maneira, Hjarvard (2014) difere de McLuhan (1996) logo em sua premissa básica. McLuhan (1996) concebe uma visão da mídia como extensões do corpo humano, dos sentidos humanos. Assim, quanto mais sentidos acessar, maior será a influência e poder da mídia. No entanto, diferentemente de Hjarvard (2014), McLuhan (1996) traz para o centro da discussão a questão do meio como transmissor de mensagens, ao dizer que “o meio é a mensagem” (MCLUHAN, p. 21, 1996). De acordo com o autor, a forma como a mensagem é transmitida é tão importante quanto a mensagem em si, pois sem o meio seria impossível transmitir a mensagem, ao mesmo tempo em que a própria escolha do meio já determina como será a mensagem, pois cada meio em si provoca efeitos peculiares na percepção humana. Um exemplo seria as diferentes maneiras de se produzir a mesma mensagem em plataformas diferentes. Um comercial de determinado produto possui uma lógica de exposição diferente quando comercializado na televisão e no rádio ou jornal, por exemplo. No entanto, para as discussões que seguem nessa pesquisa, as propostas de McLuhan (1996) não se encaixam, pois o autor foca a maior parte de seus estudos na comunicação realizada por um único meio em específico, no caso, a televisão.

Voltando à Teoria da Mídia proposta por Hjarvard (2014), esta parte do seguinte princípio: A cultura e a sociedade contemporâneas estão completamente permeadas pela mídia. Essa ligação entre mídia, sociedade e cultura está tão fortalecida, que já não é mais possível conceber a mídia como algo autônomo, da mesma maneira como já não é mais possível conceber as instituições separadas da lógica midiática. Não se pode mais pensar em promover quaisquer atividades culturais sem considerar a lógica midiática em que vai se concretizar essas atividades. Uma ida ao museu, por exemplo, envolve situações que vão desde a propaganda da exposição quanto comprar itens na loja do museu, em um processo que é inevitável, haja vista a própria dinâmica midiática adotada pelos museus modernos. Nessa nova proposta de comportamento midiático, o autor busca a substituição do termo “mediação” pelo termo “mídiação”.

Se o estudo da mediação atenta para casos específicos de comunicação situados no tempo e espaço (por exemplo, a comunicação política feita em blogs durante uma campanha presidencial), os estudos de mídiação ocupam-se das mudanças estruturais de longo prazo relativas ao papel da mídia na cultura e na sociedade, em que os meios de comunicação adquirem maior autoridade para definir a realidade e os padrões de interação social. (HJARVARD, p. 15, 2014)

Diversos autores discordam de Hjarvard (2014) nessa questão da substituição do termo “mediação” por “mídiatização”. Para Thompson (1998) a principal consequência da atuação da mídia na modernidade é justamente a chamada comunicação mediada, ou seja, a possibilidade de atuar e agir com outro indivíduo que toma conhecimento dessas ações por meio de representações (imagens). Steffen (2013) traz uma concepção de mídia como mediação social. Para o autor, a mídia, na sociedade contemporânea, é a responsável por circular os fazeres sociais, articulando produção, transmissão e recepção de mensagens. Os meios de comunicação surgem como instância central do processo de mediação, interação e visibilidade de outros campos sociais. Steffen (2013) se aproxima da Teoria da Mídiatização de Hjarvard (2014), ao encarar a mídia como um sujeito, que expõe e faz ser exposto e também ao reconhecer os meios de comunicação como agentes que alteram as interações nos diferentes campos sociais. No entanto, ele se afasta da teoria de Hjarvard (2014) por entender que a “mediação” ainda subsiste como o processo de comunicação que estabelece o contato entre os atores sociais dos diferentes campos sociais. Para exemplificar essa questão, pode-se compreender que tanto para Thompson (1998), quanto para Steffen (2013), o processo de comunicação ainda exige a mediação dos meios de comunicação, pois o receptor depende do “auxílio” dos meios de comunicação para poder captar ou entender alguma mensagem emitida pelo emissor. Um exemplo bem trivial é considerar que alguma região que não tenha tecnologia para promover comunicação em rede, dependa da veiculação de notícias em rádio para se informar sobre o que acontece no mundo. A teoria de Steffen (2013), apesar de possuir semelhanças com a Hjarvard (2014), não pode ser utilizada nessa pesquisa, pois o autor acredita que esses campos sociais ainda possuem alguns elementos que se mantêm independentes da lógica midiática.

Os meios de comunicação não são apenas tecnologias que indivíduos podem utilizar ou não, conforme julguem ser conveniente. A presença desses meios tornou-se uma condição estrutural das práticas sociais e culturais cotidianas. Essa condição acontece porque a mídia se torna parte integrante (Hjarvard, 2014) do funcionamento de outras instituições. A troca do conceito mediação por mídiatização se dá porque o primeiro tem seu foco limitado ao processo de comunicação e desconsidera as mudanças estruturais de longo prazo trazidas pela penetração midiática na sociedade.

De acordo com Hjarvard (2014) processo de midiatização é um processo próprio da alta modernidade, mais particularmente a partir dos anos 1990, pois acompanha o desenvolvimento digital propiciado pelo advento e constante evolução da internet. Não é um processo universal e presente em todas as sociedades, pois, em que pese à globalização e o fim de barreiras físicas na compreensão do mundo, ainda existem sociedades em desacordo com o progresso tecnológico, seja por opção ou falta de recursos. De acordo com Hjarvard (2014), é um processo paralelo à globalização, a urbanização e a individualização, potencializado pelas novas mídias digitais e sociais. “Por midiatização da cultura e da sociedade entende-se o processo pelo qual ambas as esferas tornam-se mais dependentes da mídia e de sua lógica” (HJARVARD, p. 36, 2014). Verón (2014) discorda de Hjarvard (2014), ao afirmar que o processo de midiatização da cultura e sociedade não é um processo do final do século XX e início do século XXI. Verón (2014) propõe uma perspectiva de longa duração, afirmando que os fenômenos midiáticos são uma característica universal de todas as sociedade humanas, desde a produção de ferramentas de pedra. Para o autor, a exteriorização dos processos mentais humanos já constitui um processo de midiatização e que o advento da globalização e da internet não criou uma nova midiatização, apenas trouxe uma maior aceleração do tempo histórico, fazendo com que processos humanos ocorram de maneira mais rápida. O advento da internet, por exemplo, não criou o processo de midiatização, como defende Hjarvard (2014), mas apenas acelerou o processo de comunicação humana, tornou a comunicação instantânea. Os conceitos de Verón (2014) trabalham a midiatização sob um olhar histórico e antropológico, mas não serão utilizados nessa pesquisa, pois ao propor uma concepção de midiatização histórica, o autor exclui, em cada período histórico, um meio de comunicação que ainda não havia sido criado por meio da falta de tecnologia no período em questão. O autor também desconsidera, ou ao menos pouco faz referência, ao papel das mídias sociais na midiatização da cultura e sociedade hoje em dia, diferentemente do que é proposto por Hjarvard (2014).

O processo de midiatização citado anteriormente por Hjarvard (2014) é caracterizado por uma dualidade. Os meios de comunicação passam a fazer parte das instituições, ao mesmo tempo em que são modificados por elas. Como resultado, as interações sociais dentro dessas instituições e entre as instituições realiza-se por meio da mídia. O termo “lógica midiática” descreve o modo de operar característico da mídia, que



torna as instituições dependentes de seu funcionamento para propor suas ações. Em concordância com o autor, Fausto Neto (2008) acredita na existência de uma “cultura da mídia”, na qual a mídia deixa de ser mediadora para ser organizadora de sentido. O autor afirma que o funcionamento da sociedade se entrelaça com a cultura da mídia e os indivíduos, ao produzirem qualquer coisa, pensam no fenômeno midiático dessa produção e não na produção em si. Um exemplo é quando se promove algum evento pensando mais na repercussão desse evento do que na produção do evento em si. Nada mais é produzido para ser visto apenas por seu criador, mas sim para atingir algum tipo de público, que pode tanto ser geral, quanto restrito. Nesta pesquisa, a “cultura da mídia”, assim determinada por Fausto Neto (2008) será considerada dentro do conceito de “lógica midiática”, descrevendo o modo de funcionamento midiático.

A Teoria da midiática não é um conceito normativo, nem busca fazer juízo de valor do papel da mídia na sociedade contemporânea. Ela apenas constata sua existência.

De fato, existe uma tendência geral, tanto na pesquisa quanto no debate público, a pressupor que a dependência dos meios de comunicação por parte das instituições seja essencialmente problemática. Mas pressupor, a priori que a midiática seja um processo negativo, constitui, até certo ponto, um problema. Um juízo tão normativo pode gerar uma narrativa geral de declínio, a influência da mídia gerando sinônimo de deterioração da esfera pública e desintegração da sociedade civil. (HJARVARD, p. 39, 2014)

Dentro do processo de midiática, ocorrem duas formas, uma direta e uma indireta, de midiática. A direta trata de uma atividade que antes não era mediada e depois passa a ser, como, por exemplo, um jogo de xadrez, que antigamente era praticado por duas pessoas presencialmente e hoje pode ser jogado no computador. A indireta ocorre quando uma atividade passa a ser cada vez mais modificada, em forma, conteúdo e organização pelos símbolos e mecanismos midiáticos e é possível citar como exemplo a propaganda atrelada a atividade, no caso de restaurantes como McDonald's e Burger King, espaços que já não são apenas restaurantes, mas sim experiências com imagens, sons e bonecos colecionáveis de filmes *blockbusters*. As formas diretas e indiretas constantemente atuam combinadas. “A midiática direta torna visível o modo como uma dada atividade social é substituída, isto é, transformada de atividade não mediada em mediada”. (HJARVARD, p. 42, 2014)

De acordo com Hjarvard (2014), a midiaticização não é apenas resultado das transformações internas dos meios de comunicação, mas também um produto complexo das mudanças tecnológicas, políticas e econômicas. Os anos 1980 marcaram o início de uma série de transformações estruturais no setor de comunicação. No cenário europeu, o fim do monopólio dos serviços públicos de rádio e televisão, aliado à expansão dos serviços de transmissão por satélite e cabo, criou um ambiente competitivo e comercial nesse setor. Na década seguinte, ocorreu a desregulamentação do setor de telecomunicações e o surgimento de telefonia móvel e internet. Esses fatos, somados a uma onda neoliberal permitiram o surgimento da sociedade midiaticizada<sup>4</sup>.

Hjarvard (2014) determina que as maneiras pelas quais a midiaticização modifica a cultura e a sociedade chamam-se *Affordances*. São intervenções feitas pelos meios de comunicação sobre interações feitas por indivíduos dentro de uma instituição e entre as instituições. O autor retirou o termo *Affordances* dos estudos do psicólogo James Gibson (1979) e aplicou aos estudos sobre mídia e meios de comunicação. Esse termo designa as possibilidades de uso de qualquer coisa. Uma árvore, por exemplo, pode significar comida para um animal e sombra para outro. Essas possibilidades, dentro de cada contexto, moldam as relações entre indivíduo e objeto. “[...] um conjunto de *Affordances* facilitam, limitam e estruturam a comunicação e a ação” (HJARVARD, p. 53, 2014). Um exemplo prático de alterações de interações dentro de uma instituição é a comunicação feita dentro de uma família com os celulares e um exemplo de alteração da interação entre as instituições é o trabalho em casa, propiciado pela internet.

Thompson (1998), por sua vez, também faz uma análise de como a mídia modificou a interação entre os indivíduos e qual o papel da mídia na formação das sociedades modernas. O autor distingue três formas de interação: a face a face (que seria a forma tradicional dos indivíduos de se interagirem), a mediada (ou seja, as pessoas conseguem se comunicar por um meio de comunicação, por exemplo, o telefone) e a quase mediada (os indivíduos apenas recebem as informações dos meios de comunicação de massa como livros, televisão e rádio, não tendo como interagir). A teoria desenvolvida pelo autor apresenta novos conceitos para a discussão a respeito da atuação da mídia, como a conexão

---

<sup>4</sup> HJARVARD, p. 49, 2014

entre visibilidade e publicidade e a diferença entre a percepção de um fato e sua publicação posterior. Um indivíduo que toma conhecimento de certo acontecimento no momento em que o mesmo ocorre, possui uma percepção diferente dessa determinada realidade do que outro indivíduo que toma conhecimento do mesmo acontecimento, porém por meio de algum meio de comunicação. A conexão entre visibilidade e publicidade faz outra conexão com a relação de poder social. Ter visibilidade em um mundo permeado por imagens midiáticas faz com que se torne provável angariar força e poder político. A publicidade da própria imagem e das próprias ações traz responsabilidades e cuidados em relação a imagem pessoal. Essa questão tem aplicação na prática do fazer política, que será trabalhado no decorrer deste capítulo.

Já Hjarvard (2014) afirma que as interações são alteradas pelos meios de comunicação em três possibilidades. A primeira é que se torna mais fácil para os indivíduos atuarem em várias “frentes” de maneira simultânea. Além das interações a longa distância, um indivíduo pode, ao mesmo tempo, assistir televisão, conversar com amigos por meio de redes sociais e fazer transações bancárias, tudo em um mesmo espaço. A segunda é que os participantes podem otimizar a interação social em benefício próprio. Os meios de comunicação aliviam o peso das relações sociais do ator e permite maior controle sobre a troca de informações. Por fim, a terceira possibilidade são as relações mútuas entre os participantes, as transformações nas relações e as normas que prevalecem na interação. Quando as interações sociais acontecem por meio dos veículos de comunicação leva a mudanças comportamentais, que teriam outros significados caso fossem realizadas na interação face a face. Uma “fofoca” em rede social, por exemplo, é mais bem aceitável do que se feita na presença da pessoa.

Por fim, para compreender o conceito de mediação da sociedade, Hjarvard (2014) faz uma separação necessária para prosseguir com os estudos nessa área. Há uma separação entre mídia e jornalismo. O autor classifica como institutos diferentes, mas que utilizam as mesmas plataformas, a mídia jornalística e os meios de comunicação não jornalísticos. A mídia jornalística é um componente dos meios de comunicação, no entanto, por vezes, estes dois institutos não operam em sintonia. Os meios de comunicação seguem a própria lógica midiática, fortemente influenciada pelo mercado e pela exposição. A mídia

jornalística, por sua vez segue critérios para expor alguém ou um fato (os chamados valores-notícia<sup>5</sup>) que, às vezes, pode não seguir a própria lógica midiática. Luhmann (2005) também afirma haver diferenças entre funcionamento dos meios de comunicação e do jornalismo. Para o autor, os meios de comunicação são autônomos dentro da própria seletividade e os critérios para informar são diferentes dentro dos próprios meios de comunicação. Notícias e reportagens precisam da linguagem jornalística, enquanto a publicidade se encarrega de assumir demandas geradas pelo consumo e pelo mercado. No entanto, o desprezo de Luhmann por algumas maneiras de comunicação, como a própria publicidade, por exemplo, faz com que a teoria de Hjarvard (2014) seja a mais indicada para essa pesquisa.

Um exemplo, apenas para ilustrar de maneira prática os conceitos até aqui debatidos, da Teoria da Miatização de Hjarvard (2014) aplicada a um campo social, modificando suas interações por influência dos meios de comunicação, é a questão da miatização da política. Thompson (1998) trabalha a relação entre a visibilidade propiciada pelos veículos de comunicação e o poder político. Para o autor, os meios de comunicação, ao aumentar a exposição dos atores políticos, obrigam os mesmos a cuidarem da própria imagem pública, pois a mídia possui a capacidade de alterar a percepção da informação. Um político que saiba utilizar os meios de comunicação consegue discursar para um número maior de possíveis eleitores e, na atualidade, a visibilidade midiática é um aspecto inevitável para o político moderno, assim como é preponderante para uma boa aprovação pública de qualquer governo.

Ao tratar da política miatizada na sociedade contemporânea, Hjarvard (2014) entende como correta a análise inicial de Thompson (1998), no entanto busca aprofundar a discussão, por entender que a análise do já citado autor trabalha apenas a influência que a mídia exerce sobre a figura do ator político. Na política miatizada, além da influência sobre o político, também há uma influência do político no meio de comunicação e uma

---

<sup>5</sup> Valor-notícia é um valor subjetivo que determina a importância que um fato ou acontecimento tem para ser noticiado. Por este motivo é também designado de critério de noticiabilidade. Os principais são: Amplitude, frequência, negatividade, caráter inesperado, atualidade, relevância, proximidade geográfica e notoriedade. (AGUIAR, 2007)

completa correlação entre mídia e a instituição política em si, relação está em que ambos alteram suas interações.

Neste capítulo, entende-se por midiatização da política, nas palavras de Hjarvard (2014): “Por midiatização da política, entendemos o processo pelo qual a instituição política gradualmente se torna dependente das instâncias midiáticas e de sua lógica” (HJARVARD, p. 76, 2014). Esse processo é bilateral. Ao mesmo tempo em que a mídia passa estar integrada às práticas políticas cotidianas, ela também acaba por desempenhar uma comunicação interna e externa para os atores políticos. Ao utilizar coletivas de imprensa<sup>6</sup>, por exemplo, os meios de comunicação passam a atender uma finalidade política ao mesmo tempo em que obriga os atores políticos a seguirem a lógica de produção midiática.

Os meios de comunicação, em sua trajetória, conseguiram adquirir a atenção coletiva dos indivíduos. Como consequência, tornaram-se vitais para a organização de agendas políticas e na formação de aprovação popular para qualquer governo democrático e com livre acesso a informação. Grupos de interesse que visam controlar esse instrumento de trabalho precisam se adaptar à lógica midiática. Na prática, os políticos passam a ter que considerar, dentro de suas campanhas, os critérios de noticiabilidade, para que possam conseguir espaço midiático, principalmente no Brasil, onde o regime é pluripartidário e a concorrência política é alta.

Há quatro fases da midiatização da política, segundo Hjarvard (2014). A primeira ainda faz menção a política mediada, que consiste em ter nos meios de comunicação o suporte necessário para conseguir as informações acerca do mundo político. Na segunda fase, os jornalistas tornam-se mais autônomos e começam a selecionar as notícias políticas de acordo com os próprios critérios. Na terceira fase, começa a midiatização, de fato, da política.

Esse processo continua na terceira fase, mas aqui as instituições políticas começam a adaptar-se às demandas dos veículos noticiosos,

---

<sup>6</sup> Prática do jornalismo e da assessoria de imprensa. Consiste em entrevista, com diversos veículos de comunicação, pré-agendada e com hora marcada. Cada repórter tem direito a uma pergunta e a entrevista tem tempo certo de duração. É uma modalidade de entrevista bastante utilizada por autoridades, órgãos públicos e na área esportiva.

comunicando, por exemplo, suas ações e decisões políticas de acordo com os critérios de divulgação de notícias ou prazos jornalísticos. Como resultado, o conteúdo das notícias políticas passa a ser regido mais pela lógica da mídia do que pela lógica da política. (HJARVARD, p. 79, 2014)

Na quarta e última fase, a instituição política e mídia unem-se quase que por completo e seguem alterando suas interações de maneira constante. O autor faz uma análise das relações entre política e a mídia jornalística, mas essa análise acaba por se manter no contexto de países nórdicos, cujo sistema político em muito difere do Brasil. Mas, para esta dissertação, cabe uma parte dessa análise, que consiste na criação de uma “indústria de opinião política”, tida como um dos resultados da midiaticização da política. Hjarvard (2014) defende que a mídia estabelece uma indústria de opinião que se institucionalizou como um traço permanente da política moderna. Essa indústria de opinião não se limita a refletir a política, mas sim participa ativamente de sua produção, por ser a maior responsável pela criação da opinião pública. Essa indústria, representada pelos meios de comunicação, apesar de voltada ao domínio da política, é regida por uma lógica externa à instituição política. É regida pela lógica midiática.

Na sociedade contemporânea, com o advento das mídias sociais, a midiaticização da política transformou o jornalista que antes era o *gatekeeper*<sup>7</sup> em *gatewatcher*<sup>8</sup>. Nessa nova dinâmica, na qual todos são produtores de conteúdo no mundo hiperconectado, o papel do agente midiático não é mais escolher o que é notícia, mas sim selecionar qual notícia é mais importante ou redistribuir e qualificar as informações que circulam em rede. As mídias orientadas por usuários (*YouTube, Facebook*, entre outras) não seguem a mesma lógica ou mesmos critérios das mídias jornalísticas tradicionais. Por isso, com o advento dessas mídias, a lógica midiática altera as interações da lógica da mídia jornalística, ainda que ambas coexistam dentro de um mesmo sistema.

Essa Teoria da Midiaticização de Hjarvard (2014) exposta neste capítulo serviu de base teórica para propor as relações que foram estabelecidas no subcapítulo seguinte, no qual se relacionou o futebol brasileiro aos seus aspectos midiáticos, marcando seu

---

<sup>7</sup> Gatekeeper é um conceito jornalístico para edição. Gatekeeper é aquele que define o que será noticiado de acordo como valor-notícia, linha editorial e outros critérios. (Hjarvard, 2014)

<sup>8</sup> Traduzindo: é um conceito de “vigia” da informação. É uma figura recém-criada dentro da comunicação. É uma tendência que diz que o papel do jornalista é fornecer interpretações sobre notícias, ao invés das notícias em si. (HJARVARD, p. 102, 2014)

comportamento tanto no entendimento social do esporte, quanto em suas representações que serão estudadas.

### 3.2 - Mídiação do futebol

Ao final deste subcapítulo, pretende-se propor uma visão de futebol brasileiro midiático, utilizando os conceitos de mídiação propostos por Hjarvard (2014) e descritos no subcapítulo anterior.

Santos (2011) diz que estudar o futebol como tema por si só se configura como uma tarefa complicada, pela falta de referências e estudos no meio acadêmico. O autor apresenta uma perspectiva de mídiação do futebol considerando os ensinamentos de Adorno e Horkheimer, na linha da Escola de Frankfurt. Nessa perspectiva, o futebol, segundo Santos (2011) seria tomado pela Indústria Cultural como um produto a ser massificado e reproduzido em escala global. O futebol, então, seria adaptado e produzido de acordo com os interesses dos meios de comunicação de massa. Segundo Santos (2011), o maior exemplo da mídiação do futebol, nessa perspectiva, seria a necessidade do jogador de futebol se manter em evidência, por meio da presença constante nos meios de comunicação.

Estrelas mundiais como David Beckham já não dissociam o jogador de futebol, atualmente no Los Angeles Galaxy dos Estados Unidos, da personalidade de sucesso. Mesmo jogadores novos, como o santista Neymar, de 19 anos, já possuem sua imagem ligada à fama e servem como modelo para milhões de crianças que começam no esporte, algo um tanto auxiliado pelas aparições desses jogadores em propagandas de TV como modelos, opinando sobre quase tudo. (SANTOS, p. 204, 2011)

Em contrapartida, jogadores como Rivaldo, eleito melhor jogador do mundo em 1999 pela Fifa e campeão mundial com a seleção brasileira em 2002, são esquecidos pela memória esportiva ao optarem por não aparecer na mídia. Após aposentadoria, somem do noticiário e perdem patrocinadores e fontes de renda que jogadores “midiáticos” mantêm.

Neira, Lippi e Souza (2008), partindo do princípio de que no mundo contemporâneo os meios de comunicação de massa tornaram-se instrumentos de grupos de poder, cuja função é conservar a ordem estabelecida, discorrem sobre a mídiação do futebol brasileiro. Segundo os autores, a mídia, principalmente a televisiva, não apenas seleciona imagens dos jogos, mas selecionam e interpretam quais imagens irão mostrar. A televisão seleciona imagens que considera ou não importantes, criando desta maneira, uma realidade esportiva que não necessariamente é a verdadeira. O exemplo trazido pelos autores é a construção da imagem de jogadores profissionais e suas classificações, como os heróis e



bandidos. O jogador Edmundo, por exemplo, de acordo com Neira, Lippi e Souza (2008), foi taxado pela mídia de jogador violento e problemático, mesmo depois de ter passado mais de dois anos sem ser expulso em campo e sem se envolver em brigas na vida pessoal. Ainda dentro dessa ideia de realidade construída via mídia, Gastaldo (2009) traz o exemplo do zagueiro Junior Baiano na Copa do Mundo de 1998, que cometeu um pênalti contra a Noruega, marcado pelo árbitro da partida. Como a emissora brasileira não filmou o lance faltoso, jornalistas brasileiros criaram e insistiram na tese de que a seleção nacional havia sido roubada, mesmo ouvindo relatos dos próprios jogadores brasileiros de que o pênalti havia ocorrido. Somente alguns dias depois, quando uma emissora internacional mostrou o lance para as emissoras brasileiras, é que jornalistas brasileiros aceitaram a marcação do lance faltoso.

Brittos e Santos (2012) discorrem sobre as relações entre futebol brasileiro e mídia desde as decisões de Getúlio Vargas de aproximar esses universos até os dias atuais, de relação próxima com a Rede Globo. Segundo Brittos e Santos (2012), a partir dos anos 1970, a aproximação futebol e mídia começa a modificar a produção de sentido do esporte, a alterar a lógica futebolística. No Brasil, o verbo “assistir” serve tanto para observar o jogo pessoalmente, no estádio, quanto por meio da televisão ou outro meio que uma imagem e som. “A publicização do futebol através dos meios de comunicação [...] cria uma dupla forma de espectador: o torcedor de futebol também é a audiência que será negociada” (BRITTOS, SANTOS, p. 185, 2012). De acordo com os autores, e aqui a análise começa a se aproximar da concepção de Hjarvard (2014), a presença midiática no futebol, fortemente influenciada pela lógica de mercado, faz com o esporte também passa a operar sob a lógica mercadológica, modificando sua maneira de ser original, como, por exemplo, os números nas camisas de jogadores, que foram acrescentados para facilitar a locução esportiva.

Esse breve apanhado de considerações acerca da midiatização do futebol brasileiro serve para contextualizar o assunto. Agora, foi desenvolvida uma percepção de futebol brasileiro midiatizado com base nos conceitos de midiatização trazidos por Hjarvard (2014). A primeira percepção tem base na premissa básica da Teoria da Midiatização, que diz que a mídia altera as interações nos outros campos sociais, ao mesmo tempo em que se deixa alterar por esses campos (HJARVARD, 2014). Souza Junior (2011) acredita que o

futebol midiaticizado cria e modifica comunidades virtuais temáticas, que discutem a respeito do esporte, modificando a percepção desse mesmo futebol midiaticizado. Um exemplo é a alteração nas interações recíprocas entre jornalistas (emissores de informação) e torcedores (receptores), pois, ao escrever em *sites* de internet, jornalistas constantemente modificam seu texto, graças a contribuições em tempo real de torcedores.

Moni et al (2016) diz que o desenvolvimento tecnológico na área da comunicação aumentou as possibilidades de comunicação humana, ampliando a estrutura de disseminação de informações. O futebol, de acordo com Moni et al (2016), para se adequar ao novo sistema financeiro de receitas e lucros, imposto a partir da implantação do profissionalismo no esporte, depende dessa estrutura, criando uma demanda midiática de cobertura jornalística e transmissão de partidas, tanto pela da relação entre torcedor e clube, quanto pela lógica comercial.

Segundo Moni et al (2016), uma vez estabelecido como um elemento cultural que depende das receitas e está inserido na lógica de mercado, o futebol se beneficia das demandas midiáticas, como a cobertura jornalística de eventos e a busca por informações das partidas, de modo que essas demandas garantam a exposição do esporte como um produto a ser explorado pelo mercado. Outro reflexo de uma sociedade midiaticizada, principalmente em relação ao entretenimento, como o Hjarvard (2014) apresenta, é que a midiaticização substitui uma atividade social que ocorria fisicamente, “face-a-face”. No caso do futebol, uma das alterações é a presença física do torcedor no estádio, o hábito de ir aos treinamentos ou de buscar informações sobre os bastidores. Esses hábitos, que antes dependiam da interação física, agora são realizadas a distância, sendo que agora as informações e sensações chegam ao seu receptor por meio da mídia.

A atmosfera de um jogo é construída midiaticamente dias antes, com reportagens, compilados históricos e estatísticas. Essa atividade preparatória a uma partida é realizada com o intuito de aumentar mais as expectativas dos consumidores de esportes e, conseqüentemente, alavancar a audiência. Isso prende o futebol à receita mercadológica e comercial da televisão. Nem todos os jogos são transmitidos na TV aberta, já que vários times disputam uma partida no mesmo horário. Para se ter acesso a todos os jogos de um clube é necessário recorrer à assinatura de um pacote *pay-per-view*.

Os meios de comunicação (no caso brasileiro, a Rede Globo) ao adquirir os direitos de transmissão dos campeonatos, passam a ter controle de diversos aspectos relacionados à prática esportiva, como o horário no qual o jogo será transmitido. Geralmente na televisão aberta, os jogos acontecem às quartas-feiras por volta das 22 horas e aos domingos por volta das 16 horas. Christofolletti (2015) afirma que ao considerar os sistemas de transporte público de grandes centros urbanos, não é difícil concluir que é um péssimo horário para que o torcedor vá ao estádio, mas, na lógica midiática esse horário aproveita-se dos picos anteriores de audiência para manter a média. Isso cria outra peculiaridade nos efeitos da midiáticação, que faz com alguns clubes sejam mais transmitidos na televisão aberta do que outros. Como as instituições midiáticas tornam-se autônomas, elas passam a se guiar pelos seus próprios interesses comerciais (HJARVARD, 2014). O suposto interesse de um maior número de torcedores aumenta as perspectivas de audiência e, portanto, de capitalizar com a transmissão do jogo. Em outras palavras, quanto maior o número de torcedores, maior a audiência. Sendo assim, alguns clubes recebem mais do que outros, como é o caso de Flamengo e Corinthians. A diferença, na casa dos milhões contribui para uma provável desigualdade financeira entre os clubes. A lógica da exposição, então para o clube que tem menor retorno televisivo, passa a se apresentar em outra plataforma: as mídias sociais.

Com o uso das mídias sociais, o clube passa a ter controle sobre as suas próprias produções. Além disso, passa a ser sua própria agência de notícias e seu canal de comunicação. A utilização das redes e mídias sociais é a chance dos clubes que aparecem menos nos jogos da televisão, pautar os acontecimentos relacionados a si, ainda que utilizem a mesma lógica midiática. A consolidação dessa prática pode ser vista na forma como os atletas se relacionam com seus torcedores nas redes sociais. Os torcedores dos diversos clubes, que antes viajavam para tentar encontrar seus ídolos em dias de jogos, agora monitoram a vida profissional e pessoal de cada atleta por meio das redes sociais.

A midiáticação potencializa a experiência do futebol, pois ela torna possível ao torcedor fazer parte do jogo e não apenas ser apenas um espectador. Desta maneira ocorre a quebra das barreiras do tempo e espaço. Uma partida realizada na Espanha, entre Real Madrid e Barcelona, pode ser transmitida, acompanhada e comentada, em tempo real aqui no Brasil. A preparação midiática para um jogo, dependendo de como for criada essa

atmosfera, pode gerar uma partida tumultuada, com expulsões, lances violentos e acusações entre jogadores e dirigentes, que se atacam por meio dos veículos de comunicação. A midiática do futebol transforma todas as interações dessa instituição social com as demais e não é mais possível perceber o futebol funcionando fora da lógica midiática, mesmo porque, atualmente, caso tente operar fora dessa lógica, o esporte decreta sua falência.

Esse subcapítulo apontou algumas condições que estabelecem o futebol brasileiro contemporâneo como um esporte midiático, ou seja, um esporte funcionando sob a lógica midiática, nos termos da Teoria da Midiática de Hjarvard (2014). No entanto, a confirmação das hipóteses dessa pesquisa, propostas logo em sua introdução, que é a de que o futebol brasileiro está midiático e que essa condição permeia suas mais variadas representações, somente foi devidamente quantificada e analisada no estudo de caso que compõe o último capítulo desta dissertação, o qual marca a exposição dos resultados obtidos por essa pesquisa e que será apresentado a seguir.

## Capítulo IV: Estudo de caso: As copas do mundo

### 4.1 – Fichas de análise dos Webdocumentários Memória Globo

A Ficha de comparação, elaborada nos termos da metodologia proposta por Maimone e Tálamo (2009), foi criada da seguinte maneira: Na primeira fase, os elementos técnicos pesquisados foram expostos de maneira estritamente descritiva, em uma estrutura de tópicos. Na segunda fase, foi realizada uma análise superficial do material estudado, escrito de maneira descritiva, para trazer à discussão os elementos pesquisados e, por fim, na terceira fase, foi realizada a interpretação dos dados coletados e descritos nas duas fases anteriores. De maneira ilustrativa, o estudo de caso foi realizado com base na ficha a seguir:

<b>Primeira Fase (descritiva)</b>	<b>Segunda Fase (descritivo- interpretativa)</b>	<b>Terceira Fase (interpretativa) Descritores</b>
Autor	Identificação do tema e motivos da obra	Autoria
Data	Importância	Cronologia (contexto histórico)
Local	Relevância dos personagens envolvidos	Natureza artística (linguagem do documentário)
Título		Temático descritivo (descrição das imagens)
Designação geral do material		Temático interpretativo (interpretação das imagens)
Outras informações técnicas		

#### **4.1.1 - Copa do Mundo de 1970**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1970

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1970 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 05m37s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Luiz Fernando Lima (Jornalista), Armando Nogueira (Jornalista) e Leo Batista (Locutor e narrador), todos funcionários da Rede Globo.

##### **Fase Descritiva-interpretativa**

O vídeo possui 09m38s de duração e é dividido em duas partes, sendo o único neste formato, muito provavelmente pela escassez de imagens de arquivo. Os primeiros 05m37s são sobre a Copa do Mundo de 1970 e os demais sobre a Copa do Mundo de 1974, a ser dissecada na próxima ficha de análise. O vídeo sobre a Copa do Mundo de 1970 começa, nos primeiros 16 segundos, com a música “Pra frente Brasil” (canção escrita pelo compositor Miguel Gustavo, que se tornou símbolo tanto da Copa do Mundo, quanto da ditadura militar), o símbolo da Rede Globo e uma seleção de imagens da Copa de 1970. Nos 30 segundos seguintes, são mostradas entrevistas com os jornalistas Luis Fernando Lima e Armando Nogueira, explicando como se daria o trabalho de cobertura da Rede Globo naquela Copa. Ambos os jornalistas trabalharam na Rede Globo por mais de trinta anos. Luis Fernando Lima coordenou a divisão de esportes até 2009, enquanto Armando Nogueira foi diretor de toda divisão de jornalismo até 1991 e, após um período na TV Cultura, trabalhou de 1995 até 2007 como comentarista no SporTV, canal do grupo Globo.

Entre os 47s e 02m41s, são mostradas imagens dos jogos da seleção brasileira da Copa de 1970, todas em preto e branco. É contada a trajetória da seleção brasileira, com os jogos da primeira fase, contra Tchecoslováquia, Romênia e Inglaterra. O primeiro jogo da série traz narração com radialista da época, em tempo real, enquanto os demais trazem a narração “pós-fato” do locutor Luís Roberto, atualmente funcionário da Rede Globo. São mostrados os gols da seleção e defesa de Gordon Banks na cabeçada de Pelé, lance considerado como histórico. Entre 00m56s e 01m01s há uma intervenção do locutor da Rede Globo, Léo Batista, explicando o trabalho de narradores e comentaristas naquela Copa. Entre 02m42s e 03m39 há nova aparição de Léo Batista, explicando que o evento foi televisionado em cores e, a partir deste momento, as imagens da Copa de 1970 são mostradas coloridas. Entre 03m40s e 04m05s, volta a narração de Luís Roberto, descrevendo os resultados dos jogos da segunda fase, incluindo o jogo entre Brasil e Peru, no qual há uma descrição um pouco maior, nomeando os autores dos gols da partida (Rivellino, Tostão e Jairzinho). Entre 04m06s e 04m41s, há a descrição do jogo semifinal entre Brasil e Uruguai, tratado no vídeo como “o jogo da vingança” e são descritos os lances que Pelé realizou no jogo, bem como a vitória da seleção.

De 04m42s ao final do webdocumentário, antes de começar a Copa de 1974, é narrado e descrito o jogo final entre Brasil e Itália. É mostrada a trajetória da seleção italiana no jogo semifinal e todos os gols do jogo final entre as seleções. Após a vitória da seleção brasileira, são exibidas imagens da festa da torcida no estádio, dos jogadores brasileiros e do capitão da seleção, Carlos Alberto Torres, erguendo a taça.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

O webdocumentário, ao trazer como personagens e “voz over” (narrador onisciente que não aparece no vídeo) apenas jornalistas e funcionários da Rede Globo, acaba por criar uma “versão Globo” da Copa de 1970, bem como da trajetória da seleção brasileira naquela Copa. A existência de outros personagens, como membros da comissão técnica da seleção, jogadores, jornalistas de emissoras ou dirigentes da CBF poderia trazer outros olhares que complementasse a visão daquela Copa do Mundo. Há uma referência ao próprio trabalho de cobertura da emissora, como locução exaltando a qualidade da transmissão, a primeira em

cores no Brasil e a primeira exibida pela Rede Globo, que nesta Copa, transmitiu pela primeira e única vez em conjunto com várias emissoras associadas.

São mostradas imagens de gols e jogadas consideradas bonitas da seleção brasileira. A outra única seleção que recebe uma atenção especial é a da Itália, por ter feito o jogo final com o Brasil e, portanto, ao exaltar as qualidades da seleção italiana, ressalta-se ainda mais o feito realizado pela seleção brasileira, que ganhou todos os jogos da Copa e goleou a Itália na final. A campanha da seleção brasileira é mostrada em tom ufanista. Inclusive, no webdocumentário, o narrador sugere que a vitória da seleção brasileira contra o Uruguai, na semifinal da Copa de 1970, foi uma vingança contra a derrota para a seleção uruguaia em 1950, apagando esse trauma da história da seleção brasileira. Os lances de Pelé na Copa são descritos como “obras-primas”. O jogo entre Brasil e Inglaterra é descrito como “um jogo para a história”, por colocar Pelé contra Bobby Moore, zagueiro inglês famoso nos anos 1960 e 1970, e pela defesa de Gordon Banks, que anos depois foi eleita pela Fifa como a maior defesa de todos os tempos. Apesar da imagem imaculada da seleção de 1970 mostrada no webdocumentário, tida e descrita como a melhor de todos os tempos, há um princípio de tipificação de heróis e vilões. Ao longo do vídeo, Pelé, Tostão, Gerson, Jairzinho e Rivellino são mostrados como heróis, enquanto há uma menção sobre uma falha do goleiro Félix, que só não foi estigmatizado como vilão, pois a seleção brasileira ganhou o jogo. Ao final, o narrador, do vídeo, intitula a Copa de 1970 de “a Copa da Alegria”.



## **4.1.2 - Copa do Mundo de 1974**

### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1974

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1974 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Começa imediatamente após o documentário da Copa de 1970, no mesmo suporte de vídeo, sendo o único feito dessa maneira (dois documentários em um único vídeo) Possui 03m58s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Armando Nogueira (Jornalista) e Leo Batista (Locutor e narrador).

### **Fase Descritiva-interpretativa**

O vídeo completo, como já dito na Ficha de análise da Copa de 1970, possui 09m38s de duração e é dividido em duas partes, sendo o único neste formato. A Copa de 1974 é compreendida entre o 05m40s até ao final do vídeo. Nos primeiros 18 segundos do vídeo o narrador do webdocumentário diz que a Copa do Mundo de 1974, realizada na Alemanha, foi planejada com muita atenção devido aos ataques sofridos pelo país na época. Afirma que as seleções, inclusive a brasileira, estavam com medo da situação do país-sede e, para ilustrar essa fala, são mostradas ao fundo, imagens tanto da organização do evento, quanto da seleção brasileira hospedada em um hotel isolado.

Pelos 10 segundos seguintes, o narrador e jornalista Luciano do Valle, à época o um dos principais jornalistas da emissora, aparece no vídeo, citando o desempenho da seleção na Copa de 1970. Luciano do Valle, no entanto, não é creditado e aparece somente em imagem de arquivo, portanto não pode ser considerado personagem deste

webdocumentário. Entre 06m09s e 06m35s é mostrada a campanha da seleção brasileira na primeira fase, com imagens dos jogos e gols, de maneira bem sucinta e o desempenho do Brasil é descrito pelo narrador como “sem brilho”. Entre 06m36s e 07m05s, há o relato de Armando Nogueira, descrevendo o trabalho de cobertura da Rede Globo, dizendo que para esta Copa foram enviadas duas equipes da emissora: uma para fazer a transmissão das partidas e outra para promover a cobertura jornalística do evento.

Nos 22 segundos seguintes, são mostradas imagens de arquivos dos jogos e é narrada toda a segunda fase da Copa do Mundo, sendo dado mais enfoque nos desempenhos de Brasil e Holanda (que seria vice-campeã daquela Copa). Logo a seguir, retorna Armando Nogueira, dessa vez acompanhado pela aparição do outro personagem, o jornalista e narrador Leo Batista, falando novamente sobre o papel da Rede Globo na cobertura da Copa. Há uma crítica de Armando Nogueira ao trabalho do narrador José Geraldo de Almeida e o comentarista João Saldanha, dizendo que os mesmos “torciam no ar”. Entre 08m07s e 08m21s é narrada a eliminação da seleção brasileira para a seleção holandesa. Após um relato de 10 segundos sobre a vitória da seleção alemã, que foi disputar a final com a seleção holandesa, há a descrição, entre 08m32s 08m38s, da derrota da seleção brasileira para a seleção polonesa, na disputa do terceiro lugar. A derrota é chamada de “o último fracasso do Brasil”.

Do 08m39s ao final do vídeo são exibidas imagens de arquivo do jogo final da Copa de 1974, entre Alemanha e Holanda. A descrição do jogo mostra a vitória da seleção alemã, tida como a Alemanha “do Kaiser Franz Beckenbauer”, superando um time melhor. No final do vídeo o narrador diz que a Copa de 1974 será para sempre lembrada como a Copa em que o mundo ficou maravilhado com a beleza do jogo proposto pela seleção holandesa.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

O vídeo começa mostrando um suposto “medo” das 16 seleções participantes, pois a Copa de 1974 foi realizada na Alemanha, onde haviam ocorridos atentados algum tempo antes. É mostrado que a seleção brasileira estava com receio de permanecer na Alemanha, por isso buscou um hotel afastado da cidade, escondido em uma “floresta negra”.

Armando Nogueira novamente aparece para explicar como foi feito o trabalho da Rede Globo, que agora já possuía os direitos de transmissão de imagem de maneira exclusiva. Ele conta que foram duas equipes para a Alemanha. Uma responsável pelo jornalismo esportivo e outra pela transmissão das partidas. No entanto, mesmo com mais imagens de arquivo e maior cobertura da emissora, o webdocumentário da Copa de 1974 é mais curto que o da Copa de 1970. O número de personagens também diminuiu, sendo que apenas Armando Nogueira e Leo Batista aparecem. Também são contadas um número menor de história relativas a cobertura do evento, sendo que o webdocumentário se fixa mais em mostrar o desempenho das seleções e como a competição aconteceu. A sensação que passa é que a Copa de 1974 é relegada a um plano “menor” na história das Copas, merecendo menos destaque do que sua antecessora, apesar da maior disponibilidade de material.

O desempenho da seleção é descrito como “sem brilho” e “fracasso”, mesmo a seleção tendo conquistado o quarto lugar, entre as dezesseis competidoras. Com a exceção de Rivellino, que era titular da seleção brasileira da Copa de 1970, nenhum outro jogador ganha destaque. Os únicos outros jogadores citados são Jairzinho, também titular em 1970, Valdomiro, Leão e Luís Pereira. O narrador ao citar Valdomiro ainda diz que ele “recebeu uma ajuda” do goleiro do Zaire, para poder fazer o gol, enquanto Leão é citado no momento em que toma um gol decisivo e Luís Pereira, ao ser expulso, é descrito como “perdeu a cabeça” e “piorou a situação”.

### **4.1.3 - Copa do Mundo de 1978**

#### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1978

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1978 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 12m06s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Leonardo Gryner (Jornalista), Ciro José (Jornalista), Sergio Noronha (Comentarista), Francisco José (Jornalista), Luciano do Valle (Jornalista e narrador).

#### **Fase Descritiva-interpretativa**

Os primeiros 16 segundos do vídeo mostram a abertura da Copa de 1978 e a música tema daquela edição. Entre 00m17s e 01m54, é relatado todo o trabalho de cobertura da Rede Globo para essa Copa. Começa com o jornalista Leonardo Gryner falando que a emissora levou 63 funcionários na equipe que cobriu o evento e que foi, desde o início, imaginada como “a primeira grande cobertura de uma Copa do Mundo”. Entre 00m50s e 01m26s, o jornalista Ciro José comenta sobre a utilização de um satélite pela Rede Globo, acompanhada de um contato direto com o Brasil quase que 24 horas por dia. São intercaladas as falas do jornalista com imagens de arquivo mostrando a instalação do complexo de transmissão da emissora.

Entre 01m41s e 01m53s, o comentarista esportivo Sérgio Noronha, afirma que a Argentina só conseguiu realizar a Copa do Mundo porque recebeu ajuda técnica da Rede Globo. Entre 01m55s e 02m14 são exibidas imagens do primeiro jogo da Copa. Entre 02m15s e 04m30s, há o relato do jornalista Francisco José, sobre seu papel na cobertura das

seleções da Argentina e Polônia. Durante o relato são mostradas imagens da seleção polonesa e informações sobre o desempenho e história dessa seleção. Aos 04m47s e por 13 segundos há a primeira menção a seleção brasileira e a notícia trazida é a preocupação com o estado clínico de Rivellino. Entre 05m01s e 05m12s aparece Luciano do Valle, que volta a contar as atividades desempenhadas pela equipe da Rede Globo. Logo após, toca-se o hino nacional brasileiro e são mostrados oito dos onze jogadores brasileiros titulares naquela Copa.

Entre 05m41s e 06m20s há imagem de arquivo, seguida com a narração da época, do primeiro gol brasileiro na Copa, desde o início da jogada até a conclusão da falta pelo jogador Dirceu. Nos 30 segundos seguintes, são exibidas reportagens da época, exaltando a alegria do povo brasileiro com a vitória. Ao final da fala da repórter Gloria Maria, ela diz: “parece que o Brasil já é o campeão do mundo”. Entre 06m50s e 07m15s, aparece o jornalista Francisco José afirmando que a Argentina comprou a seleção peruana no jogo decisivo, relatando que dessa maneira o Brasil foi prejudicado, pois a Argentina ficou com a vaga que deveria ser da seleção brasileira. Após esse relato, são exibidos todos os 6 gols da seleção argentina contra o Peru, com imagens de arquivo, durante 1 minuto e 40 segundos direto. A partir do 08m55s e até 10m15s, retorna a fala do jornalista Francisco José, explicando e exibindo sua entrevista com o presidente militar argentino à época, o general Jorge Rafael Videla.

No minuto seguinte, relatos do comentarista Sergio Noronha e imagens de arquivo mostram que o povo argentino hostilizou os brasileiros após a eliminação, ao invés de comemorarem a própria vitória. Do 11m16s até ao final do vídeo, é exibido o jogo final entre Argentina e Holanda, mostrando os dois gols da seleção argentina, que seria a campeã da Copa de 1978. Ao final, o narrador brasileiro diz que o povo argentino esqueceu “o terror, a inflação e o regime autoritário” para festejar o título mundial.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A Copa de 1978, no vídeo, recebe um tratamento diferenciado em relação às duas copas anteriores. O tempo de exibição aumenta consideravelmente, além de ser um vídeo exclusivo sobre uma Copa do Mundo apenas, como ocorrerá com todos os vídeos a partir

daqui. Há um maior número de imagens de arquivo e de personagens que aparecem no vídeo. Pela primeira vez não aparece Armando Nogueira e todos os personagens selecionados são novos. O vídeo possui 12 minutos e 06 segundos de duração. Deste tempo, 375 segundos (ou 06 minutos e 25 segundos), ou seja, um pouco mais da metade, são destinados a falar do trabalho desempenhado pela Rede Globo na cobertura daquela Copa.

A outra metade do vídeo fala, basicamente, da seleção brasileira e do fato de que a Argentina fraudou o resultado no jogo contra o Peru, o que hoje em dia provou-se verdadeiro. Há ênfase no fato de o país, à época, viver sob uma ditadura militar e sob condições econômicas e sociais adversas. Na representação dessa Copa do Mundo, entende-se que, diferentemente da Copa de 1974, essa não foi relegada a um “plano inferior” da história, mas que sim, marcou uma época. Porém, é tida como uma Copa do Mundo “manchada”, em que a maior prejudicada foi a seleção brasileira, que deveria ter entrado na final no lugar da seleção argentina. Há destaque para a seleção brasileira, mas ao contrário do que aconteceu no webdocumentário da Copa de 1970, não destaque para os jogadores da seleção, apenas o coletivo em si. Nesse webdocumentário, a seleção brasileira é mais retratada como uma representação do Brasil em si, enquanto nação, e não de uma equipe de futebol.

Apesar de expor os problemas sociais, políticos e econômicos da Argentina, o vídeo em nenhum momento cita que boa parte dos demais países participantes passava por situação parecida, inclusive o Brasil, que vivenciava sua própria ditadura militar e inflação em alta. A criação de personagens, heróis, vilões e vítimas, dessa vez, não se fixa em jogadores ou técnicos, mas em instituições ou representações maiores. Os vilões são a própria Argentina, sua seleção nacional e seu povo, que hostilizou os brasileiros. As vítimas são a seleção brasileira e o povo brasileiro. E os heróis são a Rede Globo e seus jornalistas, que promoveram a melhor cobertura dentre todas as emissoras. Seus jornalistas passaram por situações de perigo (quando, por exemplo, invadiram o estádio para filmar os treinos da seleção peruana ou quando Francisco José entrevistou o presidente argentino).

Inclusive, há a afirmação de Sergio Noronha de que a Argentina não conseguiria realizar a Copa do Mundo sem a ajuda da Rede Globo. O tempo destinado a falar do próprio papel da

Globo na Copa é outra prova dessa autoafirmação como heroína daquela Copa, em que o Brasil foi a vítima. Por fim, não há nenhuma menção, diferente das duas copas anteriores, da seleção holandesa, que disputou a final contra a Argentina.

Em relação à representação da seleção brasileira e, por consequência, do futebol brasileiro, novamente, assim como na copa anterior, a Rede Globo dá pouco destaque a jogadores que são considerados históricos e que estavam presentes na Copa do Mundo. São citados Rivellino, Dirceu e Jorge Mendonça, de maneira mais enfática. Nelinho, que nesta Copa marcou um dos gols mais bonitos da história das Copas do Mundo, em eleição realizada pela própria Fifa, não teve nem seu nome citado e nem o gol mostrado.

#### **4.1.4 - Copa do Mundo de 1982**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1982

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1982 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 18 minutos de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Armando Nogueira (Jornalista), Reginaldo Leme (Jornalista), Roberto Cabrini (Jornalista), Luisinho Nascimento (Jornalista), Galvão Bueno (Narrador), Telmo Zanini (Jornalista), Daniel Andrade (Cinegrafista), Sergio Noronha (Comentarista), Marcos Mora (Jornalista), Luciano do Valle (Jornalista e narrador), Francisco José (Jornalista), Marco Antônio Rodrigues (Jornalista), Ernesto Paglia (Jornalista) e Arnaldo Cesar Coelho (Arbitro de futebol e comentarista esportivo).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 22 segundos do vídeo mostram a abertura da Copa de 1982. Em seguida começa a fala de Armando Nogueira, que vai até 01m18s, explicando os motivos de a Rede Globo ter a exclusividade de transmissão da Copa de 1982 na América do Sul e dizendo que a Rede Globo não gostaria de possuir o monopólio da transmissão. Entre 01m19s e 01m40s é exibido dois dos quatro gols da seleção brasileira contra a Nova Zelândia, no jogo inicial do Brasil na Copa. Logo após, aparece Reginaldo Leme, jornalista da emissora, destacando a grandiosidade da cobertura da Rede Globo, afirmando que as emissoras europeias ficaram impressionadas.



Entre 02m10s e 02m46, há uma reportagem da época mostrando o trabalho de comentarista desenvolvido por Pelé para uma emissora mexicana. Entre 02m47s e 04m42s, há relatos dos personagens Roberto Cabrini, Luis Nascimento, Galvão Bueno, Sergio Noronha e Luciano do Valle exaltando a cobertura e produção da Rede Globo na Copa de 1982. Sergio Noronha afirma que a copa era da Globo, por ser a única detentora dos direitos e que fizeram a melhor cobertura possível, apesar de a seleção não ter sido campeã. São exaltadas também as inovações técnicas possibilitadas pelo satélite exclusivo da emissora. Entre 04m43s e 05m52s são intercalados gols e lances bonitos da seleção brasileira, no jogo contra Argentina, e relatos dos personagens exaltando a cobertura da Rede Globo.

Entre 05m53s e 07m25s, é exibida uma reportagem da época, com o ex-treinador Zezé Moreira, intercalada com relatos de Galvão Bueno, mostrando que o ex-treinador já indicava o perigo que a seleção italiana representava para o Brasil. Nos 09 segundos seguintes, Sergio Noronha afirma que a Rede Globo foi a primeira a alertar sobre o perigo da seleção italiana. Entre 07m35s e 10m26s, são exibidos todos os gols do jogo entre Brasil e Itália, no qual o Brasil foi eliminado, com a narração da época. São apresentadas as duas escalações completas e os lances iniciais do jogo. Entre 10m27s e 13m24s são apresentadas as tristezas da equipe de jornalismo da Rede Globo com a derrota da seleção, bem como algumas explicações para a derrota brasileira. O técnico italiano disse que a seleção brasileira perdeu “porque veio para se exibir, enquanto a seleção da Itália veio para competir”.

Nos 30 segundos seguintes, há um breve relato do título conquistado pela seleção da Itália, em jogo contra a Alemanha, sem imagens de arquivos do jogo, apenas com o repórter da Globo, Ernesto Paglia e o treinador italiano, Enzo Bearzot. A partir de 13m55s até 17m20s, são mostrados lances do jogo final entre Itália e Alemanha, intercalado com falas do ex-árbitro de futebol, Arnaldo Cesar Coelho e hoje comentarista da Rede Globo. Ele foi o responsável por apitar a partida final. É dito que “no centro do campo, um brasileiro comanda o espetáculo” e toda a final é contada com base na atuação de Arnaldo Cesar Coelho e pouquíssimos detalhes sobre o desempenho da equipe são contados.

Nos 40 segundos finais, é mostrada a volta olímpica da seleção italiana e termina o webdocumentário falando que os italianos igualaram os brasileiros.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

O webdocumentário começa com o jornalista Armando Nogueira defendendo a Rede Globo das acusações de monopólio, pois a Copa de 1982 foi a primeira que somente a Rede Globo transmitiu para o Brasil (as outras, apesar de possuir os direitos de transmissão de imagem, a Rede Globo sempre exibiu em parceria com algum outro veículo de comunicação). Também é mostrado no vídeo que essa foi a primeira Copa que a emissora carioca transmitiu com um satélite exclusivo. Assim como no webdocumentário da Copa de 1978, aproximadamente metade do tempo de duração do vídeo é destinado a falar e explicar o trabalho de cobertura da Rede Globo, com a inclusão da defesa do “monopólio” da emissora.

O resto do vídeo se destina a mostrar, basicamente, a trajetória da seleção brasileira, a trajetória e bastidores da seleção italiana e o desempenho do árbitro Arnaldo Cesar Coelho, também comentarista da Rede Globo desde 1989. Os gols da seleção brasileira e seus jogadores, citados nominalmente, recebem destaque maior do que nos vídeos das Copas de 1974 e 1978. Inclusive, é mostrada a escalação completa da seleção, o que não acontecia desde o webdocumentário da Copa de 1970, no qual a escalação completa também foi exibida.

É notável, ao longo do webdocumentário, que havia (ou foi criada) uma relação íntima entre os responsáveis pela cobertura da Rede Globo e a seleção brasileira. A derrota da seleção foi sentida como uma derrota da emissora, assim como a brilhante cobertura da Globo ficou intimamente ligada à “áurea” que a seleção brasileira de 1982 carrega até hoje, de praticar um futebol lindo e de ser uma seleção de craques históricos.

Pela primeira vez, é difícil identificar com clareza a criação de personagens. A seleção brasileira figura como vítima, uma analogia da vitória do “futebol-força” europeu em cima do “futebol-arte” brasileiro. Os heróis podem ser tanto a própria Rede Globo, novamente, que realizou sozinha a maior cobertura da história das Copas do Mundo até então, quanto o árbitro Arnaldo Cesar Coelho. A figura do vilão é representada pela seleção

italiana, que mesmo empatando todos os jogos da primeira fase, enquanto o Brasil massacrou seus adversários, eliminou o Brasil e foi para a final. No entanto, há um elemento que alivia a vilania da Itália: a interação do técnico italiano, Enzo Bearzot e o jornalista brasileiro Ernesto Paglia. Há bastante tempo de vídeo destinado a retratar essa relação entre os dois e Bearzot é retratado como um personagem que realizou boa parte das etapas da conhecida “jornada do herói”<sup>9</sup>. Chegou desacreditado para a disputa da competição, teve um início difícil e depois deu a volta cima, sagrando-se campeão.

Outro elemento diferente é a dimensão dada para a seleção italiana. A outra seleção que chegou a final, a Alemanha, não teve nenhum minuto destinado para falar de si. Já a Itália teve quase tanto tempo de vídeo, quanto a brasileira. Logo na parte inicial do vídeo há a reportagem com Zezé Moreira e as falas de Galvão Bueno e Sergio Noronha alertando para o perigo italiano. Esse trecho por si, assim como outros do vídeo, também indicam a proximidade da Rede Globo com a seleção, como se a imagem das duas instituições, por vezes, se confundissem. No entanto, retornando à Itália, as imagens das seleções brasileiras e italianas são construídas como os dois lados da moeda, uma sendo a antítese da outra. A Itália não é claramente um vilão e a prova disso é a existência de Enzo Bearzot. São apenas seleções que possuem noções completamente distintas de futebol e por isso, a vitória de uma significa a vitória de um ideal de futebol sobre o outro.

A importância dada ao jogo entre Brasil e Itália é muito maior do que o jogo final da Copa do Mundo e isso não se dá apenas por ser a seleção brasileira, senão o mesmo teria ocorrido no vídeo da Copa de 1978. É a representação de noções de futebol, de ideais de jogo. O destaque ao papel de Arnaldo Cesar Coelho no jogo final é intrigante. É a primeira vez que o desempenho do juiz é citado e há claramente uma intenção de criar a imagem de Coelho como herói da decisão, a pessoa “comanda o espetáculo”, como dito no vídeo. Essa intenção pode existir tanto no sentido de afirmar a importância de um comentarista da Rede Globo, quanto para diminuir uma final sem a seleção brasileira de 1982, tida como uma das

---

<sup>9</sup> Conceito criado por Joseph Campbell, no qual há uma série de passos que transformam o escolhido virtuoso em um herói. Os mais famosos são o “chamado da Aventura”, o “auxílio sobrenatural” (também conhecido como encontro com o mentor), “o ventre da baleia” (as provações e desafios ao longo da jornada), além do grande momento de crise e posterior superação para alcançar as glórias e reconhecimento (CAMPBELL, 1997). Esse conceito é trazido para esse estudo de caso, pois foi detectado um padrão, presente nos vídeos dos materiais pesquisados e que está diretamente ligado à questão da repercussão midiática, que a criação de narrativas de heróis e vilões, classificando, de maneira discreta, os jogadores e seleções nesses padrões.

maiores da história. De qualquer maneira, ao final do vídeo, a seleção italiana se iguala a brasileira, por conquistar o terceiro título de Copa do Mundo, o que significa que o Brasil poderia estar perdendo o posto de “país do futebol”.

#### **4.1.5 - Copa do Mundo de 1986**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1986

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1982 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 13m50s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Isabela Scalabrini (Jornalista), Fernando Guimarães (Jornalista), Galvão Bueno (Narrador), Marcos Mora (Jornalista) e Francisco José (Jornalista).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 48 segundos do vídeo mostram a abertura da Copa de 1986. Em seguida, entre 00m49s e 01m45s, aparece Galvão Bueno e Fernando Guimarães explicando os motivos de a Copa do Mundo de 1986 ter sido realizada no México e a organização do trabalho de cobertura da Rede Globo. Nos 30 segundos seguintes, é exibida uma reportagem da época, mostrando o país sede, México e a admiração que o povo mexicano possuía pelo futebol brasileiro, graças a atuação da seleção brasileira de 1970.

Entre 02m17s e 02m42s, os jornalistas Fernando Guimarães e Marcos Mora explicam que a seleção brasileira de 1986 não inspirava confiança e que o grupo de jogadores estavam divididos. Havia os “malucos”, composto por Casagrande e Alemão e outros não denominados e havia o grupo liderado pelo goleiro Leão, mais “tranquilos”. No minuto seguinte, são exibidos os gols brasileiros na vitória da seleção contra a Tchecoslováquia, sendo citados nominalmente os jogadores Careca, Josimar e Edinho. Em seguida, entre 03m42s e 05m51s, são exibidos lances e jogadas de Maradona e da seleção

argentina, acompanhada de relatos de como a Copa do Mundo de 1986 foi a “copa do Maradona”. O enfoque maior foi dado no jogo contra a Inglaterra, no qual além da disputa esportiva, estava envolvida uma questão política: a Guerra das Malvinas, entre Argentina e Inglaterra. Há a exibição da narração bastante nacionalista do segundo gol de Maradona, de um radialista argentino.

Entre 05m52s e 07m40, aparece a jornalista Isabela Scalabrini, primeira mulher a surgir como personagem na série de webdocumentário, falando sobre seu papel tanto como repórter, quanto como mulher, na cobertura da seleção argentina na Copa do Mundo. O enfoque maior é dado na figura de Maradona, que se deixou ser entrevistado pela jornalista brasileira. Entre 07m41s e 10m01s, são exibidos os gols do jogo entre Brasil e França, no qual a seleção brasileira foi eliminada. Também é exibido o pênalti perdido por Zico durante os noventa minutos regulamentares e os pênaltis perdidos por Sócrates, Júlio César e Platini na disputa final por pênaltis. As imagens do jogo são intercaladas pelos relatos do jornalista Francisco José, que cobriu o jogo. O jornalista afirmou que Zico não tinha condições físicas de jogar e que o mesmo entrou em campo por ser o maior ídolo brasileiro na época e que situação semelhante aconteceu com Ronaldo na Copa de 1998. Ele ainda afirma que, na hora da cobrança de Zico, ele sabia que o mesmo iria perder o pênalti e que aquele foi o “pior momento da seleção brasileira na copa”.

Nos 20 segundos seguintes, aparece o jornalista Marcos Mora explicando que ele acredita que a partir da Copa de 1986, o vídeo (cobertura jornalística da Rede Globo) começa a se envolver emocionalmente na representação da Copa do Mundo. Entre 10m23s e 11m38s são exibidas reportagens de época, mostrando o jogador Branco (lateral-esquerdo da seleção) e as esposas de Zico, Sócrates e Paulo Victor chorando pela eliminação da seleção brasileira, demonstrando tristeza com o ocorrido. Entre 11m39 e 12m28s são exibidos lances de Maradona no jogo entre Argentina e Bélgica, seguido de um relato de Galvão Bueno exaltando a qualidade do meio-campo argentino, afirmando novamente que a Copa de 1986 foi a copa do Maradona.

Nos 8 segundos seguintes, há menção a Romualdo Arppi Filho, árbitro brasileiro que assim como Arnaldo Cesar Coelho em 1982, apitou a final da Copa do Mundo de 1986. Depois, entre 12m37s ao final do vídeo são exibidos lances e gols do jogo final entre

Argentina e Alemanha, com enfoque na atuação de Maradona. No final, é dito que “o continente americano tem sete copas conquistadas e a Europa, seis”.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

O webdocumentário tem 13m50s de duração. É quase cinco minutos menor do que o vídeo da Copa de 1982, apesar de, novamente, a disponibilidade de imagens de arquivo ser maior, pois a cada copa do mundo que se passa, o suporte técnico e material da emissora é aumentado. Nesse vídeo, há também um número bem menor de personagens do que em relação ao webdocumentário da Copa do Mundo de 1982.

Pela primeira vez, é dado um destaque menor para a cobertura da Rede Globo do que para as atuações das seleções em campo. No entanto, a seleção Argentina recebe mais tempo de vídeo do que a seleção brasileira. O fato de ter sido a campeã tem participação nisso, mas o grande motivo da forte presença argentina no webdocumentário é a existência de Maradona, que se mostra, até os dias atuais, um personagem extremamente midiático.

Pela primeira vez, é dito que a seleção brasileira possuía “nichos” dentro de si, o que foi retratada como uma divisão do grupo. Os “rebeldes”, que foram representados por Alemão e Casagrande e os “tranquilos”, de postura mais conservadora, representado por Leão. Apesar de exibidos vários gols bonitos de Careca, que seria convocado também em 1990 e que é tido por Maradona como seu grande parceiro em campo (jogaram juntos no Napoli, da Itália), além de ser um dos maiores centroavantes da história do futebol brasileiro, o nome do jogador não é citado em nenhum momento por quaisquer dos personagens, somente na narração dos gols seu nome é falado. Já Maradona é exaltado do começo ao fim do vídeo. A vitória da seleção argentina na copa se confunde com uma vitória pessoal do meio-campo argentino, como se ele fosse o único responsável pela conquista.

Há menção em relação a mistura futebol e política. No jogo entre Inglaterra e Argentina, além da disputa esportiva, estava em disputa uma revanche argentina por ter perdido a Guerra das Malvinas. O gol de mão de Maradona é mostrado tanto como uma

“intervenção divina”, referência ao lance chamado de “mão de Deus”, quanto como um “roubo contra a Inglaterra”. A narração histórica do radialista argentino, que chorou ao ver o gol de Maradona, dá o tom ufanista e nacionalista que a seleção argentina carregava naquela copa e, especialmente, no jogo contra a Inglaterra. A representação no documentário dessa partida tem um tom épico, de guerra, mostrando ser o ápice daquela copa do mundo, ao invés de ser o jogo final, como geralmente acontece.

Em relação à seleção brasileira, esta é colocada em segundo plano, tanto em relação ao papel desempenhado por Maradona, tanto pela existência de Zico. Este último, sendo o grande ídolo do futebol brasileiro na época, representava mais do que a própria seleção. No jogo decisivo, é mais citada a condição clínica de Zico e o seu pênalti perdido, do que lances do jogo em si. E, apesar de citado o pênalti perdido, o outro pênalti que Zico bateu naquele jogo, na disputa final, e que ele acertou, não é mostrado e nem citado.

O jornalista Marcos Mora admite que a cobertura da Rede Globo passou a se envolver emocionalmente na cobertura das Copas do Mundo. A representação da tristeza pela eliminação passa pelos relatos e imagens do jogador Branco e das esposas de Paulo Victor, Zico e Sócrates. Ao começar a representação do jogo final entre Alemanha e Argentina, novamente, nenhuma relevância é dada a Alemanha. E, diferentemente do grande destaque dado a Arnaldo Cesar Coelho, Romualdo Arppi Filho, que também apitou uma final de Copa do Mundo, foi somente citado e mostrado por 8 segundos, voltando-se a atenção para a atuação de Maradona. Este último, claramente, tem sua imagem de herói da Copa construída, afinal, o próprio Galvão Bueno definiu a Copa de 1986 como a “Copa de Maradona”.

Zico ocupa o posto, ao mesmo tempo, de vilão e vítima, pois perdeu um pênalti decisivo, o que é mostrado com ênfase, mas ao mesmo tempo não tinha condições de jogo. E, claro, era o maior ídolo brasileiro. Por fim, a própria seleção brasileira ocupa o lugar de vilã. O espaço que deveria ser, com base nos vídeos anteriores, da seleção francesa, que eliminou o Brasil, fica com a própria seleção brasileira e seus jogadores, que estavam “divididos”, por jogadores “rebeldes” e “tranquilos”, fato este que, desde o início, já mostrava que a seleção não era confiável.



#### **4.1.6 - Copa do Mundo de 1990**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1990

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1990 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 12m32s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Luis Fernando Lima (Jornalista), Daniel Andrade (Cinegrafista), Galvão Bueno (Narrador) e Fernando Guimarães (Jornalista).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 45 segundos do vídeo mostram a abertura da Copa de 1990. Nos 10 segundos seguintes, aparece Galvão Bueno explicando que o Plano Collor atrapalhou o planejamento da Rede Globo para a cobertura da Copa de 1990. A emissora ficou sem dinheiro e teve que reduzir drasticamente o número de jornalistas na equipe que iria cobrir o mundial. Entre 00m57s e 01m11s, o jornalista Luis Fernando Lima explica mais detalhes da cobertura da emissora carioca.

Entre 01m12s e 01m29s há uma reportagem da época mostrando o ex-jogador da seleção de 1970, Tostão, e há uma homenagem ao atleta. Nos 40 segundos seguintes, retornam Galvão Bueno e Luis Fernando Lima, explicando como desempenharam seus papéis na cobertura da Copa. Entre 02m10s e 02m22s, há uma reportagem da época exaltando Maradona, que havia ganhado uma partida para a seleção Argentina, mantendo a seleção com condições de chegar a final do mundial. Entre 02m23s e 04m19s, há exibição de trechos de treinos da seleção brasileira em 1990, intercaladas com o relato do

cinematógrafo Daniel Andrade, tecendo críticas ao técnico brasileiro na Copa de 1990, Sebastião Lazaroni. Este último é chamado de “incompetente” por Daniel Andrade. Ao final do trecho, é lembrada uma história do cinematógrafo com a polícia italiana, que tentou apreender a fita que continha os lances do treino da seleção brasileira.

Entre 04m20s e 08m24s, são exibidos vários lances e o gol da partida entre Argentina e Brasil, que eliminou a seleção brasileira da Copa. Várias tentativas e jogadas da seleção brasileira, com Careca, Muller e outros jogadores, são exibidas com a narração da época, enquanto os lances de contra-ataque argentino recebem o mesmo tratamento. Essas imagens são intercaladas com relatos de Galvão Bueno, Fernando Guimarães e Luis Fernando Lima, que criticam a seleção brasileira de 1990. É dita que essa seleção “era muito fraquinha” e que foi a pior exibição da seleção que Galvão Bueno transmitiu. Em contraste com a seleção brasileira sofrível, há a descrição de uma Maradona ainda craque e decisivo, levando a Argentina para frente na Copa de 1990. Entre 08m25s e 08m53s, são exibidas duas reportagens da época, a primeira sendo uma entrevista com Maradona, dizendo querer bem o seu povo argentino e desejando fazer-lhes sempre felizes. A segunda mostra a tristeza do povo brasileiro com a derrota, com uma senhora dizendo que “a culpa é do Lazaroni”.

Entre 08m53 e 09m54s é exaltada a figura de Pelé, que trabalhou como comentarista da Rede Globo na Copa do Mundo de 1990. É dito que por onde Pelé passava, a multidão se aglomerava e pedia para reverencia-lo, beijar o sapato e etc. A partir de 09m55s até ao final do vídeo, são exibidas as imagens do jogo final entre Alemanha e Argentina, com narração da época, na voz de Galvão Bueno. São mostrados lances do jogo e o gol de pênalti da Alemanha. Após o apito final, é mostrada a festa da torcida e seleção alemãs, comemorando o título. A imagem final é dos jogadores alemães levantando a taça.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

O webdocumentário tem 12m32s de duração. É menor do que os vídeos das duas copas anteriores, de 1982 e 1986. E o vídeo já começa falando que o contexto político da época fez com que o investimento na cobertura da Copa do Mundo de 1990 fosse menor do que nos anos anteriores. O número baixo de personagens, o tamanho mais curto do vídeo e

a pouca quantidade de histórias e detalhes da seleção brasileira demonstram que há uma tentativa de tratar a Copa de 1990 como uma copa com menos importância na trajetória da seleção brasileira. Não chega a ser como na representação da Copa de 1974, mas a Copa de 1990 também é tida como “menor” na história do Brasil.

A diferença para a representação quase inexistente da Copa de 1974 é que, na Copa de 1990, o Brasil tem a quem culpar. Sebastião Lazaroni é tratado claramente como o vilão dessa Copa, sendo chamado de “incompetente” e “culpado” pela derrota da seleção brasileira. No entanto, fora a vilania do técnico brasileiro, que recebeu bastante destaque na representação, poucos detalhes surgem no resto da representação da Copa.

Maradona talvez foi quem mais se aproximou de receber um destaque e de ser eleito herói. Mas, talvez por não ter sido campeão como na Copa anterior, não conseguiu atingir esse nível. O jogo final foi exibido sem muita emoção e a seleção da Alemanha, campeã, quase não citada. Teve destaque no vídeo dois heróis de 1970: Tostão e Pelé. Fica a impressão de que estes simbolizam o verdadeiro futebol brasileiro, enquanto a seleção de 1990 simboliza tudo aquilo que o Brasil repudia em termos de futebol: um jogo pragmático, tático e sem brilho.

#### **4.1.7 - Copa do Mundo de 1994**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1994

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1994 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 14m40s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Marcos Uchoa (Jornalista), Fátima Bernardes (Jornalista), Galvão Bueno (Narrador), Sônia Bridi (Jornalista), Cleber Machado (locutor esportivo e narrador), Bussunda (humorista), Daniel Andrade (cinegráfista), Arnaldo Cesar Coelho (ex-árbitro e comentarista esportivo), Tino Marcos (Jornalista) e Pedro Bial (Jornalista).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 01m07s do vídeo mostram a abertura da Copa de 1994, com imagens de arquivo e narração da época. Nos 21 segundos seguintes, aparece o relato do jornalista Marcos Uchoa, dizendo que o futebol da seleção brasileira de 1994 não o agradou como torcedor e que preferia o futebol esteticamente bonito praticado pela seleção de 1982. Entre 01m29s e 02m32s, são exibidas imagens das partidas do Brasil na primeira fase da Copa, mostrando todos os gols, intercalados com o relato de Galvão Bueno comentando o desempenho da seleção.

Entre 02m33s e 03m11s, é mostrado o lance da cotovelada do lateral-esquerdo titular, Leonardo, que foi expulso no jogo contra os Estados Unidos. O lance é intercalado com uma entrevista do jogador à época do acontecimento e com relatos de Marcos Uchoa. Entre 03m12s e 05m36s, é contada a história do jogo de quartas-de-final entre Brasil e

Holanda. São mostrados todos os gols, com narração de Galvão Bueno à época do jogo. Cada gol e momento do jogo são intercalados com os relatos das jornalistas Fátima Bernardes e Sônia Bridi e do narrador Galvão Bueno. Em determinado momento, o narrador diz que pensou que o Brasil perderia e que essa seria “mais uma Copa de frustração”.

Entre 05m37s e 06m27s aparece o locutor esportivo Cleber Machado, contando a história de Maradona na Copa do Mundo (foi a última copa do jogador, que foi flagrado com substâncias ilícitas no organismo e suspenso pelo *doping*). O relato é ilustrado com imagens de arquivo do jogador na Copa de 1994. Nos 60 segundos seguintes são mostradas imagens do grupo de humor Casseta & Planeta, intercalados com relatos de Galvão Bueno e Bussunda, explicando o trabalho de cobertura humorística do grupo. Por 12 segundos, Galvão Bueno comenta o jogo semifinal contra a Suécia, sem aparecer nenhuma imagem de arquivo e logo em seguida começam a falar sobre o jogo final contra a Itália.

Entre 07m39s e 09m30, são exibidos diversos lances do jogo entre Brasil e Itália, que terminou empatado em zero a zero. As jogadas são intercaladas com relatos de Arnaldo Cesar Coelho, Galvão Bueno e Daniel Andrade, todos falando sobre a superioridade da seleção brasileira em relação à italiana e sobre o sofrimento do jogo que terminou empatado e que seria decidido nos pênaltis. Entre 09m31s e 11m37s, são exibidos todos os pênaltis do jogo final, intercalados com o relato de Galvão Bueno, dizendo que quase desmaiou, por estar no seu limite físico, mas que momentos antes de desmaiar, respirou fundo e teve uma espécie de epifania, na qual descobriu que o Brasil seria o campeão.

Nos 30 segundos seguintes é mostrada clássica imagem de Galvão Bueno abraçado com Pelé e Arnaldo Coelho, gritando “é tetra” e os personagens tentam explicar os motivos daquela comemoração. Entre 12m08s e 13m49, são mostradas imagens da seleção comemorando o título mundial, intercalados com relatos de Tino Marcos e Daniel Andrade explicando a cobertura da Rede Globo no jogo final da Copa do Mundo de 1994. A partir de 13m50s até ao final do vídeo são mostradas imagens da seleção brasileira campeã, intercaladas com o relato do jornalista Pedro Bial, que disse não concordar com as críticas ao técnico Carlos Alberto Parreira e que a seleção brasileira de 1994 não era mais um time

de deuses e heróis, mas sim um time de operários, com uma estrela que brilhava lá na frente.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa de 1994 traz nove personagens e mais de 14 minutos de duração, o que dá a Copa certo destaque. No entanto, apesar do Brasil ter sido campeão depois de 24 anos e de ser um evento doze anos mais recente, o vídeo sobre a Copa de 1982 possui quase quatro minutos a mais de duração. A comparação entre a seleção brasileira de 1994, campeã, com a seleção brasileira de 1982, perdedora, acontece do começo ao fim do vídeo. É uma comparação de estilos, de ideias e propostas de futebol. A predileção pelo futebol apresentado pela seleção de 1982 é clara, mas não tem como tecer críticas à seleção de 1994, assim como ocorreu na Copa de 1990, porque em 1994 o Brasil foi o campeão.

O vídeo da Copa de 1994 traz um formato diferente das demais. Quase não faz menção, pela primeira vez, ao trabalho de cobertura da Rede Globo. O único momento em que isso é feito é no relato de Tino Marcos e dura pouco menos de dois minutos. O resto do vídeo é destinado a retratar a trajetória da seleção brasileira e dos sentimentos dos jornalistas da Globo envolvidos. Um merece destaque: Galvão Bueno.

O tempo de tela de Galvão Bueno só é menor do que o tempo de tela destinado à seleção brasileira. A história, ao invés de ser contada por meio dos “olhos” da TV Globo, é contada pelos “olhos” do narrador esportivo. O momento de ápice do vídeo (e também daquela Copa) é a disputa por pênaltis. Nesse ponto, a trajetória de seleção brasileira e Galvão Bueno se misturam, quando o narrador diz que no momento crucial ele chegou ao seu limite físico e emocional e quase desmaiou para, logo após, ter uma inspiração divina e perceber que o Brasil será o campeão da competição. Ele disse que lutou muito para chegar até ali, assim como a seleção, que sofreu muito em Copas do Mundo e nas eliminatórias para conseguir chegar até a final e se sagrar campeã.

Do ponto de vista técnico e estético, foi a representação que melhor utilizou as imagens de arquivo, ilustrando cada comentário com uma fatura de imagens condizentes

ao relato. O vídeo cita Romário e Bebeto como grandes estrelas, além dos lances de Leonardo e Branco. Mas o enfoque é sempre na seleção brasileira enquanto conjunto, um coletivo, havendo pouco espaço para falar individualmente sobre os jogadores. O único jogador a ter bastante tempo de tela enquanto personagem é Maradona.

#### **4.1.8 - Copa do Mundo de 1998**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 1998

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 1998 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 16m42s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Gloria Maria (Jornalista), Emanuel Mello Castro (Jornalista), Daniel Andrade (Cinegrafista), Galvão Bueno (Narrador), Mauro Naves (Jornalista), Cleber Machado (locutor esportivo e narrador), Renato Ribeiro (jornalista), Telmo Zanini (jornalista), Marco Antônio Ribeiro (jornalista), Luis Roberto (Locutor esportivo) e Pedro Bial (Jornalista), Luis Erlanger (Jornalista), Tino Marcos (Jornalista) e Renê Astigarraga (Jornalista).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 02m13s do vídeo mostram a abertura da Copa de 1998, intercalados com o relato da jornalista Glória Maria, explicando a preparação técnica da França para a abertura da Copa do Mundo. Entre 02m14s e 02m41s, aparece Galvão Bueno contando que em 1998, o favoritismo da seleção brasileira era muito grande, devido ao número de jogadores consagrados, tais como Ronaldo, Romário, Bebeto, Roberto Carlos, Dunga e Taffarel. Entre 02m42s e 04m06s, é exibida uma reportagem da época com o atacante Romário, intercalada com o depoimento de Pedro Bial, explicando a situação do atacante na preparação da seleção brasileira para a disputa da Copa.

Entre 04m07s e 04m56, surgem imagens de Romário chorando, ilustrando as falas de Mauro Naves e Galvão Bueno, que contaram a história da ausência do jogador na Copa de



1998, sendo cortado por lesão. Entre 04m57s e 05m59, surgem vários personagens, tais como Cleber Machado e Renato Ribeiro, explicando como foi realizado o trabalho de cobertura da Rede Globo e mostrando que 190 profissionais foram mobilizados para realizar a transmissão e cobertura da Copa do Mundo na França. Nos 57 segundos seguintes, Galvão Bueno conta a trajetória da seleção brasileira nos primeiros jogos da Copa, ao mesmo tempo em que jogadas e gols da seleção na competição são exibidos.

Entre 06m58s e 08m11s são exibidos lances e todos os gols do jogo entre Brasil e Holanda, nomeado por Galvão Bueno como o “grande jogo da Copa”. É dito que a “salvação” brasileira é o goleiro Taffarel, destaque do jogo pelas defesas nas cobranças de pênaltis. Entre 08m12s e 09m21s, são exibidos gols e jogadas da seleção francesa, contadas pelo locutor Luis Roberto, alertando sobre o bom desempenho que a França estava obtendo na competição. Entre 09m22s e 10m47s, é exibida uma reportagem da época com o atacante Ronaldo, então melhor jogador do mundo, intercalada com o relato de Pedro Bial, explicando o contexto vivenciado pelo jogador na época e sua condição emocional para o jogo final que aconteceria entre Brasil e França.

Após um segundo de tela preta, começa, a partir de 10m49s e até 15m28s, a história da convulsão do atacante Ronaldo. São intercalados relatos de Galvão Bueno, Emanuel Mello Castro, Daniel Andrade, Tino Marcos, Luis Erlanger, Luis Roberto e René Astigarraga, com imagens, reportagens e entrevistas da época, contando o episódio em que o jogador, um dia antes da final, teve uma crise de convulsão e foi internado às pressas. Minutos antes do Brasil entrar em campo para disputar a final da Copa, já com o reserva Edmundo escalado entre os titulares, Ronaldo aparece e pede para jogar. É dito que o fato do atacante ter sido escalado fez com que Edmundo chutasse a porta do vestiário e que a seleção entrou em campo com um clima ruim. Também é colocada em análise o fato do técnico Zagallo ter agido certo ou errado ao escalar Ronaldo como titular. É dito também que o episódio da convulsão “abalou” a seleção brasileira e deixou o grupo de jogadores “em transe e anestesiados”. A partir de 15m29s até ao final do vídeo são exibidos os gols e as jogadas do jogo entre Brasil e França na final da Copa do Mundo de 1998, apenas com a narração da época de Galvão Bueno, sem nenhum comentário. É dito por Galvão Bueno, em trecho selecionado de sua narração em 1998, que “não é o dia do futebol brasileiro”.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa de 1998 traz mais tempo de vídeo do que a Copa do Mundo de 1994, na qual o Brasil foi o campeão. Assim como sua antecessora, é bastante ilustrada por imagens de arquivo. De todas as representações estudadas até agora, essa é a que mais se prende a retratar a história da Copa do Mundo de maneira factual, como se fosse uma grande reportagem. Menos de um minuto apenas é dedicado a explicar o trabalho de cobertura da Rede Globo. A preparação do país-sede para o evento e o passo a passo da seleção da brasileira recebem destaque, assim como a trajetória da equipe até o jogo final contra a França.

A presença da Rede Globo no cotidiano da seleção brasileira, personificada na imagem de Galvão Bueno demonstra ainda mais a aproximação do futebol com a mídia. A história da Copa de 1998 é contada, de maneira ainda mais intensa, por meio dos relatos de Galvão Bueno. Ele é uma mistura de narrador e personagem nesse webdocumentário. Talvez o pouco tempo para o trabalho de cobertura da emissora, considerando a representação das Copas de 1994 e 1998, se dê justamente porque a representação da seleção brasileira já é a própria representação da cobertura da Rede Globo e vice e versa.

O maior destaque do vídeo vai para o episódio da convulsão de Ronaldo. Tanto que o jogo final, que deveria ser o ápice, somente é exibido, por pouco tempo e sem muita importância. Os quase cinco minutos que tratam da convulsão constituem um subdocumentário dentro do vídeo, com narrativa própria e uma linguagem diferente. Começa tentando provocar apreensão e medo no telespectador, ao aparecer Galvão Bueno falando para as pessoas torcerem pela escalação brasileira, sem Ronaldo, estar errada. A história é contada em tom de dramaticidade, intercalando vários relatos de diferentes personagens com várias entrevistas e imagens da época. É dada ênfase ao episódio, talvez porque Ronaldo seja um jogador extremamente midiático e sua história repercute mais do que a trajetória da própria seleção brasileira.

A Copa do Mundo de 1998 é representada como uma Copa midiática, com bastante presença da televisão, dos jornalistas, do *feedback* do público, com bastante exploração das imagens e do espetáculo. É representada também como uma Copa em que o Brasil era o grande favorito, que só perderia se fosse para si mesmo. E foi justamente o que aconteceu. O episódio da convulsão de Ronaldo abalou a seleção a tal ponto que não conseguiram ganhar o título. Foi uma Copa do Mundo sem heróis. A vítima foi o próprio Ronaldo, que era o melhor do mundo e foi abatido por uma doença. O vilão, ainda que de maneira não clara, acabou sendo o técnico Zagallo, que escalou o jogador na final, em uma decisão que até hoje promove debates.

#### **4.1.9 - Copa do Mundo de 2002**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 2002

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 2002 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 14m52s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Luis Fernando Lima (Jornalista), Arnaldo Cesar Coelho (Comentarista esportivo), Luis Roberto (Locutor esportivo e narrador), Galvão Bueno (Narrador), Renato Ribeiro (Jornalista), Fátima Bernardes (Jornalista), João Ramalho (jornalista), Marcos Uchoa (jornalista), Carlos Henrique Schroder (Jornalista), Mauro Naves (Jornalista), Tino Marcos (Jornalista), Emanuel Mello Castro (Jornalista) e Ricardo Pereira (Jornalista).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 50 segundos do vídeo mostram a abertura da Copa de 2002, seguida de uma aparição de William Bonner, apresentando o Jornal Nacional, na época, comentando que “quatro bilhões de pessoas assistiram a abertura da Copa do Mundo”. Entre 00m51s e 01m27s, surgem no vídeo Arnaldo Cesar Coelho e Luis Fernando Lima explicando, respectivamente, os motivos da escolha de Japão e Coréia do Sul para sediarem, em conjunto, a Copa do Mundo de 2002, e o trabalho de logística desenvolvido pela Rede Globo para a cobertura do evento.

Entre 01m28s e 02m00s, são exibidas jogadas do primeiro jogo da Copa, entre França e Senegal. A derrota da seleção francesa é exaltada em reportagem da época de Marcos Uchoa e é dito que a derrota da França foi uma “agradável surpresa” e que a

seleção francesa era considerada arrogante. Nos 27 segundos seguintes, é contada, por Galvão Bueno, a trajetória da seleção brasileira até chegar a Copa de 2002 e até ser dirigida pelo técnico Luis Felipe Scolari, o Felipão. Entre 02m28s e 03m15s são exibidas imagens do atacante Ronaldo e é contada, pelo jornalista Marcos Uchoa, sua história de superação. É dito que o desempenho de Ronaldo na Copa do Mundo de 2002 foi “um milagre” e o jogador é nomeado herói.

Entre 03m16s e 04m50s, é explicado o trabalho de cobertura desempenhado pela Rede Globo e a aproximação da equipe de jornalismo da emissora com os jogadores da seleção brasileira. Entre 04m51s e 06m34s é contada a história do primeiro jogo do Brasil na competição, contra a Turquia, no qual os brasileiros venceram por dois a um. O jogo contado com uma reportagem da época, enquanto são exibidas imagens dos lances e os gols da partida. Entre 06m35s e 07m29s é explicada a aproximação dos jogadores da seleção brasileira com a jornalista Fátima Bernardes, que foi eleita “a musa da Copa” pelos atletas do Brasil. Entre 07m30s e 08m34s, são exibidos alguns gols e jogadas da partida entre Brasil e Costa Rica, narradas por uma reportagem da época.

Entre 08m35s e 09m16s, é contada a história do jogo entre Brasil e Bélgica, pelas oitavas de final da competição. São exibidos os gols e algumas jogadas da partida, logo após uma introdução ao assunto por meio de uma chamada do Jornal Nacional realizada na época. Logo em seguida, entre 09m17s e 10m35s, são exibidos os gols da partida contra a Inglaterra, pelas quartas de final, seguindo o mesmo roteiro do jogo anterior: uma chamada realizada pelo Jornal Nacional, entre William Bonner e Fátima Bernardes, introduziu o assunto, e depois uma reportagem da época contou a história da partida. Entre 10m36 e 11m03s, é contada a história do jogo semifinal entre Brasil e Turquia, de maneira bem rápida pelo jornalista Marcos Uchoa, enquanto o único gol da partida é exibido.

Entre 11m04s e 11m56s, é exaltado o trabalho de cobertura da Rede Globo, a figura de Fátima Bernardes e o alto índice de audiência que a Copa do Mundo de 2002 obteve. Entre 11m57s e 13m16s, é contada a história do jogo final da Copa, entre Brasil e Alemanha, na qual a seleção brasileira sagrou-se campeã. O enfoque é dado em Ronaldo e a história da partida é contada sob a perspectiva do atacante, que fez os dois gols da seleção na final. Entre 13m17s e 13m50, é exaltada a história de superação de Ronaldo, seguido de

imagens da seleção brasileira comemorando o título, assim como a torcida local. A partir de 13m51s até ao final do vídeo são exibidas imagens da seleção brasileira comemorando o título nos estúdios da TV Globo no Japão, após a conquista do título mundial.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa de 2002 é a mais nostálgica e otimista dentre todas as estudadas até agora. Foi a Copa do Mundo na qual a Rede Globo mais se envolveu na cobertura, atingindo um envolvimento a nível pessoal entre jornalistas e jogadores e membros da comissão técnica da seleção. Assim como ocorreu na representação da Copa de 1998, a de 2002 também é uma copa bastante midiática, que explora a utilização de imagens e conta sua história por meio das reportagens da TV Globo. É dada bastante importância para a questão da audiência, que bateu recorde nessa edição. Na representação dessa Copa, há quase uma simbiose completa da trajetória da Rede Globo com a trajetória da seleção brasileira, em um processo que começou a ser perceptível a partir da representação da Copa do Mundo de 1994. A vitória de um é a vitória do outro, assim como seus personagens estão completamente interligados. Galvão Bueno já funciona como o narrador oficial da seleção brasileira, há uma conexão histórica entre Fátima Bernardes e os jogadores brasileiros, todos os passos da seleção são seguidos e transmitidos de perto pela Rede Globo, de maneira quase instantânea. O maior exemplo dessa proximidade é que, ao ganhar o título mundial, a seleção, assim que sai do campo de futebol, segue para os estúdios TV Globo, com a taça em mãos, e comemora o título lá, junto com Galvão e os demais jornalistas da emissora.

Cada jogo da jornada brasileira é mostrado em detalhes, exibindo os gols e outras jogadas interessantes e quase sempre retratado por meio de reportagens da TV Globo. O trabalho da televisão como veículo de comunicação em si também é exaltado, o que chama a atenção para uma Copa do Mundo, pela primeira vez, vivenciada por meio da experiência televisiva. A única outra história contada no vídeo, além de Globo e seleção brasileira, é a história do atacante Ronaldo, que foi retratado como o herói da Copa, em uma edição em que não houve vilões e nem vítimas.

#### **4.1.10 - Copa do Mundo de 2006**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 2006

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 2006 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 14m52s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: Gustavo Poli (Jornalista), Tino Marcos (Jornalista), Alex Escobar (Jornalista), Pedro Bial (Jornalista), João Ramalho (Jornalista), Fátima Bernardes (Jornalista), Emanuel Mello Castro (Jornalista), Glenda Kozlowski (Jornalista), Luis Roberto (Locutor esportivo e narrador), Cesar Tralli (Jornalista) e Arnaldo Cesar Coelho (comentarista esportivo).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 01m22s do vídeo mostram a abertura da Copa de 2006, intercalada com uma explicação de Gustavo Poli sobre a preparação da equipe de jornalismo da TV Globo para a cobertura do evento. Nos 30 segundos seguintes, aparece o jornalista Tino Marcos explicando que a seleção brasileira, apesar de contar vários craques em seu elenco, perdeu a Copa por ter havido um relaxamento dos jogadores. Entre 01m54s e 02m27s são exibidas várias imagens de jogos variados da Copa, entre várias seleções, intercaladas com o relato de Alex Escobar, que fez a transmissão dos jogos da copa em que não estava envolvida a seleção brasileira.

Entre 02m28s e 04m06s há o relato do jornalista Gustavo Poli, explicando o favoritismo da seleção brasileira e o excesso de confiança tanto da torcida, quanto dos jogadores, para a disputa da competição na Alemanha. Esse relato é intercalado com os gols

marcados pela seleção no jogo contra Gana, no qual o atacante Ronaldo tornou-se o artilheiro em Copas do Mundo até então, com 15 gols. Entre 04m07s e 05m54s é relembrada a história do humorista Bussunda, que faleceu na Alemanha, em decorrência de um ataque cardíaco enquanto cobria a Copa do Mundo de 2006.

Entre 05m55s e 08m08s é contada a história da eliminação da seleção brasileira para a seleção francesa. São criticadas a autoconfiança dos jogadores, o peso do jogador Ronaldo e a “falta de tesão” dos atletas, que já eram consagrados e, na opinião do jornalista João Ramalho, achavam que não precisavam treinar. Em contraponto, é elogiado o futebol apresentado pelo meio francês, Zinedine Zidane. Nos 50 segundos seguintes são exibidas imagens do jogo semifinal entre França e Portugal, mostrando a vitória do time francês. Entre 09m00s e 10m38s é contada a história do outro jogo semifinal, entre Itália e Alemanha, na qual a Itália saiu-se vitoriosa, intercalada com imagens da partida.

Entre 10m39s e 12m09s, é contada a história do jogo final entre França e Itália, com exibição de imagens da partida, mostrando jogadas e gols. Entre 12m10s e 13m38s, é exibido e discutido o lance clássico da cabeçada proferida por Zidane no peito do zagueiro italiano Marco Materazzi, o qual determinou a expulsão do meio campo francês. O jornalista Pedro Bial afirma que ninguém, em campo, viu a cabeçada e que o juiz foi avisado por alguém que consultou as imagens da televisão. É dito: “foi a primeira vez que a televisão decidiu a Copa do Mundo”. A partir de 13m39s até ao final do vídeo, são exibidos os pênaltis da partida final e a festa da seleção italiana, que se sagrou campeã da competição.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 2006 possui exatamente o mesmo tempo de vídeo da representação da Copa de 2002 e possui 11 personagens contando a história da competição. No entanto, apesar do tempo de tela e do alto número de personagens, a Copa de 2006 recebe um tratamento distante, um tanto quanto frio. É a primeira Copa em que a seleção brasileira e o trabalho de cobertura da Rede Globo recebem menos tempo de vídeo do que uma seleção estrangeira. No caso, tanto França, quanto Itália recebem mais destaque



do que TV Globo e seleção brasileira e a prova disso é que pela primeira vez desde a representação da Copa de 1982, Galvão Bueno não aparece como personagem no vídeo.

Porém, mesmo havendo um distanciamento da Rede Globo em relação à seleção brasileira, não há um distanciamento da televisão do evento. Ambas continuam intimamente ligadas, tanto que, de acordo com Pedro Bial, em relato no vídeo, a própria televisão foi a responsável por decidir o destino da Copa do Mundo, ao ter papel preponderante no lance da cabeçada do Zidane em Materazzi. O número de imagens de arquivo, mesmo quando não servem para explicar algum lance ou história específicas, também demonstra a conexão entre o evento e o meio de comunicação.

A seleção brasileira de 2006 é representada de maneira semelhante a de 1998. Era uma seleção repleta de craques consagrados e que apresentou certa arrogância ao longo da competição. A diferença que explica o maior desprezo pela seleção de 2006 é que em 1998, a seleção perdeu por causa da convulsão de Ronaldo, um episódio acidental, enquanto que em 2006 ela perdeu justamente por causa dessa arrogância, já que seus jogadores não se esforçaram o quanto deveriam. Ronaldo, que em 1998 foi vítima e em 2002 foi herói, nessa Copa foi o vilão, assim como toda a seleção brasileira. Zidane foi tratado como vítima no episódio da cabeçada e, por fim, esta foi uma Copa do Mundo sem herói.

#### **4.1.11 - Copa do Mundo de 2010**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Memória Globo

Data: Indefinida

Local: Hospedado no site Memória Globo

Título: Copa do Mundo de 2010

Designação geral do Material: Vídeo em formato de documentário, em cores, contando a história da Copa do Mundo de 2010 e a atuação da Rede Globo na cobertura desta Copa. Possui 13m50s de duração e foi feito para ser colocado diretamente na web.

Outras informações técnicas: As personagens que aparecem no vídeo são: William Bonner (Jornalista), Gustavo Poli (Jornalista), João Pedro Paes Leme (Jornalista), Fernando Guimarães (Jornalista), Alex Escobar (Jornalista), Luis Roberto (Locutor esportivo e narrador), Marcos Uchoa (Jornalista) e Tino Marcos (Jornalista).

##### **Fase Descritiva-interpretativa:**

Os primeiros 2 minutos do vídeo mostram a abertura da Copa de 2010, intercalada com os relatos de William Bonner e Gustavo Poli sobre a preparação e cobertura da Rede Globo. A audiência obtida pela emissora é exaltada, assim como o trabalho desempenhado pela mesma. Entre 02m01s e 03m11s, são exibidos todos os gols do Brasil no jogo de estreia contra a Coreia do Norte, além de outras jogadas da partida, contadas por uma reportagem da época. Entre 03m12s e 04m47s, é apresentado o programa “Central da Copa”, criado para a Copa do Mundo de 2010, apresentado por Tiago Leifert.

Entre 04m58s e 05m59s, são exibidos os lances e gols do jogo entre Brasil e Costa do Marfim. Logo em seguida, entre 06m00s e 07m34s, é contada a história da discussão entre o jornalista da TV Globo, Alex Escobar, e o técnico da seleção brasileira, Dunga, na qual o treinador ofendeu o jornalista seguidas vezes em uma entrevista coletiva. Entre 07m35s e 09m52s, os personagens Luis Roberto, Gustavo Poli, Marcos Uchoa e Tino

Marcos contam a relação conturbada entre os jornalistas presentes na cobertura do evento e o técnico e jogadores da seleção brasileira. Nomeiam Dunga como o culpado da situação, ao assumir postura agressiva e combativa contra a imprensa e ao exigir o mesmo comportamento dos atletas. Os relatos são intercalados com uma reportagem da época que critica o técnico e o culpa por transformar jogadores carismáticos em agressivo, como, por exemplo, Robinho.

Entre 09m53s e 12m02s, é contada a história do jogo entre Brasil e Holanda, no qual o Brasil foi eliminado. Vários lances do jogo são exibidos, intercalados com imagens de torcedores brasileiros espalhados pelo país. O destaque é feito em cima da atuação do volante Felipe Melo, eleito o culpado pela derrota, por ter errado nos dois gols holandeses e ter sido expulso após agredir o atacante Robben. Entre 12m03s e 12m41s, surge na tela o jornalista Marcos Uchoa explicando que o Brasil perdeu a Copa de 2010 por escolhas erradas do técnico Dunga, como apostar em Kaká, que estava mal fisicamente e por não convocar Neymar e Ganso. A partir de 12m42s até ao final do vídeo são exibidos lances do jogo final entre Holanda e Espanha, no qual a Espanha foi a campeã, exaltando-se a qualidade do meio campo Andreas Iniesta, nomeado o craque do time.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 2010 é focada em construir a imagem de vilão do técnico Dunga. A maior parte do vídeo é destinada a falar das relações agressivas e conflituosas do treinador com a imprensa e em como essa postura “militar” contagiou negativamente os demais jogadores brasileiros, que adotaram postura semelhante, contrariando o jeito brasileiro de ser e se comportar dentro do futebol. Felipe Melo, outro vilão eleito, é a representação do técnico dentro de campo. Ambos foram os responsáveis pela eliminação do Brasil de acordo com a representação feita pelo webdocumentário e, por isso, são os vilões da Copa do Mundo de 2010. A figura de herói não foi muito bem construída em nenhum momento, mas Iniesta talvez seja o responsável por esse posto, por ser o craque e o autor do gol do primeiro título mundial da Espanha em sua história.

Interessante perceber que depois de três Copas em que a relação entre a seleção brasileira e a Rede Globo tornou-se muito intensa (1994, 1998 e 2002), ambas tenham

promovido um afastamento nas duas últimas edições do torneio (2006 e 2010), justamente em um período em que a seleção não obteve grande desempenho esportivo dentro de campo. De todas as representações, a da Copa de 2010 é a que há uma maior separação entre as trajetórias e papéis desempenhados por Rede Globo e seleção brasileira.

A busca por audiência continua pautando a representação da Copa do Mundo de 2010, assim como aconteceu nos últimos webdocumentários. A importância de uma nova linguagem para atrair nova audiência é representada na criação do programa Central da Copa e sua exibição no vídeo fica meio deslocada dentro do contexto geral do webdocumentário.

#### 4.2: Ficha de análise do material do Museu do Futebol

A Ficha de comparação, elaborada nos termos da metodologia proposta por Maimone e Tálamo (2009), foi criada da seguinte maneira: na primeira fase, os elementos técnicos pesquisados foram expostos de maneira estritamente descritiva, em uma estrutura de tópicos. Na segunda fase, foi realizada uma análise superficial do material estudado, escrito de maneira descritiva, para trazer à discussão os elementos pesquisados e, por fim, na terceira fase, foi realizada a interpretação dos dados coletados e descritos nas duas fases anteriores. De maneira ilustrativa, o estudo de caso foi realizado com base na ficha a seguir:

<b>Primeira Fase (descritiva)</b>	<b>Segunda Fase (descritivo- interpretativa)</b>	<b>Terceira Fase (interpretativa) Descritores</b>
Autor	Identificação do tema e motivos da obra	Autoria
Data	Importância	Cronologia (contexto histórico)
Local	Relevância dos personagens envolvidos	Natureza artística (linguagem do documentário)
Título		Temático descritivo (descrição das imagens)
Designação geral do material		Temático interpretativo (interpretação das imagens)
Outras informações técnicas		

## **4.2.1 - Copa do Mundo de 1970**

### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1970

Designação geral do Material: A Copa de 1970 possui um único totem para si, composto por 51 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Alguns vídeos e fotografias são coloridos e outros são em preto e branco. Quatro televisões rodam somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinados a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

### **Fase Descritiva-interpretativa**

Toda a parte superior do totem é direcionada a mostrar o contexto social, político e econômico do Brasil durante a Copa de 1970. São exibidas as seguintes fotografias:

- Uma de Pelé sem camisa, no meio da multidão, com a legenda “Pelé, com o uniforme arrancado pelos torcedores, é finalmente tricampeão”.
- Uma imagem de uma pessoa discursando para a multidão no Rio de Janeiro, com a legenda: “O líder estudantil Vladimir Palmeira discursa na cinelândia, Rio, em pleno governo militar, 1968”.

- Uma imagem com os dizeres Brasil, ame-o ou deixe-o, com a legenda: “Brasil, ame- ou deixe-o era a frase com que o governo autoritário de Médici exigia a adesão dos brasileiros a seus planos”.
- Uma foto de Médici e Carlos Alberto Torres, sorrindo e levantando a taça Jules Rimet, com a legenda: “O capitão Carlos Alberto com o presidente-general Emílio Garrastazu Médici”.
- Uma foto de uma briga da polícia com manifestantes, com a legenda: “Na foto de Evandro Teixeira, a manifestação estudantil contra a ditadura no Rio, em 1968”.
- Uma foto de Jairzinho abraçado com mexicanos, com a legenda: “Mexicanos viram brasileiros ao abraçar Jairzinho no jogo final da copa”.
- Uma imagem da capa do jornal “O Globo” mostrando o tricampeonato do Brasil, com a legenda: “22 de junho de 1970: edição extra do jornal O Globo no dia em que a seleção conquistou a Copa de 1970”.

Toda parte inferior do totem mostra fotografias da seleção brasileira de 1970 e o vídeo a ser analisado. São duas fotos do time titular da seleção, três imagens de Pelé, uma de Rivellino e outra de Jairzinho, em jogadas realizadas na Copa. O vídeo exibe cenas de todos os jogos brasileiros e de quase todos os gols. O maior destaque é dado para os jogos contra o Uruguai e a final contra a Itália. É dito pela legenda que acompanha o vídeo que a seleção brasileira de 1970 se destacava tanto pelo brilho individual, quanto pelo espírito coletivo de seus jogadores. São exaltados e chamados de craques os seguintes jogadores, nominalmente: Pelé, Rivellino, Carlos Alberto Torres, Tostão, Jairzinho e Clodoaldo. É citada a rivalidade contra o Uruguai, construída pela Copa de 1950. Ao final do vídeo, enquanto são exibidas imagens de Carlos Alberto Torres levantando a taça, é dito que a Taça Jules Rimet ficou na mão de quem realmente a merecia e também é destacado que o povo mexicano se apaixonou pela seleção brasileira e seus jogadores.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A importância dada a Copa de 1970 na expografia do Museu é perceptível. Somente três Copas do Mundo, dentre todas exibidas no Museu do Futebol, possuem um *totem* para si: A Copa do Mundo de 1970 e as Copas do Mundo de 1958 e 2014, que não são objetos

de estudo desta pesquisa. São 51 televisões, o maior número de aparelhos em um *totem*. Também é a Copa representada com o maior número de imagens de arquivo, mesmo sendo, dentre as estudadas, a que provavelmente possui menos imagens de arquivo disponíveis. São oito fotografias da seleção e seus jogadores.

O vídeo exibido se fixa somente em mostrar o desempenho da seleção brasileira durante o desenrolar da Copa. As imagens que cercam o *totem* tentam mostrar o contexto político da época, mostrando o posicionamento do Museu contra a Ditadura Militar brasileira que existia na época. No entanto, há um esforço para dissociar a imagem do regime militar da imagem da seleção brasileira. No vídeo, nenhuma outra seleção tem sua trajetória na copa representada. Só recebem alguma menção as seleções uruguaias e italianas, mas somente na condição de “derrotadas” pelo futebol brasileiro. O vídeo assume que a seleção de 1970 é a melhor da história e dá a devida dimensão de quais jogadores tiveram importância: Rivellino, Tostão, Jairzinho, Gerson, Clodoaldo, Carlos Alberto Torres e, principalmente, Pelé. Essa condição é perceptível quando é dito, ao final do vídeo, que a Taça Jules Rimet, que ficou em definitivo para o Brasil, por ser a primeira tricampeã do mundo, “ficou nas mãos de quem realmente a merece”. Pouco tempo depois, a taça foi roubada em território nacional e nunca mais foi encontrada.

O vídeo se concentra em criar apenas a figura de heróis, sem vilões e vítimas e uma saga épica. Os heróis são os jogadores já citados, além da própria seleção brasileira, que além de salvar o futebol, tornou-se ídolo de todos os mexicanos. A trajetória é épica por contar a história de uma seleção que foi superando adversários imbatíveis com tremenda classe e beleza.



## **4.2.2 - Copa do Mundo de 1974**

### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1974

Designação geral do Material: A Copa de 1974 divide um totem com as Copas de 1978 e 1982. É composta por 09 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Alguns vídeos e fotografias são coloridos e outros são em preto e branco. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinados a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma fotografia de políticos brasileiros, com a legenda “O presidente Ernesto Geisel e seus ministros em 1975”.
- Uma imagem da seleção alemã, com a legenda “O técnico Helmut Schoen e o capitão da seleção alemã, Franz Beckenbauer, seguram a taça Fifa, 1974”.
- Uma imagem de Beckenbauer, com a legenda: “1974: Beckenbauer e a taça Fifa, que substituiu a Jules Rimet”.

- Uma imagem de Cruyff, com a legenda: “1974: O holandês Johan Cruyff, o craque da copa, num de seus dribles”.

- Uma fotografia da seleção brasileira, com a legenda: “1974: a seleção brasileira vive seus períodos de entressafra”.

O vídeo já começa exibindo as imagens do jogo no qual o Brasil foi eliminado pela Holanda. É exaltada a atuação de Cruyff, jogador da seleção holandesa, tanto no jogo contra o Brasil, quanto em toda Copa do Mundo de 1974. Não é citado nenhum jogador brasileiro e nem mostrado nenhum lance da seleção sem ser o jogo contra a Holanda. Dentre as fotografias, há somente a imagem do time titular da seleção perfilado, sem citar o nome de nenhum jogador.

O vídeo é consideravelmente mais curto que o da Copa de 1970, apesar de não ser possível precisar os tempos de exibição. Após o jogo entre Holanda e Brasil, são exibidas as imagens do jogo final entre Alemanha e Holanda, sendo mostrados todos os gols do jogo. O destaque maior vai para a seleção holandesa, apesar da seleção alemã ter sido a campeã da copa.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

No estudo da Copa de 1974, apesar de possuir mais imagens possíveis de utilização do que a Copa de 1970, sua representação se divide em um mesmo totem com outras duas copas do mundo e possui apenas 09 televisores que contam sua história. Em termos de contextualização política, o Museu mostra a figura do presidente Ernesto Geisel, mas não faz críticas e nem o relaciona ao futebol, ainda tentando manter separadas as imagens entre governo federal/regime militar e a seleção brasileira.

Como a exibição faz questão de não citar nenhum jogador, não mostrar lances da seleção e começar a exibição do vídeo já pelo jogo de eliminação da seleção brasileira para a Holanda, além do número baixo de televisores, demonstra que a expografia do Museu do Futebol considera a Copa do Mundo de 1974, uma copa “menor”, de menos importância na história do futebol brasileiro. Não merece receber muito destaque e nem suas curiosidades contadas. O único destaque recebido se deve ao time da Holanda, que representou no

momento uma revolução tática do futebol e um exemplo de futebol-arte, tipo de jogo este apreciado pelos brasileiros. Porém, no começo do vídeo, é ressaltada a ideia de que, naquele ponto histórico, a Holanda não possuía nenhuma relevância ou experiência na história das copas. O fato da seleção holandesa ter perdido a Copa para a Alemanha, que simboliza o futebol tático e físico (futebol-força), representa quase que uma derrota do futebol em si, nos conceitos trazidos pelo Museu do Futebol.

O herói dessa Copa é personificado na figura tanto de Cruyff, quanto da seleção holandesa, que representa os ideais de futebol bem jogado, assim como adota-se no Brasil. A Alemanha assume o papel de vilão, por ter vencido o herói no final. No entanto, não há uma vitimização da seleção holandesa, pois é dito logo de cara que a mesma não possui experiência em copas e que ela surge como grande surpresa.

### **4.2.3 - Copa do Mundo de 1978**

#### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1978

Designação geral do Material: A Copa de 1978 divide um *totem* com as Copas de 1974 e 1982. É composta por 14 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Alguns vídeos e fotografias são coloridos e outros são em preto e branco. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins dessa pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

#### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem de manifestantes no Brasil, com a legenda “Manifestação política no Brasil, 1979”.
- Uma imagem de Daniel Passarella, zagueiro argentino, erguendo a taça de campeão, com a legenda “O capitão Daniel Passarella ergue a taça de campeão”.
- Uma imagem de Leonel Brizola, com a legenda: “O líder político, Leonel Brizola, em São Borja, Rio Grande do Sul, na volta do exílio, é recebido pelo povo, em 1979”.

- Uma imagem da seleção brasileira em 1978, com a legenda: “1978: A seleção, que voltaria da Argentina invicta, mas com um simples terceiro lugar”.

O vídeo, mesmo antes de começar a exibir imagens de jogos e lances da Copa, já mostra uma mensagem escrita na tela, explicando que a Copa de 1978 foi uma copa extremamente entrelaçada com a política e da pressão política feita pelo regime militar argentino, para que o país anfitrião se sagrasse campeão. Em seguida, são exibidos os gols da seleção brasileira nos primeiros dois jogos da Copa. O tempo de vídeo destinado a tratar do desempenho brasileiro na Copa de 1978 aumenta consideravelmente em relação à Copa anterior. Há exaltação para o gol de Nelinho, lateral-direito da seleção brasileira, eleito como o mais bonito do mundial. Logo após, são exibidos os lances do jogo entre Argentina e Peru e as legendas indicam a suspeita de fraude (compra de resultado) daquele jogo. É dito que a Argentina realiza um sonho alimentado desde 1938: sediar uma Copa do Mundo. Ela faz isso em “clima de ditadura, a mais sangrenta da história do país. A seleção da casa é vitoriosa, em meio a polêmicas de arbitragem e acusações de *dopping*”.

Em seguida, são mostrados os lances do jogo do Brasil na disputa pelo terceiro lugar, em que a seleção ganhou. Foi a Copa em que o Brasil terminou invicto, mas não foi campeão. O final do vídeo retrata o jogo decisivo entre Argentina e Holanda, na qual a anfitriã se sagrou campeã. É dito no vídeo que o gol argentino que lhes deu a vitória, do atacante Mário Kempes, foi claramente irregular, pois o argentino solou o zagueiro holandês, o que configura falta de ataque, e que o gol deveria ter sido anulado pelo juiz. Os segundos finais do vídeo mostram o capitão Daniel Passarella erguendo a taça Fifa e a Argentina comemorando o título.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

Na representação da Copa do Mundo de 1978, o Museu do Futebol parte para uma estratégia completamente diferente do que a adotada até então. Apesar das imagens confirmarem o posicionamento contra a Ditadura Militar brasileira, mostrando foto de manifestantes em 1979 e a volta de Leonel Brizola ao país, em um momento que marca o início da abertura política, o Museu do Futebol até então, na representação das duas Copas anteriores (1970 e 1974), fez um esforço para separar futebol e política. No entanto, na

Copa de 1978, o vídeo já começa sua exibição assumindo que essa foi a Copa do Mundo mais entrelaçada com a política na história e que o regime militar argentino claramente manipulou a organização do torneio.

A crítica à vitória argentina é direta e se estende tanto ao governo argentino, que promoveu a manipulação, quanto ao povo argentino (que comemorou algo que se sabia ser falso) e a própria seleção argentina, que participou do jogo contra o Peru e comemorou a vitória, que deu força a Ditadura Militar argentina.

A representação da seleção brasileira é feita no sentido de vitimização, enquanto a Argentina torna-se a grande vilã. É uma Copa sem a criação da figura do herói, apesar de o gol de Nelinho quase transformá-lo nesse papel. Não há menção a nenhuma outra seleção além de Brasil e Argentina, o que demonstra a polarização entre “mocinhos” e “bandidos” na representação dessa Copa do Mundo.

#### **4.2.4 - Copa do Mundo de 1982**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1982

Designação geral do Material: A Copa de 1982 divide um *totem* com as Copas de 1974 e 1978. É composta por 12 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Pela primeira vez, todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

##### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem de um lance entre Zico e Maradona, com a legenda: “1982: Zico e Maradona brigam pela bola”.
- Uma imagem de Dino Zoff (goleiro italiano) e o Rei da Espanha, com a legenda: “1982: O Rei Juan Carlos, da Espanha, entrega a taça ao goleiro Dino Zoff”
- Uma imagem da seleção brasileira de 1982, com a legenda: “1982: A seleção brasileira de que disputou o mundial na Espanha”.

- Uma imagem da seleção italiana comemorando o título: “1982: os italianos exultam no Estádio Santiago Bernabeu, onde se tornam tricampeões”.

O vídeo começa exibindo lances e gols da seleção brasileira e é dito que na Copa de 1982, a seleção brasileira apresentou um futebol dos sonhos. São mostrados todos os gols brasileiros e citados nominalmente os jogadores que marcaram os gols, como Zico, Falcão e Sócrates. Logo em seguida, começam as imagens do jogo contra a Itália e a partida é narrada de maneira trágica, pausada, gol a gol. Após a derrota brasileira, o vídeo corta para o jogo final, no qual é citado rapidamente o árbitro Arnaldo Cesar Coelho, apitando o jogo decisivo. Em seguida, são exibidos os gols do jogo final entre Itália e Alemanha, com a seleção italiana se sagrando campeã. O vídeo, curto, termina com a imagem do goleiro Dino Zoff levantando a taça.

#### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 1982 traz alguns elementos, tais como o pouco número de televisores, o tempo curto do vídeo e o fato de dividir o *totem* com outras duas Copas do Mundo, o que faz com que sua representação seja mais curta do que a Copa de 1970, por exemplo. No entanto, sua exibição, extremamente focada nas bonitas jogadas e gols brasileiros, chama a atenção, pois pela primeira vez uma seleção que não é a campeã da Copa recebe mais tempo de vídeo do que a própria campeã (Itália).

O vídeo descreve o futebol brasileiro na Copa de 1982 como um futebol de sonhos. Há um enfoque grande no jogo decisivo para a seleção brasileira, entre Brasil e Itália. É o primeiro jogo sem ser uma final, no qual há uma espécie de narrativa. Cada gol é exibido e citado, mostrando o momento do jogo (“empate”, “virada” e etc), de maneira a criar uma tensão no espectador. É como se esse jogo representasse a síntese daquela Copa, como se fosse um jogo mais importante do que a grande decisão entre Itália e Alemanha. É uma Copa sem a representação de um herói. A Itália simboliza o papel de um vilão, mas não um vilão como a Argentina da Copa anterior, mas sim uma vilania de certo modo “necessária”. O Brasil e seu futebol considerado “vistoso” são representados como a grande vítima de uma tragédia na Copa do Mundo.



#### **4.2.5 - Copa do Mundo de 1986**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1986

Designação geral do Material: A Copa de 1986 divide um *totem* com a Copa de 1990. É composta por 19 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

##### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem de manifestantes, com a legenda: “Mobilização nacional: comício pelas Diretas Já reúne 800 mil pessoas na praça da Candelária, Rio de Janeiro, 1984”.
- Uma imagem de Lula discursando, com a legenda: “O então deputado e ex-presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema, Luis Inácio da Silva, o Lula, participa de manifestação em São Paulo, 1986”.
- Fotografia de políticos no Congresso Nacional, com a legenda: “Tancredo Neves, recém-eleito Presidente da República, discursa após sua vitória no Congresso Nacional em 1985. Pouco tempo depois, faleceria antes de tomar posse”.

- Uma imagem da seleção argentina, com a legenda: “1986: A Argentina, que ganhará dessa vez com méritos, seu segundo mundial”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “1986: na hora do hino, a equipe ainda sonha com o tetra”.
- Uma imagem de Telê Santana, técnico das seleções de 1982 e 1986, com a legenda: “1986: Telê Santana, o técnico brilhante de duas seleções sem sorte”.
- Uma imagem de Sócrates, com a legenda: “1986: Sócrates em sua atuação no México”.
- Uma imagem de Maradona, com a legenda: “Diego Maradona: capitão argentino, campeão e maior estrela da Copa”.
- Uma imagem de políticos em comício pelas Diretas Já, com a legenda: “16 de abril de 1984: o comício pelas Diretas Já muda o destino do país e reúne Mário Covas, Ulisses Guimarães, Tancredo Neves, Franco Montoro e Fernando Henrique Cardoso, em São Paulo”.

O vídeo começa exibindo lances e gols da seleção brasileira e é dito que a Copa de 1986 será a Copa da sorte e do azar. Enquanto são exibidos os gols, são mencionadas as jogadas espetaculares de Josimar, Careca e Edinho, jogadores da seleção brasileira. Todo o início do vídeo é destinado para representar a seleção brasileira e em seguida, são mostrados os gols do jogo entre Brasil e França. São exibidos os pênaltis perdidos por Zico, Sócrates e Julio César e é dito que o Brasil foi eliminado da Copa “por azar”.

Após a eliminação brasileira, todo resto do vídeo retrata a seleção argentina e Diego Maradona. Este último é nomeado com “herói da copa e gênio”, enquanto são exibidos os dois gols contra a Inglaterra. Após o jogo contra os ingleses, são exibidos os lances de Maradona no jogo da final contra a Alemanha, além dos gols da partida. O vídeo termina dizendo que, diferentemente de 1978, dessa vez a Argentina realmente mereceu ser campeã do mundo e Maradona merece o rótulo de herói, pois foi ele quem conseguiu trazer a conquista para seu país.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

Na representação da Copa do Mundo de 1986 prevalecem apenas duas seleções: A brasileira e a Argentina. A quantidade de imagens e fotografias exibindo políticos, manifestações e passeatas demonstram a agitação política da época em que a Copa do Mundo de 1986 foi organizada. Também “fecha um ciclo” do Brasil, na qual o país consegue retomar o regime democrático e se distanciar dos militares, em posição claramente defendida pelo Museu do Futebol ao se analisar a representação das copas desde 1970. No entanto, novamente, há um esforço para manter separados os universos da política e do futebol, com exceção, como já mencionado, na Copa de 1978.

A quantidade de fotografias e imagens exibindo a seleção brasileira e seus jogadores, além do vídeo usar sua primeira parte somente contando a trajetória da seleção brasileira, também demonstra que o Museu do Futebol retrata a seleção de 1986 com certa reverência, assim como a de 1982. Telê Santana é o primeiro técnico a ser representado e é tido como “um técnico brilhante de duas seleções sem sorte”. Aliás, a representação do Museu assume essa teoria: a seleção de 1986 não perdeu porque faltou técnica, preparo ou porque teve influência externa. Perdeu porque teve azar. Vários jogadores foram citados nominalmente, como Zico, Sócrates, Careca, Julio Cesar, Josimar e Edinho. Diferentemente de outras copas, nesta não há representação de vilões. O Brasil foi vítima do próprio azar e o herói foi, obviamente, Diego Maradona.

O Museu do Futebol, de maneira bastante objetiva, classifica Maradona como o herói e grande personagem da copa. Ele assume um papel inclusive superior a da própria seleção argentina. Quem ganhou a Copa do Mundo de 1986 foi, primeiramente, Maradona e depois a Argentina, por consequência. O fato dessa Copa não ter a representação de um vilão se deve exatamente a essa representação onipotente de Maradona, pois sua presença ofusca os demais personagens da Copa.

Por fim, interessante notar que, apesar de Arnaldo Cesar Coelho ter sido citado como árbitro na final da Copa de 1982, o que é considerado uma “conquista” para o povo brasileiro, não há menção alguma ao árbitro Romualdo Arppi Filho, que também apitou a final da Copa do Mundo de 1986, entre Argentina e Alemanha.

## **4.2.6 - Copa do Mundo de 1990**

### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1990

Designação geral do Material: A Copa de 1990 divide um *totem* com a Copa de 1986. É composta por 12 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem de Dunga dando carrinho em Maradona, com a legenda: “1990: Dunga tenta o mais difícil, ou seja, conter o impetuoso Maradona”.
- Uma imagem da seleção alemã, com a legenda: “1990: A copa é na Itália, mas quem leva o título é a Alemanha”.
- Uma imagem da seleção alemã, com a legenda: “A Alemanha que Beckenbauer, agora como técnico, ajuda a ser campeão”.

- Uma imagem de Maradona, com a legenda: “1990: bola dividida entre Maradona e o alemão Buchwald”.
- Uma imagem da torcida da Alemanha, com a legenda: “1990: torcida alemã vibra com a conquista da menos entusiasmante das Copas”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “1990: a seleção do técnico Sebastião Lazaroni, que inaugura a ‘era Dunga’”.
- Uma imagem de políticos brasileiros, com a legenda: “O deputado Ulisses Guimarães presidia votação da nova Constituição Federal em 1988”.

O vídeo aparenta ter menos de 12 segundos de duração e mostra somente lances do jogo final entre Argentina e Alemanha. É dito que a Copa do Mundo de 1990 foi a de futebol mais feio e pobre e que foi uma copa “sem graça”. Ao final do vídeo, é exibida a imagem do capitão alemão Lothar Matthaus levantando a taça e a Alemanha comemorando o título.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 1990 é bastante rápida, tal como demonstrado pelo tempo curto de vídeo. O Museu do Futebol descreve como uma Copa do Mundo de pouca relevância na história. O Museu não faz nenhum esforço para representar a seleção brasileira ou as demais no mundial. Nem as seleções que disputaram a final. A campeã Alemanha é representada como uma seleção que ganhou uma copa sem brilho e que igualmente não apresentou nada que chamasse a atenção.

Assim como ocorreu com a representação da Copa de 1974, a Copa de 1990 é retratada como uma Copa menor na história da seleção brasileira, que não merece muita atenção. O único jogador da seleção citado é Dunga, que simboliza o futebol fraco tecnicamente jogado por aquela seleção. No vídeo, não há exibição de nenhum outro jogo além da final, nem representações de outros personagens, logo, não há criação de heróis, vilões e vítimas.

#### **4.2.7 - Copa do Mundo de 1994**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1994

Designação geral do Material: A Copa de 1994 divide um *totem* com a Copa de 1998. É composta por 26 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

##### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem de Roberto Marinho, com a legenda: “O jornalista Roberto Marinho, que teve papel preponderante no desenvolvimento da televisão brasileira, inaugura os novos estúdios da TV Globo, o Projac, no Rio de Janeiro, 1995”.
- Uma capa da Revista Veja, quando o ex-presidente Collor caiu, com a legenda: “A Revista Veja, em edição histórica, de 30 de setembro de 1992, estampou a queda do Presidente Collor”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “1994: a seleção de Carlos Alberto Parreira. Competitiva, sólida, melhor para a história do que para os olhos”.

- Uma imagem de Romário, com a legenda: “1994: Romário, o nome decisivo em toda campanha do tetra”.
- A imagem clássica de Bebeto, Romário e Mazinho, com a legenda: “1994: Romário, Bebeto e Mazinho comemoram o gol contra a Holanda, em que Bebeto homenageia seu filho recém-nascido”.
- Uma imagem de Dunga, levantando a taça de campeão, com a legenda: “1994: Dunga, taça erguida, põe fim à era que leva seu nome”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “1994: Aldair, Cafu, Bebeto, Viola, Mauro Silva e Taffarel. Jogo findo, Copa ganha”.
- Uma imagem da seleção com as medalhas, com a legenda: “1994: na comemoração em Palo Alto, nos EUA, o reserva Ronaldo acaricia sua medalha”.

O vídeo começa com imagens de Romário e exaltando o jogador, nomeado o herói da Copa de 1994. São exibidos lances e jogadas do atacante, citando algumas de suas habilidades e imagens de zagueiros tentando, mas não conseguindo pará-lo em campo. Em seguida, começam a serem exibidos os lances do Brasil na Copa do Mundo de 1994. Todos os gols são exibidos pela ordem em que aconteceram e é dito que, apesar de Romário ser a estrela, há ótimos coadjuvantes: Bebeto, Marcio Santos, Branco e Mazinho. A seleção brasileira de 1994 é nomeada como a seleção da “força, tática e inteligência”. O jogo da final contra a Itália, são mostrados poucos lances do jogo e os pênaltis são exibidos um por um. Ao final do vídeo, é mostrada a comemoração dos jogadores brasileiros e o capitão Dunga erguendo a taça de campeão.

#### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 1994 traz duas interpretações distintas. O Museu do Futebol reconhece a importância daquela Copa e dá sua devida dimensão ao colocar 26 televisores para representá-la, porém há resistência ao futebol praticado por aquela seleção. Não havia tantos jogadores citados nominalmente desde a representação da Copa do Mundo de 1970. São citados: Romário, Marcio Santos, Bebeto, Mazinho, Branco, Ronaldo, Aldair, Cafu, Viola e Taffarel. A quantidade de imagens, o tempo de vídeo e o

número de jogadores citados demonstra que o Museu faz um esforço para reconhecer a importância da seleção brasileira de 1994, que tirou o Brasil de uma fila de 24 anos sem título em Copas do Mundo, porém não há exaltação ao nível de jogo praticado pela seleção, tal como ocorreu na representação da Copa de 1982, por exemplo.

É possível perceber essa resistência com a legenda da imagem da seleção: “1994: a seleção de Carlos Alberto Parreira. Competitiva, sólida, melhor para a história do que para os olhos”. A representação foca somente na seleção brasileira. Nenhuma outra seleção recebe destaque. No entanto, Romário talvez receba mais destaque do que a própria seleção. Interessante notar que o Museu também faz uma homenagem, exaltando a TV Globo e o jornalista Roberto Marinho. Interessante porque a Fundação Roberto Marinho é quem concebeu e realizou a construção do Museu do Futebol, em parceria com o Governo do Estado e as empresas Visa, Santander, Ambev e Telefônica, além da colaboração da própria TV Globo.

A construção de imagens na Copa do Mundo de 1994 também é incompleta. O herói é dito desde o começo do vídeo: Romário. No entanto, não há representação de vilões, vítimas e nem a criação de uma trajetória marcante. É a Copa da segurança e da tática. Talvez por isso o Museu tenha resistência. O Brasil ganhou a Copa com uma proposta de jogo que não é a mesma da representação clássica de futebol brasileiro, um futebol plástico, bonito e vistoso. Igual ao praticado pela seleção de 1982 e 1970. Por fim, a imagem de Ronaldo, ainda reserva e garoto em 1994, também é interessante, pois a primeira vez que um reserva ganha destaque. É como se fosse um prelúdio para o que o ele viria a se tornar nas copas seguintes.



## 4.2.8 - Copa do Mundo de 1998

### Fase Descritiva:

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 1998

Designação geral do Material: A Copa de 1998 divide um *totem* com a Copa de 1994. É composta por 21 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas. Pela primeira vez, não há nenhuma foto ou representação de políticos. Para fins dessa pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

### Fase Descritiva-interpretativa

- Uma imagem de Taffarel, com a legenda: “1998: Taffarel vibra com um dos pênaltis defendidos na semifinal contra a Holanda”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “1998: pela segunda vez na história das Copas, o time do Brasil torna-se vice-campeão”.
- Uma imagem de Zagallo beijando Ronaldo, com a legenda: “1998: Zagallo e Ronaldinho no emocionado gesto após a vitória do Brasil sobre a Holanda”.

- Uma imagem da seleção francesa, com a legenda: “1998: o time francês ouve seu hino, a Marselhesa, preparando-se para a final contra o Brasil”.
- A imagem de Zidane abraçado com outros jogadores franceses, com a legenda: “Em 1998, os franceses celebram a conquista da Copa”.
- Uma imagem de Dessaily, Zidane e Blanc, levantando a taça de campeão, com a legenda: “1998: Zinedine Zidane, Marcel Dessaily e Laurent Blanc seguram a taça após a vitória da França contra o Brasil”.

O vídeo começa com imagens de Ronaldo e da seleção brasileira, exibindo os gols e jogadas da primeira partida da seleção na Copa de 1998 e de treinos do jogador. É dito que “logo no primeiro jogo, daria a impressão de que o Brasil ganharia a Copa”. Em seguida são exibidos os gols e jogadas de Ronaldo e Rivaldo e os dois jogadores são exaltados, tidos como craques da seleção naquela Copa. O maior destaque então vai para o jogo entre Brasil e Holanda, no qual são exibidos todos os gols e pênaltis da partida, na qual a seleção brasileira conseguiu vencer e avançar para o jogo final contra a França. Após a exibição de Brasil e Holanda, é dito que os brasileiros “comemoram como se o penta fosse uma questão de dias”.

A partir desse ponto, o vídeo começa a mostrar lances do jogo final entre França e Brasil. A seleção francesa é exaltada, assim como a Copa de 1998. É dito que “a Copa de 1998 foi uma bela copa, de belos estádios”. São mostrados os três gols da seleção francesa no jogo final. É dito que “a França e Zidane acabam com o sonho brasileiro” e que Ronaldo estava “apático no jogo final, após estranhas convulsões”. O vídeo termina com a festa da seleção francesa campeã.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 1998 recebe tanto destaque quanto a representação da Copa de 1994. Apesar de ser menor o número de imagens, o tempo de vídeo é um pouco maior. O número de televisores também é próximo. Ao contrário da seleção brasileira de 1994, que ganhou, mas não apresentou o estilo de futebol apreciado

pelo Museu do Futebol, a seleção de 1998 é reverenciada em seu estilo de jogo, pois apresentou um futebol bonito, graças a seus dois principais jogadores: Ronaldo e Rivaldo.

A crítica do Museu do Futebol fica por conta da “soberba” dos jogadores e da torcida brasileira, que se consideravam campeões antes da hora. A seleção brasileira recebe mais destaque do que a seleção francesa, que se sagrou campeã, apesar da mesma ter seus méritos reconhecidos, principalmente na organização e produção da Copa do Mundo de 1998. A representação da Copa de 1998 só não é semelhante a da Copa de 1982 por causa do jogo final. Ronaldo divide o papel de herói e vilão. O atacante recebe bastante destaque no vídeo e sua trajetória até o jogo da semifinal contra a Holanda é bastante exaltada. No entanto, no jogo final, ele é descrito como “apático, após estranhas convulsões”. O vídeo não se dedica a explicar o episódio da convulsão do atacante, assunto que gera controvérsia até os dias atuais. Da maneira como foi colocado, passa a impressão de culpa do jogador, que não brilhou no jogo em que deveria ser o protagonista.

Na representação dessa Copa, tanto Ronaldo, quanto Zidane e a própria seleção brasileira dividem o papel de herói e vilão. Ronaldo é o herói do Brasil até o jogo contra a Holanda e passa a ser o vilão no jogo final. Zidane é herói por levar a França ao primeiro título mundial, mas vilão por “acabar com o sonho brasileiro”. E a seleção brasileira consegue ser ao mesmo tempo herói e vilão ao, respectivamente, apresentar um futebol bonito e vistoso e perder graças à própria arrogância e soberba.

## **4.2.9 - Copa do Mundo de 2002**

### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 2002

Designação geral do Material: A Copa de 2002 divide um *totem* com as Copas de 2006 e 2010. É composta por 12 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas e acontecimentos políticos. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo e os acontecimentos políticos brasileiros, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem de Lula e Fernando Henrique Cardoso, com a legenda: “Luís Inácio Lula da Silva recebe de Fernando Henrique Cardoso a faixa de Presidente da República”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “2002: Para a posteridade, titulares e reservas de Felipe Scolari”.
- Uma imagem do lateral Roberto Carlos, com a legenda: “2002: Roberto Carlos salta para evitar bloqueio alemão”.

- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “2002: sete vitórias em sete jogos, uma conquista para não esquecer”.
- A imagem de Denilson marcado por quatro jogadores turcos, com a legenda: “2002: Denilson bate, na corrida, quatro marcadores da Turquia”.
- Uma imagem do goleiro Marcos e Oliver Kahn, com a legenda: “2002: um diálogo entre Marcos, da vitoriosa seleção do Brasil, e o também goleiro do time alemão, Oliver Kahn”.

O vídeo começa com imagens da organização da Copa do Mundo de 2002 e imagens de Japão e Coréia do Sul, países que sediaram o evento. É dito que “a Copa do Mundo chega na Ásia pela primeira vez, como parte de um projeto criado por João Havelange para tornar o futebol universal”. São exibidos pela ordem, todos os sete jogos e todos os gols da seleção brasileira. Ao entrar na sequência de jogos de mata-mata, é dito que “tanto o Brasil, quanto Ronaldo estão deixando o trauma de 1998 para trás”.

Cada jogo tem sua história contada. Os três jogos da primeira fase, contra Turquia, China e Costa Rica, são lembrados como jogos difíceis, pois a seleção brasileira ainda vivia sob desconfiança da torcida e imprensa. A seleção, no entanto, conseguiu vencer a Turquia, após jogo complicado, e passou sem dificuldades por China e Costa Rica. Em seguida, são lembrados os jogos eliminatórios contra Bélgica, Inglaterra e Turquia, nos quais são exaltados os lances e gols de Ronaldo, Ronaldinho Gaúcho, Rivaldo e Roberto Carlos.

Ao final, são exibidos os gols da decisão contra a Alemanha e é dito que o Brasil agora torna-se pentacampeão e é a primeira seleção a conseguir o título em três continentes diferentes, sendo que nunca ganhou em casa.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

Na representação da Copa do Mundo de 2002, apesar de o Brasil ter sido campeão, sem perder nenhum jogo, somente 12 televisores retratam a trajetória. Um motivo que pode explicar essa situação é o espaço físico do Museu, que teve que adicionar a representação de mais duas Copas do Mundo (2010 e 2014) desde que foi criado, em 2008, além de se preparar para a representação da Copa da Rússia de 2018. Apesar do pouco número de televisores, o tempo de vídeo é grande, se comparado com as copas anteriores. O vídeo dá

destaque somente para a seleção brasileira, pois nenhuma outra seleção é retratada. Somente são citadas as seleções que enfrentaram o Brasil, inclusive a finalista Alemanha.

A trajetória da seleção brasileira é retratada como a “jornada do herói”, pois começou sob desconfiança de todos, enfrentou percalços no meio do caminho, mas conseguiu superar todos os desafios e tornar-se campeão. Ronaldo e Rivaldo novamente são os destaques, mas o posto de herói fica para Ronaldo, porque sua trajetória pessoal, de recuperação física, se mistura com a lembrança da seleção de 2002.

Pontos interessantes são: a lembrança da realização da Copa na Ásia como um projeto de João Havelange, que já não era presidente da Fifa há quatro anos e a quantidade de imagens exibidas, que provavelmente muito se deve ao fato da qualidade da transmissão possibilitada pelo avanço tecnológico ao entrar no século XXI.

#### **4.2.10 – Copado Mundo de 2006**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 2006

Designação geral do Material: A Copa de 2006 divide um *totem* com as Copas de 2002 e 2010. É composta por 07 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

##### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “2006: A última seleção de Parreira decepcionou em grande escala”.
- Uma imagem da seleção italiana, com a legenda: “2006: a Squadra Azzurra também é tetra”.

O vídeo é curto, apesar de ser impossível precisar sua duração e começa mostrando os gols da seleção brasileira nos jogos iniciais da Copa. É dito que o “hexa é a palavra de ordem e a obrigação da seleção brasileira”. Depois da exibição dos jogos da fase de grupos da seleção brasileira, começam a serem exibidos os gols dos jogos da fase eliminatória. São

feitas algumas menções ao peso do atacante Ronaldo, dizendo que o mesmo estava fora de forma na disputa da Copa do Mundo de 2006.

Começa então a ser exibido o jogo entre Brasil e França, o qual é retratado como uma revanche entre as duas seleções e entre Ronaldo e Zidane, em relação a Copa do Mundo de 1998. O jogo mostra o gol francês e exalta a figura de Zidane como craque daquela Copa. Em seguida, é mostrado o jogo final entre Itália e França. São exibidos os gols e a cabeçada de Zidane no zagueiro Materazzi. É dito que “quem perdeu a copa foi Zidane”. O vídeo encerra exibindo a disputa de pênaltis e com a seleção italiana levantando a taça e comemorando o título.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 2006, assim como aconteceu com as Copas de 1974 e 1990, possui vídeos mais curtos. São poucos televisores, poucas imagens e pouco tempo de vídeo. Também fica a impressão de considerarem essa Copa como uma copa “menor” na história das Copas do Mundo. A seleção brasileira é representada como uma seleção de craques, mas que perderam, assim como em 1998, para a própria arrogância e soberba.

Nenhuma seleção recebeu destaque, nem a campeã Itália, nem a vice-campeã França. O vídeo foca mais nos personagens. Em Ronaldo, que estava desinteressado e acima do peso, apesar de nessa Copa ter quebrado o recorde de gols vigente até então em Copas do Mundo (Klose quebrou novamente esse recorde em 2014). Outro personagem é Zidane, que vai de herói a vilão, ao fazer uma Copa fantástica do ponto de vista técnico até dar a cabeçada em Materazzi e ser expulso. O vídeo diz que “Zidane perdeu a Copa do Mundo”. Não foi a seleção francesa, mas sim Zidane o responsável pela derrota. É uma Copa sem heróis e vítimas. Somente vilões, personificados na figura de Ronaldo e Zidane.



#### **4.2.11 - Copa do Mundo de 2010**

##### **Fase Descritiva:**

Autor: Museu do Futebol

Data: Indefinida

Local: Museu do Futebol

Título: *Totem* Copa do Mundo de 2010

Designação geral do Material: A Copa de 2010 divide um *totem* com as Copas de 2002 e 2006. É composta por 09 televisões conectadas, cada uma exibindo algum tipo de imagem ou vídeo. Todos os vídeos e fotografias são coloridos. Uma televisão roda somente legendas, que dizem respeito ao vídeo exibido na televisão logo acima ou abaixo. Não é possível precisar o tempo de exibição do vídeo.

Outras informações técnicas: Parte das imagens, fotografias e vídeos são destinadas a tratar de contextualizar o ambiente da época. São fotos e legendas que trazem fatos marcantes, músicos ou bandas, atores e atrizes de novelas. Para fins desta pesquisa, serão descritos e analisados somente as imagens que retratam as Copas do Mundo, por entender que este item possui influência na descrição e análise do material.

##### **Fase Descritiva-interpretativa**

- Uma imagem da seleção espanhola, com a legenda: “2010: seleção da Espanha na Copa”.
- Uma imagem do jogador Robinho, em jogo do Brasil, com a legenda: “2010: Robinho na vitória brasileira contra a Coréia do Norte”.
- Uma imagem do zagueiro Puyol, com a legenda: “2010: Puyol marca de cabeça o gol que classifica a Espanha para a grande final”.
- Uma imagem da seleção brasileira, com a legenda: “2010: seleção brasileira na Copa”.
- Uma imagem da seleção espanhola comemoram o título, com a legenda: “2010: a seleção espanhola comemora seu primeiro título mundial”.

O vídeo começa exibindo imagens da África do Sul e de Nelson Mandela, juntamente com as obras e preparativos para a Copa do Mundo de 2010, que pela primeira vez foi realizada no continente africano. Após explicarem o local onde será realizada a Copa, começam a ser exibidos os lances da seleção brasileira na fase de grupos, assim como os gols nos jogos iniciais. É dito que “a seleção brasileira é polêmica como seu técnico Dunga”. Após a exibição dos gols da seleção no primeiro jogo da Copa, são exibidos lances do jogo entre Brasil e Portugal e é dito que o maior problema da seleção, desde o começo da competição, era o nervosismo de seus jogadores e comissão técnica.

Logo após, o vídeo corta para o jogo entre Inglaterra e Alemanha e o chute polêmico do meio-campo inglês Frank Lampard, que fez um gol não validado pela arbitragem, pois apesar da bola ter entrado, o juiz disse que a mesma não passou da linha do gol. No entanto, o episódio é apenas exibido, sem nenhuma crítica ser feita. Depois, o vídeo volta a exibir lances da seleção brasileira no jogo contra a Holanda. A seleção brasileira é eliminada, mas o vídeo também não faz grandes críticas, somente retrata o fato. Ao final, é exibida a final entre Espanha e Holanda e é mostrado o gol de Iniesta. O vídeo termina com os jogadores espanhóis comemorando o título mundial e levantando a taça.

### **Fase Interpretativa (descritores):**

A representação da Copa do Mundo de 2010, dentre todas as Copas estudadas no Museu do Futebol, é a mais técnica e documental. Não se pode dizer que, assim como as Copas de 1974, 1990 e 2006, que a Copa do Mundo de 2010 seja representada como uma copa de menor importância na história, devido ao tempo de vídeo e o número de imagens, apesar do baixo número de televisores. No entanto, é a primeira Copa do Mundo retratada sem emoções, sem a criação de personagens, de heróis e vilões.

É o vídeo que mais aparente ser matéria televisiva. O enfoque é dado aos gols das seleções. São retratadas, de maneira semelhante, as seleções brasileira, holandesa, espanhola e inglesa. Talvez a parte de maior destaque do vídeo seja a exaltação do continente e povo africanos e da figura de Nelson Mandela. É a primeira Copa do Mundo representada após o Museu ter sido criado e, provavelmente, a que mais possui imagens de arquivo para sua exibição. A única tentativa de criar alguma narrativa é em cima da

imagem do técnico Dunga e de seu “nervosismo”, que teria contagiado negativamente a seleção brasileira. Porém, isso é feito de maneira muito rápida, não dando tempo para firmar uma imagem ou uma representação do técnico brasileiro. Nenhum jogador recebe destaque, nem positivo e nem negativo. Assim como a seleção espanhola, campeã pela primeira vez em sua história, também não recebe elogios.

### 4.3 - Considerações sobre o estudo de caso

O estudo de caso foi constituído pela elaboração e estudo de 22 fichas no total, sendo 11 fichas destinadas a falar sobre as Copas do Mundo de 1970 a 2010, em um material elaborado pelo Grupo Globo, constituindo 11 vídeos produzidos em forma de webdocumentário e 11 fichas destinadas a falar sobre o material exposto na seção “Copa do Mundo” existente no Museu do Futebol. Ambas as fichas utilizaram a mesma metodologia de análise e os mesmo critérios, com algumas poucas adaptações, dadas as diferenças entre os materiais, tais como a impossibilidade de cronometrar o tempo de vídeo no material oriundo do Museu do Futebol e a linguagem diferenciada, pois um material foi produzido como documentário (Globo) e outro como vídeo de exibição, quase um curta-metragem (Museu), por exemplo. De maneira ilustrativa, segue a tabela comparando os resultados obtidos.

**Tabela de semelhanças e diferenças entre as representações do Museu do Futebol e dos Webdocumentários:**

<b>Semelhanças</b>	<b>Diferenças</b>
Representação das Copas de 1974 e 1990 como Copas do Mundo de menor importância histórica.	Relevância de alguns personagens. Luís Pereira na Copa de 1974, Zagallo em 1998 e Zidane em 2006.
Exaltação da seleção de 1970.	Representação da Copa de 1986.
Resistência à seleção de 1994.	Importância dada à figura de Ronaldo nas Copas de 1998 e 2002.
Esforço para separar futebol e contexto político.	Representação do episódio da convulsão de Ronaldo em 1998.
Representação da Copa de 1978 e acusações contra a seleção Argentina.	Tentativa de distanciamento da Rede Globo na representação da Copa de 2006.
Exaltação do futebol praticado pela seleção de 1982.	Representação das Copas de 2010 e o envolvimento com o técnico Dunga
Criação de alguns personagens: Pelé em 1970, Maradona em 1986 e Romário em	

1994.	
Criação de heróis e vilões: Brasil herói em 1970, Argentina vilã em 1978 e Brasil vítima em 1982.	
Tratamento menos emotivo e mais “técnico” destinado à representação das Copas do Mundo mais recentes	

Foi possível constatar que os dois materiais possuem a finalidade de criar uma representação das Copas do Mundo de futebol e da história da seleção brasileira. As representações se aproximam e convergem em alguns pontos e diferem em tantos outros. Entre as semelhanças das representações, pode-se perceber a criação de algumas subjetividades que surgem em ambas. A primeira é a escolha, tanto dos webdocumentários, quanto do material do Museu do Futebol, em retratar as Copas do Mundo de 1974 e 1990 como sendo copas menores e com pouca importância na história do futebol. Outros pontos em comum são a exaltação da seleção de 1970, descrita como a melhor da história do futebol e a melhor seleção brasileira em termos de talentos individuais e a resistência à seleção de 1994, que foi representada como uma seleção competitiva e vitoriosa, mas que apresentou um futebol que não agradava aos padrões de jogo brasileiros.

Outra semelhança entre as representações é o esforço tanto do Museu do Futebol, quanto dos vídeos produzidos pelo Memória Globo para separar a relação entre futebol e contexto político. No entanto, nas duas representações, há uma exceção: A Copa de 1978, na qual claramente firmam uma posição quase institucional de decretar a Argentina como favorecida pelo contexto político do país, envolto em uma Ditadura Militar. Tanto os webdocumentários, quanto no material do Museu do Futebol, determinam que a seleção argentina ganhou essa Copa por manipulação política, fato que não é discutido em nenhuma outra Copa do Mundo. Na representação da Copa de 1982, surge mais uma semelhança: a seleção brasileira de 1982 representada como uma seleção de futebol maravilhoso e que não conseguiu vencer a competição, além da predileção por Arnaldo Cesar Coelho, que é bastante lembrado em ambas as representações, por ter apitado a final da Copa do Mundo.

Por fim, há a criação de alguns personagens em comum: Pelé, a seleção de 1970, Maradona em 1986 e Romário em 1994, são retratados como heróis nas duas representações, assim como a Argentina em 1978 também é representada como vilã em ambas e o Brasil em 1982, como uma vítima histórica. Outra semelhança, um pouco mais tênue, porém perceptível, é que ao longo do estudo das Copas do Mundo nos dois materiais, com o passar do tempo, a representação das Copas vai ficando cada vez menos emocional e a análise passa ser mais técnica. As representações de 1970, 1978, 1982 e 1986, são bastante emotivas, enquanto as duas últimas, 2006 e 2010, focam bastante na competição disputada. Até as particularidades de cada material torna-se menos presente. A partir de 1990, o material produzido pelo Memória Globo, por exemplo, foca cada vez menos na cobertura desempenhada pela Rede Globo (exceção feita a Copa de 2002) e cada vez mais se atenta para a competição. O Museu do Futebol, por sua vez, a partir da Copa de 1990, atribui menos imagens destinadas a falar do contexto político da época e foca mais em imagens de jogadores, técnicos e outras figuras que pertencem ao universo do futebol.

Também há várias diferenças entre as duas representações. A primeira que se percebe é a diferença na criação ou tratamento de alguns personagens: na Copa de 1974 retratada nos webdocumentários, o zagueiro Luís Pereira é representado como o vilão da competição, enquanto no Museu ele nem ao menos é citado. Na Copa de 1998, o material produzido pela Rede Globo também representa o técnico Zagallo como um possível vilão pela escalação de Ronaldo, enquanto o atacante é representado como vítima. Já o Museu não dá tanta importância à história de Ronaldo, mas faz uma leve crítica ao atacante, quase o colocando como vilão e representa Zagallo com certo carinho pelos serviços prestados à seleção. Na Copa de 2006, na representação do Museu do Futebol, Zidane é retratado como o maior vilão na derrota da França, pela cabeçada proferida em Materazzi, enquanto no material da Rede Globo, ele é mais lembrado como uma vítima.

Algumas Copas do Mundo também são representadas de maneiras distintas. A Copa de 1986, no material do Memória Globo, é retratada como uma Copa em que a seleção brasileira estava dividida, que o grupo de jogadores não merecia tanto destaque quanto em 1982, tanto que o vídeo possui cinco minutos a menos de duração que sua antecessora, e que esta seria uma Copa do Mundo sem brilho, não fosse pela presença de Diego

Maradona. Já no Museu do Futebol, a representação da Copa de 1986 tem a mesma dimensão da Copa de 1982. Apesar de concordar com a reverência à Maradona, no resto a representação é completamente distinta: O Museu representa essa Copa do Mundo com uma visão positiva, elogiando o desempenho de jogadores como Careca e Josimar, além do técnico Telê Santana. A percepção da derrota também é distinta. No Museu, acredita-se que o Brasil perdeu a copa porque era uma seleção “com azar”. Na Copa de 1994, apesar de ambos os materiais possuírem resistência ao futebol apresentado pela seleção, na representação do Museu, o espaço dá destaque para vários jogadores daquela seleção, enquanto os vídeos da Rede Globo somente dão destaque para Romário e Bebeto, esquecendo os demais campeões.

Nas Copas de 1998 e 2002, os webdocumentários dão uma importância demasiada à figura de Ronaldo, enquanto o Museu representa de maneira totalmente diferente. Na representação da Copa de 1998, a maior parte do vídeo produzido pelo Memória Globo é destinado a trabalhar o episódio da convulsão de Ronaldo, enquanto no Museu o fato é apenas comentado, quase de maneira protocolar. Já na Copa de 2002, a volta por cima do jogador e sua história de superação tem bastante importância e tempo de tela, enquanto que o Museu apenas registra rapidamente o fato do atacante ter sido o artilheiro da competição. Outra diferença é mais sutil: Na representação da Copa de 2006, o material da Rede Globo tenta se distanciar dessa Copa, fazer algo semelhante ao que foi feito nas Copas de 1974 e 1990, ou seja, transformá-la em uma Copa “menor”, sem tanta importância histórica, mas o tempo de vídeo e o número alto de personagens não deixa essa intenção se completar, criando uma representação que se assemelha em importância às demais, enquanto que no material do Museu, essa Copa é retratada com menos importância, tendo poucos televisores destinados a sua exposição e um vídeo menos emotivo, mais técnico e genérico. Por fim, há diferenças na exibição da Copa de 2010, na qual o Museu fez uma representação extremamente técnica e documental, não se envolvendo emocionalmente em nenhum aspecto dessa Copa, diferentemente dos webdocumentário da Copa de 2010, que tenta se distanciar, mas em certo momento se envolve emocionalmente, principalmente nas críticas ao técnico Dunga, eleito o grande vilão da Copa e da seleção.

**Tabela das peculiaridades das representações do Museu do Futebol e dos Webdocumentários:**

<b>Peculiaridades da representação dos Webdocumentários do Memória Globo</b>	<b>Peculiaridades da representação do material do Museu do Futebol</b>
Trabalho de cobertura desempenhado pela Rede Globo	A narrativa não se dá em forma de documentário.
Defesa na exclusividade dos direitos de transmissão em 1982	Importância inversamente proporcional na representação das Copas.
Relação emotiva entre a cobertura da emissora e a seleção brasileira	Importância dada à figura de Ronaldo nas Copas de 1998 e 2002.

Há também questões que são peculiaridades de cada representação, não sendo possível fazer uma relação direta entre os dois materiais. Nos webdocumentários é a questão do trabalho de cobertura desempenhado pela Rede Globo. Em praticamente todos os vídeos do material produzido pelo Memória Globo, os personagens destinam vários minutos destrinchando o trabalho de cobertura da emissora, desde a logística e instalação física dos aparelhos, até ao trabalho de reportagem e escolha das pautas. No entanto esses relatos não são lineares e se modificam ao longo do tempo. As Copas de 1970, 1974 e 1978 se esforçam em mostrar a dificuldade enfrentada pela emissora para iniciar as transmissões e buscam afirmar a qualidade do trabalho desempenhado pela Rede Globo, tanto do ponto de vista técnico e estrutural, quanto da reportagem. Porém, os relatos, que ocorrem em paralelo à trajetória da seleção brasileira, são discutidos como assuntos separados e de igual importância.

Na Copa de 1982, há uma mudança nesse padrão. Há um momento do vídeo em que Armando Nogueira faz uma tentativa de defender a emissora de possuir os direitos de transmissão com exclusividade, alegando que não era vontade da Rede Globo. A defesa mistura-se aos elogios em larga escala ao trabalho de cobertura do evento e começam a surgir indícios de uma aproximação emotiva entre a cobertura da emissora e a seleção brasileira e isso se evidencia com o aumento do protagonismo que Galvão Bueno recebe em termos de tempo de tela. Na Copa de 1986, o tempo destinado a falar dos detalhes técnicos



da cobertura desempenhada pela TV Globo diminui, enquanto aumentam as relações pessoais dos jornalistas com a seleção brasileira, em processo gradativo que possui seu auge na Copa de 1994. Nas representações das Copas de 1990 e 1994, há um excesso de aparição de Galvão Bueno e essas duas competições são contadas praticamente por seus olhos. O auge se dá em 1994, porque o narrador possui sua trajetória atrelada completamente à seleção e isso é perceptível quando ele descreve a decisão por pênaltis. Todo o caminho de sofrimento trilhado até o tetracampeonato é compartilhado por Galvão Bueno, da mesma maneira que a seleção brasileira acompanha seu crescimento profissional.

A partir da Copa de 1998, começa a surgir a importância da audiência para a televisão. Na representação das Copas de 1998, 2002 e 2006, a todo instante é lembrada a importância da audiência e de como a Rede Globo conseguiu obter índices altíssimos. Há um excesso de imagens e a proximidade extrema entre os jornalistas da emissora carioca e os jogadores da seleção brasileira, que possui seu auge em 2002, quando os jogadores foram comemorar o título mundial dentro dos estúdios da TV Globo, junto com os jornalistas e em um programa exibido ao vivo, demonstra como esses dois universos se entrelaçaram. A televisão, até 1990, era representada como um meio de transmissão para se acompanhar a Copa do Mundo. A partir de 1994, de maneira ainda tímida e principalmente a partir de 2002, esse meio de comunicação apresenta uma maneira de se enxergar o espetáculo. A audiência vivencia a experiência de se assistir à Copa do Mundo por meio da televisão. A Rede Globo, ao invés de apenas reportar os fatos, toma partido e defende posições, como no caso da convulsão de Ronaldo em 1998, à crítica deliberada à arrogância da seleção francesa em 2002, às críticas ao desleixo da seleção brasileira em 2006 e ao técnico Dunga em 2010.

Por fim, há outra mudança de direção na representação das Copas de 2006 e 2010, na qual há um esforço da emissora em “se afastar” da seleção e propor uma cobertura mais distanciada, apesar de não conseguir totalmente, vide às críticas ao técnico Dunga. Já o Museu do Futebol opta por uma representação apresentada com outras características, apesar de também utilizar imagens e vídeos. Não há a opção por uma narrativa de documentário. Os vídeos exibidos são produzidos de maneira a contar uma história, como

se fosse uma conversa entre pai e filho. Os vídeos podem ser assistidos de maneira independente da observação das imagens que rodeiam o *totem*, embora estas tragam informações relevantes, como escalações, jogadores de destaque e contexto social e política em cada época de Copa de Mundo. O Museu, ao contrário dos webdocumentários, fornece uma importância inversamente proporcional às Copas do Mundo. Enquanto, com o passar dos anos, o tempo de vídeo e a riqueza de detalhes só aumenta na representação da Rede Globo, no Museu do Futebol, a Copa com mais destaque é a Copa de 1970. É a Copa em que o Museu se esforça para representar de maneira completa e isso nota-se por ser uma Copa a ter um *totem* próprio.

As Copas de 1974, 1978, 1982 e 1986 são retratadas com bastante emoção pelo Museu do Futebol, além de ofertarem ao público a opinião do espaço sobre essas competições, como, por exemplo, defender abertamente que a seleção Argentina não mereceu o título de 1978, mas mereceu sim o de 1986. Que a seleção brasileira de 1982 encantou e que a de 1986 perdeu por “azar”. No entanto, a partir de 1990, o Museu começa a se distanciar cada vez mais das Copas do Mundo. Em um movimento gradual, suas representações ficam cada vez mais documentais e nem os títulos mundiais de 1994 e 2002 modificam esse panorama. A última Copa a ser representada, a de 2010, possui uma representação extremamente técnica, quase protocolar.

Fazendo um balanço do estudo de caso, é possível perceber que as representações dos webdocumentários e do Museu do Futebol possuem pontos semelhantes e distintos. As Copas do Mundo de 1970, 1974, 1978, 1982 e 1990 são retratadas da mesma maneira, cada qual com a sua devida peculiaridade. A Copa de 1970 representa a maior Copa de todos os tempos e a seleção brasileira a melhor seleção de todos os tempos, com os melhores jogadores, além de ser uma seleção admirada no mundo inteiro, por todos os povos que acompanham futebol. As Copas de 1974 e 1990 são eventos de menor importância histórica e tem sua dimensão relativizada, apesar da Copa de 1990 ser ainda mais desvalorizada e descrita como “sem graça”. A Copa de 1978 é aquela na qual a Argentina manipulou o resultado e por isso é uma competição “manchada” pela interferência política, enquanto a Copa de 1982 é aquela na qual a seleção brasileira apresentou um futebol de sonhos, mas fracassou.

Já as Copas do Mundo de 1986, 1998, 2002, 2006 e 2010 são representadas de maneiras diferentes, com diferentes visões acerca da competição. Para o Memória Globo, a Copa de 1986 possuía uma seleção dividida e sem brilho, enquanto que para o Museu do Futebol, essa foi uma seleção brilhante que perdeu por azar. A Copa de 1998, para o webdocumentário, foi a Copa do episódio da convulsão de Ronaldo, enquanto que para o Museu esse assunto não teve tanta importância assim. Em 2002, 2006 e 2010, apesar de certa semelhança no conteúdo, a importância foi relativizada na representação do Museu, enquanto que na representação da Rede Globo, foram eventos de destaque. E a Copa 1994, por fim, se assemelha em termos de resistência ao futebol da seleção, mas o Museu dá bastante destaque a talentos individuais daquela Copa, enquanto os webdocumentários a citam como uma equipe sólida, com destaque para Romário e Bebeto.

## **Considerações finais**

É importante salientar que esta pesquisa trouxe como contribuição ao estudo dos museus a existência de um Museu do Futebol no Brasil como um museu que se enquadra na denominada “nova função social dos museus”, mas que apesar de seguir a linha mercadológica desse tipo de museu, o que teoricamente deveria fazê-lo seguir a produção “em massa” de ideias populares de futebol, consegue manter uma produção de sentido e uma proposta de curadoria independente da representação midiaticizada do futebol. O Museu do futebol do Pacaembu mostrou-se um espaço representativo da nova linha de museus contemporâneos, sendo um espaço criado para agradar às massas e atrair visitantes. Suas exposições buscam a interação com o público e tentam angariar elementos espetaculares, na intenção de promover um verdadeiro show dentro da proposta de assunto a ser retratado. Nesse ponto, não se faz aqui uma crítica, mas sim um elogio. É inegável que na contemporaneidade, é indispensável o capital econômico para qualquer instituição subsistir e possuir relevância em meio a forte concorrência, presente em todos os setores da sociedade. Em todas as visitas desse autor ao Museu do Futebol, o espaço estava lotado de visitantes, todos fascinados com os jogos de luzes sob o teto, os filmes, as músicas e telas presentes no local.

A crítica que se faz diz respeito à proposta de narrativa executada pelo Museu. O espaço cria uma narrativa para que o visitante que não tenha tanta proximidade com o assunto consiga entender a evolução histórica do futebol brasileiro. Do ponto de vista pedagógico é até louvável. Mas na medida em que se cria uma “versão oficial” da história do futebol brasileiro, diversas outras histórias e personagens são esquecidos, deixados de lado. Todo o contexto da história do futebol brasileiro é recortado, criando uma versão que pode ser falsa. Um exemplo é que em toda a exposição do Museu, nenhuma seção cita corretamente os personagens brasileiros envolvidos em escândalos de corrupção no esporte, assunto bastante trabalhado nos veículos de comunicação especializados atualmente, tais como João Havelange, Ricardo Teixeira e José Maria Marin. Outros exemplos são a falta de representação das brigas entre torcidas, jogadores que posicionaram contra o “status quo” (Afonso, Alex, entre outros) e manipulações de resultados dos torneios nacionais e regionais (Máfia da loteria esportiva, episódio “Caixa d’água” no começo dos anos de

1990). A opção por retratar somente o lado vitorioso do esporte cria a imagem, na cabeça de quem não acompanha o esporte com senso crítico, de um futebol brasileiro sem mazelas e tropeços.

Por que então a existência de um Museu do Futebol, nos moldes do existente no Estádio do Pacaembu? A primeira explicação vem diretamente das considerações de Huyssen (1996). A nova função contemporânea dos museus criou um novo nicho de mercado para ser explorado economicamente. Um museu sobre futebol no país do futebol mostra-se um mercado interessante, potencialmente lucrativo. No entanto, conforme demonstrado no capítulo II desta dissertação, o motivo mais relevante é que no Brasil, haja vista as relações históricas do futebol com o poder governamental e os diferentes setores da mídia e economia, esse esporte desenvolveu bastante importância na vida em sociedade, ocupando um espaço de destaque na representação imagética do povo brasileiro. Faz parte da identidade nacional e por isso justifica-se a existência de tal museu.

Ao escrever a introdução desta dissertação, foi colocada uma hipótese, que, por sua vez, trazia uma questão a ser estudada. A hipótese era de que o futebol brasileiro está midiaticizado. E a questão que isso levantava era que toda a representação feita deste esporte seria a mesma, independente do veículo onde fosse exposta essa representação. A comprovação dessa hipótese é resultado das análises presentes no capítulo III desta dissertação. A “Teoria da Midiaticização da Cultura e Sociedade” de Hjarvard (2014) diz, resumidamente, que a mídia, principalmente a partir da década de 1990, acompanhando a evolução tecnológica e o advento da globalização, tornou-se uma instituição social semi-independente extremamente conectada às demais instituições sociais, nas quais uma promove alterações nas interações internas das outras, fazendo com que todas as instituições sociais operem sob a “lógica midiática”.

O futebol brasileiro atual se mostra inserido na lógica midiática de maneira bastante clara. A exposição extrema de clubes e jogadores nas mídias, sejam elas televisivas ou digitais, radiofônicas ou jornal impresso, demonstra como em todos os aspectos o futebol depende da lógica midiática para se propagar e angariar mais receitas, da mesma maneira que a mídia se aproveita da popularidade do futebol para atrair audiência e também aumentar suas receitas. Os tópicos trabalhados pelos autores utilizados no capítulo III

apresentam questões pontuais de exemplos de midiaticização que são perceptíveis de maneira prática: a criação de personagens, como heróis e vilões, no cotidiano de jogadores e clubes; a exposição de jogadores “midiáticos”, que são eternamente lembrados na memória coletiva, em detrimento do esquecimento de jogadores que não possuem os requisitos para se manter em evidência após a aposentadoria e as modificações nas regras do jogo para facilitar o trabalho da imprensa (como, por exemplo, a inserção dos números nas camisas dos jogadores para facilitar a locução e a adequação dos horários das partidas aos horários das grades de televisão).

Além dessas questões pontuais, é nítida a midiaticização do futebol brasileiro quando se considera a aplicação da teoria de Hjarvard (2014) ao cotidiano do esporte. No que diz respeito a modificação mútua que uma instituição social faz à outra, no caso, mídia e futebol, é possível perceber, por exemplo, a mudança da interação que era face-a-face para uma interação mediada pelos veículos de comunicação. Antigamente o torcedor ia ao estádio e fazia brincadeiras jocosas com os torcedores de outros clubes ao encontra-los em um bar ou outro estabelecimento. Hoje, a maior parte dos torcedores acompanha a partida por meio da televisão e interage com os adversários nas redes sociais.

Outra mudança se faz no relacionamento do próprio clube com sua torcida, já que hoje ambos se relacionam por meio das redes sociais, havendo uma reciprocidade na troca de informações como nunca aconteceu na história do esporte. O clube, ao criar seus perfis nas redes sociais, tem um canal direto com seu torcedor, não precisando mais da intermediação das rádios e televisões, podendo anunciar a contratação de um jogador diretamente no *twitter* e acompanhar a receptividade da torcida em tempo real, enquanto antigamente era necessário convocar uma coletiva de imprensa, anunciar a contratação, esperar o tipo de informação que seria veiculada nos meios de comunicação e aguardar o atleta entrar em campo para notar qual seria a reação da torcida no estádio: vaias ou aplausos.

Portanto, no que diz respeito à hipótese desta pesquisa, é possível afirmar que o futebol brasileiro, está sim midiaticizado, confirmando-a como verdadeira. O esporte não depende mais única e exclusivamente de sua popularidade para subsistir, pois precisa

operar dentro da lógica midiática para prosperar, enquanto que os meios de comunicação não podem abrir mão do futebol como fonte de receita.

Já a questão levantada por essa hipótese, a de que essa midiatização faz com que todas as representações do futebol brasileiro sejam a mesma, não se confirmou. Mostrou-se equivocada na medida em que as representações do Museu do Futebol e da série de webdocumentários produzidos pelo Memória Globo se revelaram distintas. Conforme demonstrado pelo estudo de caso comparativo, por mais que existam semelhanças nas representações do esporte brasileiro, tais como a adoração pela seleção de 1970, a exaltação das figuras de Pelé e Romário, a referência ao futebol praticado por Maradona em 1986, entre outros pontos representados de maneira igual, as diferenças nas representações demonstraram que o material produzido pela Rede Globo criou uma representação que possui todos os elementos da midiatização, já debatidos aqui. No entanto, o material produzido pelo Museu do Futebol foi na contramão e, se utilizando de outras referências e suportes, forneceu uma representação que se afasta da ideia de futebol midiatizado.

Ao se analisar a representação dos webdocumentários, nota-se a existência de uma série de elementos que remetem à Teoria da Midiatização, discutidos anteriormente nesta pesquisa. O primeiro exemplo é a questão dos jogadores com perfil midiático. Cada Copa do Mundo tem seu ciclo de jogadores considerados craques naquele período histórico em específico: Pelé, Cruyff, Beckenbauer, Maradona, Romário, Ronaldo e etc. No entanto, somente os jogadores com perfil midiático é que se mantêm em evidência após o fim desse ciclo. Um exemplo bastante didático é o jogador inglês David Beckham, que sempre esteve presente na mídia, mesmo nunca tendo sido considerado o melhor do mundo, como Rivaldo, que recebeu esse título em 1999 e hoje em dia não é lembrado pelos veículos de comunicação.

Na representação dos webdocumentários, isso é muito presente, haja vista a importância dada a jogadores com esse perfil, citando como maior exemplo o caso de Ronaldo. As representações das Copas de 1998 e 2002 podem ser contadas paralelamente à representação do atacante brasileiro. A história de Ronaldo é contada quase como uma novela, mostrando a ascensão, queda e volta por cima do jogador e a importância dada a sua trajetória rivaliza com a trajetória da própria seleção. A exploração do episódio da

convulsão de Ronaldo e sua volta por cima na Copa seguinte é um sintoma da midiatização presente na representação feita pelo webdocumentário.

O fato da representação das Copas do Mundo de 1970 até 1982 serem semelhantes e se diferenciarem a partir de 1986, com exceção feita à Copa de 1990, demonstra outro elemento de midiatização no material produzido pelo Memória Globo e que não está presente na representação do Museu do Futebol. A Teoria da Midiatização determina que a midiatização da cultura e da sociedade é um processo que se fortalece ao longo dos anos 1990. Principalmente a partir de 1994, a representação feita pela Rede Globo não consegue separar o futebol da própria lógica midiática em que está inserida. A ligação entre os jornalistas da Globo e de Galvão Bueno ao desempenho da seleção é muito nítida nas copas de 1994 e 2002, enquanto que na Copa de 1998, há a exploração demasiado do episódio da convulsão de Ronaldo. A partir dessa Copa e com mais veemência na Copa de 2002, a televisão (no caso, a TV Globo) deixa de ser um meio para se assistir à Copa e passa a proporcionar uma maneira de se enxergar o evento, fornecendo uma visão do que está acontecendo, não apenas reportando os fatos. Em 2006, o próprio Pedro Bial diz que pela primeira vez a televisão decidiu o resultado de uma Copa do Mundo. O exemplo máximo dessa midiatização no material da Rede Globo é que os webdocumentários tentaram fazer como o Museu na representação das Copas de 2006 e 2010. Tratá-las com certo distanciamento, de maneira mais técnica e com menos importância. A representação do Museu fez exatamente isso, no entanto os webdocumentários não conseguiram. Em 2006 foi dado muito tempo de vídeo, apesar do distanciamento da emissora e em 2010 as críticas ao técnico Dunga tiveram bastante destaque. Isso é fruto da midiatização, que conectou tanto essas instituições sociais (mídia/Rede Globo e futebol/seleção brasileira), que já não é mais possível se distanciar novamente, olhar como se fossem objetos distintos.

O Museu do Futebol, por sua vez, consegue reproduzir um discurso distinto da representação dos webdocumentários. O espaço cria uma representação onde há muito mais destaque e envolvimento emocional com as Copas mais antigas, em detrimento de uma representação mais curta e técnica das Copas atuais. O Museu não explora os episódios e jogadores midiáticos e tenta propor uma seleção mais técnica de jogadores a serem representados, além de fazer um esforço para contextualizar, ainda que de maneira bem



discreta, o contexto social e histórico em que cada Copa do Mundo está inserida. O foco é no jogo em si e não em todo o aparato que cerca uma Copa do Mundo, como ocorre na representação dos webdocumentários. A importância da audiência não é avaliada na representação dos Museus e há pouca menção ao trabalho desempenhado pela mídia na cobertura dessas copas do mundo, fornecendo uma visão mais técnica do jogo. Portanto, como já dito, a representação fornecida pelos dois materiais não são as mesmas.

A realização desta pesquisa buscou apresentar os elementos necessários para comprovar a existência de um futebol brasileiro midiaticizado, bem como de demonstrar que essa midiaticização permeia toda e qualquer representação do esporte. Esse era o objetivo desta dissertação e é possível dizer que o mesmo foi atingido parcialmente. De fato, as considerações aqui apresentadas demonstram que o futebol brasileiro atual está inserido na lógica midiática e permanecerá operando dentro dela enquanto for necessário. No entanto, ainda persistem representações diversas do mesmo esporte. A representação do Museu do Futebol atesta este fato, ao se distanciar da visão de futebol brasileiro divulgado pela mídia nacional de grande repercussão e redistribuída pelas redes sociais.

Esta pesquisa não teve a intenção de esgotar todo o assunto, mas sim propor uma reflexão sobre a representação atual do futebol brasileiro e seu relacionamento com a mídia enquanto instituição social, autônoma e semi-independente. Seu desenvolvimento depende da continuidade de outras pesquisas e discussões acerca do tema, os quais espera-se que esta dissertação sirva de contribuição.

## **Bibliografia**

AGUIAR, Leonel Azevedo de. Ensinar as práticas a partir da Teoria do Jornalismo: uma proposta pedagógica. **Revista Brasileira de Ensino em Jornalismo**, Brasília, v. 1, n. 2, p.03-29, ago. 2007.

ALFONSI, Daniela. CAMPOS, Flávio (Org). **Futebol objeto das Ciências Humanas**. São Paulo: LeYa, 2014.

ARANTES, Otília. **A virada cultural do sistema das artes**. Margem Esquerda, São Paulo, v. 6, p. 62-75, 2005.

ARANTES, Otília. Os novos museus. **Novos Estudos - Cebrap**, São Paulo, n. 31, p.161-169, out. 1991.

ARANTES, Otília. Uma estratégia fatal: A cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. p. 11-73.

ARAUJO, Carlos Alberto. In HOHLFELT, Antônio. MARTINO, Luís. FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

AZENHA, Luiz Carlos et al. **O lado sujo do futebol**. São Paulo: Planeta, 2014.

AZEVEDO, Clara. ALFONSI, Daniela. A patrimonialização do futebol: notas sobre o Museu do Futebol. **Revista de História**. São Paulo, n° 163, p. 275-292. Jul/dez, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 1977.

BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

BASBAUM, Ricardo. Perspectivas para o Museu no século XXI. In: GROSSMANN, Martin; MARIOTTI, Gilberto (Org.).**Museu arte hoje**. São Paulo: Hedra, 2011. p. 185-192

BRITTOS, Valéria Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Processos midiáticos do esporte: do futebol na mídia para um futebol midiaticizado. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 26, p.173-190, nov. 2012

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Editora Cultrix, 1997.

CHRISTOFOLETTI, Danilo Fontanetti. **O fim do Clube dos 13: Como a Rede Globo controla o futebol brasileiro**. 2015. 80 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Puc-campinas, Campinas, 2015.

CRUZ, José. **Quem é quem na bancada da bola**. Maio/2014. Disponível em: <http://josecruz.blogosfera.uol.com.br/2014/05/quem-e-quem-na-bancada-da-bola-2/>.

<Acesso em 15 de agosto de 2015>

DAMATTA, Roberto (org). **Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.

DUARTE, Orlando. **Todas as Copas do Mundo**. São Paulo: Makron Books, 1994.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma «analítica» da midiaticização. **Matrizes**, Porto Alegre, v. 1, n. 2, p.89-105, abr. 2008.

FRANCO JUNIOR, Hilário. **A dança dos deuses: futebol, sociedade e cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FERRAZ, Marcelo Carvalho. Uma ideia de Museu. In: GROSSMANN, Martin; MARIOTTI, Gilberto. **Museu arte hoje**. São Paulo: Hedra, 2011. p. 124-126.

FRANÇA, Breno dos Santos. **Futebol foi instrumento político durante a ditadura militar**. USP, Maio/2014. Disponível em: <http://www.usp.br/aun/exibir.php?id=5933>.

<Acesso em 16 de agosto de 2015>

FREIRE, Maria Cristina Machado. **Ritos Profanos. Museu e arte contemporânea na era do espetáculo**. 2003. 141 f. Tese (Livre-docência) - Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

G1. **Museu dedicado ao futebol é inaugurado nessa segunda-feira em São Paulo.** Setembro/2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL774953-5605,00.html>. <Acesso em 06 de abril de 2016>

GASTALDO, Edison. O país do futebol mediatizado: Mídia e a Copa do mundo no Brasil. **Interface: Sociologias**, Porto Alegre, v. 22, n. 11, p.352-369, jul. 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos e pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1995.

GOODE, Willian J., HATT Paul K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**. São Paulo: Contexto, 2009.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: UNISINOS, 2014.

HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do Modernismo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

JENNINGS, Andrew. **Jogo sujo: o mundo secreto da FIFA**. São Paulo: Panda books, 2011.

JENNINGS, Andrew. **Um jogo ainda mais sujo: O padrão FIFA de fazer negócios e manter tudo em silêncio**. São Paulo: Panda books, 2014.

LARA FILHO, Durval de. Museu, objeto e informação. **Transinformação**, Campinas, v. 2, n. 21, p.163-169, maio 2009.

LUHMMAN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus Editora, 2005.

MAIMONE, Giovana Deliberali; TÁLAMO, Maria de Fátima Moreira. Metodologias de representação da informação imagética. **Transinformação**, Campinas, v. 3, n. 21, p.181-196, set. 2009.

MATTELART, Armand. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2005.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

MENDES, Leonardo. ROSSI, Jones. **Guia politicamente incorreto do futebol**. São Paulo: LeYa, 2014.

MONI, Gabriel et al. **A Mdiatização do Futebol: Um Estudo de Caso Sobre o Uso do Facebook pelo Palmeiras no Match Day**. In: XXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 21., 2016, Salto. São Paulo: Intercom, 2016. p. 1 - 15.

NEIRA, Marcos Garcia; LIPPI, Bruno Gonçalves; SOUZA, Dirley Adriano de. **Mídia e futebol: contribuições para a construção de uma pedagogia crítica**. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 30, n. 1, p.91-106, set. 2008.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. Adorno, Benjamin e Gumbrecht: possíveis contribuições para estudos do futebol midiaticizado. **Revista Faac**, Bauru, v. 1, n. 2, p.201-210, out. 2011.

SILVA, Luis. **Os novos museus, como subterfúgio da imagem da cidade e o turismo**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UNB, 2006, Brasília Brasília: Intercom, 2006. 15 páginas.

SOUZA JUNIOR, Arnaldo Oliveira. **Midiatização do futebol e as comunidades virtuais: reflexões sobre processos midiáticos a partir da análise sobre a derrota do Internacional pelo Mazembe**. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 13, p.73-84, dez. 2011.

STEFFEN, César. O surgimento da Midiocracia. **em Questão: Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p.258-274, jun. 2013.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

VERÓN, Eliseo. Teoria da Mdiatização: Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p.13-

19, 24 jun. 2014. Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP.  
<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19>.