



# As imagens na construção da identidade do futebol brasileiro: do Canal 100 à hiper-realidade

Images in the construction of Brazilian football identity: from Canal 100 to hyperreality

Carlos Guimarães<sup>1</sup>

## Resumo

O artigo faz uma trajetória histórica das imagens que ajudaram a constituir a identidade do futebol brasileiro. Parte-se da hipótese de que a construção das características e estereótipos do esporte no Brasil foram reforçadas com a seleção de imagens veiculadas pelo *Canal 100*, um cinejornal produzido entre 1959 e 1986, e que este perfil foi alterado com o fenômeno da *futebolização* (KOCH, 2021), gerando a ideia de um evento *hiper-real* (BAUDRILLARD, 1981). A base teórica para realizar esta comparação vem com Hartog (2013) e o regime de historicidade, que articula a relação do indivíduo com o tempo. Com isso, pretende-se, como resultado, apontar as transformações que modificaram esses estereótipos no imaginário do torcedor, a partir das suas relações com as imagens que determinam o que é o futebol brasileiro em suas particularidades.

**Palavras-chave:** Futebol brasileiro; Canal 100; Hiper-realidade

## Abstract

The article presents a historical trajectory of the images that helped to establish the identity of Brazilian football. It is based on the hypothesis that the construction of the characteristics and stereotypes of sport in Brazil were reinforced with the selection of images broadcast by *Canal 100*, a newsreel produced between 1959 and 1986, and that this profile was changed with the phenomenon of soccerization (KOCH, 2021), generating the idea of a hyper-real event (BAUDRILLARD, 1981). The theoretical basis for making this comparison comes with Hartog (2013) and the historicity regime, which articulates the individual's relationship with time. With this, it is intended, as a result, to point out the transformations that modified these stereotypes in the fan's imagination, based on their relationships with the images that determine what Brazilian football is in its particularities.

**Key-words:** Brazilian football; Canal 100; Hyper-reality.

<sup>1</sup> Professor de jornalismo na ESPM-RS, doutorando em Comunicação (PUCRS) e mestre em Comunicação e Informação (UFRGS). Comentarista esportivo da Rádio Guaíba. E-mail: [csguimaraes@gmail.com](mailto:csguimaraes@gmail.com)

Quando pensamos no que é o futebol brasileiro, o que vem em mente? Arte, jogo bonito, craques, beleza, estética, drible, improviso. São características que reforçam o estereótipo de *futebol arte*, *futebol moleque* ou *futebol mulato* (FREYRE, 1938). Mesmo quando o Brasil ganhou uma Copa do Mundo, como em 1994, o debate entre os jornalistas esportivos apresentou o dilema entre o ganhar jogando feio e o perder jogando bonito, algo que foi amplificado com alguns eventos como a derrota brasileira na Copa de 1982.

A partir dos anos 1990, com o êxodo de jogadores para o exterior, o aumento nas transmissões esportivas de campeonatos da Europa e com o fenômeno da *globalização*, essa identidade se transformou, tensionando os estereótipos e formando uma nova geração de torcedores, com uma nova construção de imaginário, em que se tem, por exemplo, um arrefecimento nessa necessidade do *jogo bonito* e uma demanda maior em pertencer a uma nova lógica vigente naquilo que se tem como *futebol moderno*. Trata-se de uma lógica pós-moderna defendida por Stuart Hall (2015), em que condições de pertencimento, identidade e permanência são vulneráveis ao chamado *espírito do tempo*<sup>2</sup> e que desestruturam o que se tem por identidade.

A hipótese dessa pesquisa é de que existe uma espécie de *perda de identidade*, que será tratada aqui mais como um *fim do estereótipo* tradicional que manteve o futebol brasileiro associado a esta ideia de improviso, arte e espetáculo. O fenômeno de globalização e os meios de comunicação de massa, a partir da disseminação do futebol europeu, dos *games* de futebol e da propagação de outras culturas, desfizeram esse estereótipo, gerando uma nova construção nesse imaginário: se antes, a arte era representada pela beleza dos dribles dos nossos jogadores, hoje ela é representada pela estética do futebol europeu, que desperta a ideia de perfeição, ou o “grande simulacro do futebol perfeito” (GUIMARÃES, 2020, p.37).

Em um primeiro momento, a construção desse estereótipo se dá pelo rádio<sup>3</sup>, pelos cronistas esportivos<sup>4</sup> e pela literatura brasileira. No final dos anos 1950, antes da Copa do Mundo da Suécia, em 1958, em que ocorre o primeiro título do Brasil, um evento ajuda a disseminar ainda mais, em forma de imagens, esse lugar-comum do *futebol arte*. Trata-se do Canal 100, um cinejornal que era veiculado antes das sessões de cinema, que apresentava os nossos craques disputando as partidas, numa linguagem bem específica – e sintonizada com aqueles tempos. O Canal 100 era a materialização do imaginário: em câmera lenta, closes fechados, a presença da figura do torcedor e uma locução em *off* que pontuava os acontecimentos, ilustrava o jogo

2 Não pretendo aqui desenvolver uma temática mais ampla sobre o sentido hegeliano de *zeitgeist*, que consiste no chamado espírito do tempo. Evidentemente, precisa ser citado, uma vez que a hipótese, defendida por diversos teóricos que servem como base desse estudo – entre os quais, destaco Stuart Hall (2015) – de que as transformações nos modos de ver são, além de estruturadas pelas reconfigurações políticas, sociais, econômicas e tecnológicas pelas quais passa a sociedade, igualmente influenciadas por aquilo que cada tempo pede, a voz de cada tempo. Como coloca Hegel: “a história apresenta um sentido, um significado específico para a evolução do espírito, que adquire conhecimento próprio do que se apresenta como real” (HEGEL In: WAGNER, 2014, p.25).

3 As primeiras transmissões esportivas brasileiras aconteceram nos anos 1930 (SOARES, 1994).

4 A crônica esportiva ganha força a partir de 1950, ano em que o Brasil perde a Copa do Mundo disputada em território nacional. Nomes como Nelson Rodrigues, Mário Filho e João Saldanha ajudam a potencializar esse perfil.

de futebol como um episódio artístico. Era o *futebol-arte* em seus detalhes, para o público ver. Com o passar dos tempos, a linguagem do Canal 100 foi se transformando. Nos anos 2020, o que se tem é a potencialização do futebol europeu como o modelo ideal a ser perseguido, em que as próprias definições do que é o *artístico* foram se modificando.

O objetivo desta pesquisa é identificar como essas transformações alteraram o que é chamado, aqui, de *estereótipo do futebol brasileiro*, através do conceito de *regime de historicidade*, de François Hartog (2013, p.41):

Trata-se de um novo itinerário, agora entre experiências do tempo e histórias, desenvolvendo-se em um momento à crise do tempo. A perspectiva ampliou-se, o presente está mais diretamente presente, mas perdura a maneira de ver e fazer, de avançar: o que se tornou a minha maneira de trabalhar.

Hartog (2013, p. 37) afirma que a hipótese do regime de historicidade deveria permitir o desdobramento de um questionamento historiador sobre nossas relações com o tempo. Aplicando essa definição ao objeto colocado nesse trabalho, isto é, o futebol brasileiro, tem-se a hipótese de que há uma reconfiguração no que o torcedor entende como imaginário do futebol brasileiro, não no sentido de definir o que ele é, mas de apontar um fenômeno que vem ocorrendo para que isso esteja acontecendo<sup>5</sup>: o mundo globalizado vem transformando a ideia de *futebol arte* construída através de quase um século de futebol brasileiro profissional.

## O FUTEBOL ARTE: A CONSTRUÇÃO DE UM ESTEREÓTIPO

O ano de 1938 é uma marca para o futebol brasileiro. Para o pesquisador, jornalista e historiador do esporte Celso Unzelte (2021), houve alguns acontecimentos para que esta data tenha sido tão importante:

A seleção brasileira fez uma boa campanha na Copa do Mundo e, pela primeira vez, o torcedor pôde acompanhar. O Brasil foi o terceiro colocado no Mundial da França e as primeiras transmissões de rádio aconteceram nessa competição. Foi, também, a primeira convocação da seleção num contexto mais profissional<sup>6</sup> e com ídolos nacionais jogando pela seleção, como Domingos da Guia e Leônidas da Silva. Os jornais também se mobilizaram para enviar repórteres para o local dos jogos, tendo, pela primeira vez, uma cobertura sistemática e atuante. Mesmo o profissionalismo começando em 1933, é possível dizer que uma espécie de *marco zero* para o futebol brasileiro tenha sido, efetivamente, em 1938.

Foi também o ano da célebre publicação de Gilberto Freyre no Diário de Pernambuco, chamado *Foot-ball Mulato*. Para Helal e Mostaro (2018, p.17), o artigo de Freyre é uma espécie de *pedra fundamental* da construção narrativa em torno do estilo nacional de praticar o futebol:

<sup>5</sup> O fenômeno está acontecendo, ele ainda não é definitivo. Pode ser uma tendência ou um apontamento sobre o espírito do tempo presente.

<sup>6</sup> O primeiro jogo de futebol profissional no Brasil foi em 12 de março de 1933, entre São Paulo da Floresta e Santos Futebol Clube, pelo Campeonato Paulista de Futebol (GUIMARÃES, 2018, p.39).

Acreditamos que o poder dinâmico do imaginário interfere nas narrativas e na atmosfera que auxilia na interpretação de significados da Copa do Mundo no Brasil. No contexto nacional da Copa de 1938, julgamos que esse imaginário também atua na relação da competição com os meios de comunicação, que vão proliferar essas narrativas e constituir um “senso comum” sobre como interpretar e agir neste “quadro social” (Goffman, 2012). Neste sentido, *Football Mulato* estabelece um ponto de partida de como interpretar a “brasilidade” neste “duelo entre nações”. (HELAL; MOSTARO, 2018, p.17).

Freyre publicou em 1933 o seminal *Casa-Grande & Senzala*, fundamental ensaio sociológico sobre a identidade nacional brasileira. Nesta obra, Freyre já mencionara os “jogos com bola praticados pelos meninos ameríndios, a da bola de borracha usada num jogo de cabeçada” (FREYRE, 2002, p.347). Enviado à França para acompanhar o Mundial de 1938, Freyre produziu o seguinte artigo para o Diário de Pernambuco, publicado em 17 de junho de 1938:

Um repórter me perguntou anteontem o que eu achava das “admiráveis performances brasileiras nos campos de Strasburgo e Bordeaux”. Respondi ao repórter – que depois inventou ter conversado comigo em plena praça pública, entre solavancos da multidão patriótica na própria tarde da vitória dos brasileiros contra os tchecoslovacos – que uma das condições dos nossos triunfos, este ano, me parecia a coragem, que afinal tivemos completa, de mandar à Europa um *team* fortemente **afro-brasileiro**. Brancos, alguns, é certo; mas um grande número de pretalhões bem brasileiros e mulatos ainda mais brasileiros. Porque a escolha de jogadores brasileiros para os encontros internacionais andou por algum tempo obedecendo ao mesmo critério do Barão de Rio Branco quando senhor-todo-poderoso do Itamaraty: nada de pretos nem de mulatos chapados; só brancos ou então mulatos tão claros que parecessem brancos ou, quando muito caboclos, deviam ser enviados ao estrangeiro. Mulatos do tipo do ilustre Domício da Gama a quem o Eça de Queiroz costumava chamar, na intimidade, de “mulato cor-de-rosa”. [...] O nosso estilo de jogar *foot-ball* me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de espontaneidade individual em que se exprime o mesmo mulatismo de que Nilo Peçanha foi até hoje a melhor afirmação na arte política. Os nossos passes, os nossos pitu’s, os nossos despistamentos, os nossos floreios com a bola, o alguma coisa de dança e de capoeiragem que marca o estilo brasileiro de jogar *foot-ball*, que arredonda e adoça o jogo inventado pelos ingleses e por eles e por outros europeus jogado tão angulosamente [...] **Acaba de se definir de maneira inconfundível um estilo brasileiro de foot-ball; e esse estilo é mais uma expressão do nosso mulatismo ágil** em assimilar, dominar, amolecer em dança, em curvas ou em músicas técnicas européias ou norte-americanas mais angulosas para o nosso gosto: sejam alas de jogo ou de arquitetura. [...] O mulato brasileiro deseuropeizou o *foot-ball* dando-lhe curvas, arredondados e graças de dança. Foi precisamente o que sentiu o cronista europeu que chamou aos jogadores brasileiros de “bailarinos da bola”. Nós dançamos com a bola. [...] O estilo mulato, afro-brasileiro, de *foot-ball* é uma forma de dança dionisiaca.” (FREYRE In: DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 17.jun.1938, grifo nosso).

Para Helal e Mostaro (2018, p.17), o texto de Freyre influenciou cronistas como Mario Filho e Nelson Rodrigues, que consolidaram a *crônica esportiva* brasileira como um gênero próprio, quase inventivo. Elementos da literatura eram colocadas nas análises das partidas, amplificando a ideia de arte, de que o futebol brasileiro era associado à criatividade, ao drible à *dança dionisíaca* mencionada por Freyre. Tais características foram sempre incentivadas pelos cronistas da época. Em 1947, Mario Filho publica *O negro no futebol brasileiro*, com prefácio de Gilberto Freyre, que escreve:

O desenvolvimento do futebol, não num esporte igual aos outros, mas numa verdadeira instituição brasileira, tornou possível a sublimação de vários daqueles elementos irracionais de nossa formação social e de cultura. A capoeiragem e o samba, por exemplo, estão presentes de tal forma no estilo brasileiro de jogar futebol que um jogador um tanto álgido como Domingos, admirável em seu modo de jogar, mas quase sem floreios – os floreios barrocos tão do gosto do brasileiro – um crítico da argúcia de Mario Filho pode dizer que ele está para o nosso futebol como Machado de Assis está para a literatura, isto é, na situação de uma espécie de inglês desgarrado entre tropicais. (FILHO, 2003, p.25).

Antes da Copa de 1958, Nelson Rodrigues publica a famosa crônica que institui no vocabulário nacional o *complexo de vira-latas*:

Por “complexo de vira-latas” entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo. Isto em todos os setores e, sobretudo no futebol. Dizer que nós nos julgamos “os maiores” é uma cínica inverdade... Já na citada vergonha de 50, éramos superiores aos adversários. Além disso, levávamos a vantagem do empate. Pois bem: - e perdemos da maneira mais abjeta. Por um motivo muito simples: - porque Obdulio<sup>7</sup> nos tratou a pontapés como se vira-latas fôssemos. (RODRIGUES, 1993, p.52)

Esse percurso histórico, necessário, desemboca na construção de um imaginário que formatou o torcedor brasileiro no sentido de rotular o futebol brasileiro como artístico, inventivo, como uma batalha simbólica entre a miscigenação nacional, ou seja, da mistura de culturas, que se opunha ao pragmatismo europeu, que também é um estereótipo. Se no Brasil, o jogo era composto por drible, pela capoeiragem mencionada por Freyre, outros estilos também definiram estereótipos para os europeus. Em 1934, os italianos inventaram o *catenaccio*, prática que consistia em resguardar-se defensivamente como forma de adotar uma prática mais rígida, com mais marcação e menos elegância. Os alemães se notabilizaram por um jogo voltado para o resultado, consagrado com o título de 1954 sobre os revolucionários húngaros, que também pretendiam desfazer esse rigor europeu, privilegiando a técnica sobre a dureza dos resultados. Os suíços criaram o *ferrolho*, um sistema defensivo que buscava neutralizar os modelos mais ofensivos da época. Os britânicos, inventores do futebol, aproveitavam o biotipo de seus jogadores, mais fortes e altos, para forjar o *chuveirinho*, em que a bola aérea era sua característica fundamental. Na América do Sul, Argentina e Uruguai apostavam na

7 Obdulio Varela, capitão da seleção do Uruguai, campeã do mundo em 1950, com vitória de 2 a 1 sobre o Brasil na decisão no Maracanã, no evento que foi chamado de Maracanazo.

força, conferindo-lhes a aura de violentos. Recentemente, com o crescimento do futebol em outros continentes, outros estereótipos também foram criados: os africanos eram irreverentes e taticamente indisciplinados; os asiáticos, de pouca técnica, mas muito esforço; os norte-americanos, bom em *marketing* e ruins com a bola.

Todos os estereótipos, como podemos conferir, são relacionados ao que se tem de construção social no imaginário das pessoas a respeito da formação de cada povo. Com o passar do tempo, o efeito da globalização, num primeiro momento, desconfigurou, para depois reconfigurar essa lógica. Todavia, até que esse caminho fosse percorrido – e essa produção de senso comum ainda é presente no nosso imaginário –, houve eventos que reforçaram tais estereótipos.

## CANAL 100: A IMAGEM DO FUTEBOL ARTE

A ideia de Gilberto Freyre foi, aos poucos, transformada de *foot-ball mulato* para *futebol arte*, algo que, segundo Ortiz (2006 p.101-108), foi o momento em que as teorias desenvolvidas por Freyre tenderiam a sair do lugar, visto que o capitalismo brasileiro havia atingido novas formas de produção que estavam, em parte, desconectadas do universo *freyriano*. Esse ponto de corte é o final dos anos 1950. Com o fim da Era Vargas, o nacionalismo dava lugar ao desenvolvimentismo dos anos JK. A conquista brasileira no Mundial da Suécia em 1958 e o bicampeonato, no Chile, em 1962, deram, ao brasileiro, um sentimento de orgulho próprio perante o mundo. O espírito do *Brasil que deu certo* foi fundamental para que surgisse, em 1959, idealizado por Carlos Niemeyer, o cinejornal Canal 100:

Os grupos que atuavam pretendendo uma ação eficaz do Estado no meio cinematográfico, na década de 50, no campo do cinejornalismo, tinham a pretensão de criar um cinema equiparado ao tipo da indústria praticado pelos Estados Unidos, o que era evidenciado pela influência desenvolvimentista no setor. O Brasil apresentava condições ideais para novos empreendimentos, como por exemplo, um Estado capaz de viabilizar um projeto de Brasil contemplando um grande número de empresários que se lançam à construção de um novo país, mais moderno e que deveria ser divulgado. A imprensa escrita, a televisão e, também, o cinema passam a ser importantes veículos nessa empreitada, em função disso, novos nomes e empresas surgem. A política desenvolvimentista de JK foi uma condição para o surgimento da “Carlos Niemeyer Produções Ltda” e do cinejornal Canal 100, ambos surgem durante a construção de Brasília, aliás, vários cinejornais são desenvolvidos para cobrir o nascimento da nova capital. (MAIA, 2006, p. 32).

O Canal 100 não surge como um cinejornal esportivo. Ele é uma iniciativa de Carlos Niemeyer, um famoso boêmio das noites cariocas, com fama de conquistador (MAIA, 2006, p.32), fundador do Clube dos Cafajestes, um grupo de amigos da Zona Sul do Rio de Janeiro responsável por organizar festas e eventos entre a burguesia carioca. Em meados dos anos 1950,



aproxima-se de Jean Mazon, cineasta que apresenta Niemeyer à produção cinematográfica. Começa como um veículo de propaganda do governo, em que o Canal 100 apresentava um país que “entrava no mundo da modernidade” (MAIA, 2006, p.36). A postura do informativo, nos seus primórdios, foi de exaltação ao governo, seja no início, com Juscelino Kubitschek, depois, com Jânio Quadros – em que houve um sentido de se esforçar para amenizar as crises entre o presidente e a burguesia nacional (MAIA, 2006, p.40) ou mesmo com João Goulart – em que eram defendidas as reformas de base. E repetiu-se no fatídico 1º de abril de 1964:

Brasília vive um dia histórico: perante as duas casas do congresso, reunidas em sessão solene, tomarão posse o novo Presidente da República, Marechal Castelo Branco e vice-presidente, José Maria Alkmin. (MAIA, 2006, p.50).

Com a postura adesista do Canal 100 e com a ditadura militar em curso, era necessário que o cinejornal apresentasse um conteúdo mais leve, recuperando a ideia de *orgulho nacional*. O futebol foi um instrumento utilizado pelos militares como forma de despertar esse sentimento patriótico, visto claramente, por exemplo, na Copa de 1970. O futebol era o Brasil que funcionava. Era o auge de Pelé, por exemplo. Além disso, os anos 1960 foram uma década fértil em produção de craques, como, no início, Didi, Garrincha e Nilton Santos, e, mais ao final, Jairzinho, Tostão e Rivellino. O futebol brasileiro, que conquistou dois títulos na virada dos anos 1950 para a década de 1960, também obteve dois títulos mundiais de clubes, com o Santos, em 1962 e 1963. O Canal 100 passou, gradativamente, a ser um *cinejornal esportivo*, mostrando os jogos de futebol no cinema.

Para mostrar os craques, diversos recursos foram utilizados no sentido de levar a emoção do jogo para a tela do cinema:

Os recursos eram dos mais variados; o close no jogador que acaba de perder o gol ou a cabeceada vista na câmera lenta, onde até as gotas de suor eram registradas. Um passeio pela lateral do campo acompanhando o jogador, as várias câmeras espalhadas por todo o estádio. A utilização de várias câmeras espalhadas pelo estádio fazia mais do que poder pegar os lances mais importantes, permitiam revelar angulações novas, distantes da tradicional forma de filmar o futebol que mantinha a câmera na sala de imprensa na arquibancada. O recurso do *traveling*, possibilitava vislumbrar o lance com riqueza de detalhes, como é o caso das escapadas de Pelé. A imagem parece mais do que um momento de um jogo, aliada a uma trilha sonora, essa imagem transmitia uma forte impressão de realidade cinematográfica. A fotografia foi o ponto alto das imagens do futebol do Canal 100, aliás, se tornou referência e inspiração para muitos. (MAIA, 2006, p.75).

Para Maia (2006, p.78), o Canal 100 era a representação da “pátria de chuteiras, com o futebol sendo a representação maior da nacionalidade no país”. A locução em *off* era de Cid Moreira e a música, *Na Cadência do Samba*, passou a ser vinculada sempre com futebol no país. As edições, além dos gols, demarcavam a partida como se fosse uma crônica, com a narração de cada lance importante e que impunha uma certa dramaticidade no campo de jogo. Os movimentos eram mais lentos, com câmeras lentas que enfatizavam os detalhes, atribuindo uma estética contemplativa à partida de futebol.

Analisando ao jogo entre Brasil e Paraguai<sup>8</sup>, válido pelas Eliminatórias para a Copa do Mundo de 1970, disputado no dia 31 de agosto de 1969, no Maracanã<sup>9</sup>, é possível ver a chegada do público, imagens do torcedor vibrando com a partida e lances que reforçam a *estética* do jogo mais que questões táticas, analíticas ou mesmo informativas. O Canal 100 reforçava o estereótipo do futebol brasileiro, com a apresentação de dribles, ginga e lances bonitos. Era, portanto, uma expressão artística do futebol arte.

O Canal 100 permaneceu na ativa até 1986, quando, com o fim da ditadura militar, perdeu fôlego e atenção do público. Ideologicamente, não servia mais nem ao governo e nem aos seus realizadores. O televisionamento ao vivo das partidas passou a ser frequente e era possível assistir aos jogos na íntegra sem pagar ingresso ou sair de casa. Mas, ao mesmo tempo, um outro fenômeno acontecia: o brasileiro passava, gradativamente, a apreender, em seu imaginário, novos elementos que começavam a modificar o estereótipo de futebol arte. O brasileiro queria ganhar e não apenas encantar.

## A FUTEBOLIZAÇÃO E A PERDA DE IDENTIDADE

Stuart Hall (2015) afirma que o processo de globalização incide sobre as identidades culturais em alguns aspectos, sendo notável o primeiro deles: “As identidades nacionais estão se desintegrando, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do pós-moderno global” (HALL, 2015, p.38). Também afirma a reorganização de sentidos identitários locais: “A globalização retém alguns aspectos da dominação global ocidental, mas as identidades culturais estão, em toda a parte, sendo relativizadas pelo impacto da compreensão espaço-tempo.” (HALL, 2015, p.44).

Neste sentido, é possível estabelecer como um novo ponto de corte a Copa de 1982 para desagregar esse sentimento de identidade do futebol arte e, a partir de novos elementos mostrados pelo impacto da globalização no final do Século XX, a instituição de caminhos que contribuíram para desfazer o estereótipo de futebol arte. Ou, ainda, desfazer a ideia de que somente o futebol arte satisfazia os anseios do torcedor brasileiro.

Na Copa do Mundo disputada na Espanha, o Brasil perde para a Itália por 3 a 2, com um futebol que encantou o mundo. O time de Telê Santana, repleto de craques como Zico, Falcão, Sócrates e Júnior, era o favorito para ganhar o Mundial. Era a representação fiel do futebol arte. Mas, ao contrário do que aconteceu em 1970, o futebol arte perdia para o estereótipo do *catenaccio*, o futebol italiano, defensivo e com menos recursos técnicos – e estéticos. Assumia-se, pela primeira vez, a ideia de que, para ganhar, era preciso abdicar à identidade marcante do futebol brasileiro e passar a incorporar características que os europeus possuíam – menos arte, mais competitividade.

8 Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=ZludlEwrptM>>. Acessado em 28.mai.2021.

9 Partida que estabeleceu o recorde de público no Maracanã, com a presença de 183.341 torcedores.



Na época, os craques brasileiros também deixavam o país e as emissoras de televisão começaram a transmitir os campeonatos europeus. O futebol se organizava como um ativo da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2017) e entrava na sua era de mercantilização, com direitos de imagens, cifras gigantescas nas transações de jogadores e como um grande negócio para o mercado publicitário. A Europa era o grande centro para os atletas, especialmente a partir dos anos 1990, com a vigência da Lei Bosman<sup>10</sup>. Os melhores jogadores do planeta atuavam no continente europeu.

Com isso, houve um intercâmbio que possibilitou com que fossem incorporadas novas culturas aos estilos clássicos existentes no futebol de cada país. A Alemanha também passou a ser técnica, a Itália mais ofensiva, a Argentina menos violenta e o Brasil, mais competitivo. Em 1994, a seleção brasileira vence a Copa do Mundo dos Estados Unidos com um jogo mais pragmático, menos brilhante, estendendo o debate sobre o jogar bonito e perder e o jogar feio e ganhar. Foi a seleção brasileira ganhando com o estilo europeu.

Koch (2021) define esse processo como o da era da *futebolização*:

*A Futebolização é fruto da globalização a partir do futebol espetacularizado e mercantilizado, principalmente a partir dos anos 1990 – está imersa em um campo fluído que apresenta variações de tempos em tempos (sem que haja uma norma para cada período temporal) e, por isso, se transforma e se transfigura em cada espaço que penetra e a cada instante, adquirindo também contornos locais. [...] Não considero a futebolização um conceito e sim um fenômeno e/ou processo. [...] É importante, ainda, lembrar que o futebol se tornou, no último século, o principal esporte de massa do mundo, tendo espaço de destaque nos diversos canais da mídia em vários países, fato que ajudou e provocou a construção do próprio termo futebolização. (KOCH, 2021, p.71).*

A era da *futebolização* é, resumidamente, o futebol como produção e consumo na esfera global. Ao invés de reforçar as identidades, indo ao encontro de Stuart Hall (2015), ela desintegra essas identidades, gerando um sentido mais global para compreensão dos eventos e produzindo novas identidades locais:

As identidades futebolísticas não são mais fixas. Assim, temos hoje torcedores de não só um clube, mas de vários clubes, ou seja, indivíduos que adotam múltiplas identidades no futebol, e que se permitem adotar lados contraditórios a cada semana ou a cada rodada de campeonato. Como destaca Hall (2010), é muito pouco provável que a globalização destrua as identidades nacionais. É mais provável que produza, simultaneamente, novas identidades globais e novas identidades locais. Os torcedores, agora, são vistos como consumidores, em um cenário onde o público espectador não importa mais e sim o telespectador. (KOCH, 2021, p.77).

<sup>10</sup> Lei que permitiu que os futebolistas, que são também considerados trabalhadores comunitários, não se vissem impedidos de jogar noutro país da União Europeia por normas internas da UEFA e das respectivas Federações nacionais de Futebol, em vigência desde 15 de dezembro de 1995.

Essas novas identidades locais, ao contrário do que se supõe, não são vinculadas ao espírito comunitário, do entorno, das raízes. São apreendidas por **imagens** que são despejadas para o torcedor. Essas imagens mostram os ídolos, os melhores atletas, os melhores jogos e a ideia de um jogo perfeito que vem de fora do país e não mais, como no Canal 100, sendo um produto nacional. O *videogame* acentua isso e contribui para a formação de um novo estereótipo de futebol ideal: o que é bom, vem de fora.

## FUTEBOL HIPER-REAL: O SIMULACRO DO JOGO PERFEITO

Baudrillard (1981), quando explica o que é a hiper-realidade, não diz o que é o real. É possível aferir que real é tudo aquilo que se dispõe de concretude, de explicação, de materialidade. Silva (2017, p.25) acrescenta que o real é o existente sem a significação atribuída pelo imaginário: “o imaginário é o sentido que redimensiona o fato sem que se possa anulá-lo por iluminação”. Hall (2015) e Lyotard (1979) apontam que, além da perda de identidade, a pós-modernidade significa também a extinção das grandes narrativas. Para Baudrillard, é onde se lança o terreno para se instalar essa hiper-realidade: a era da simulação inicia-se, pois, com uma liquidação de todos os referenciais (BAUDRILLARD, 1981, p.9). O real já não é mais o que era: há a sobrevalorização dos mitos de origem e dos signos de realidade; a sobrevalorização de verdade, de objetividade e de autenticidade de segundo plano; a ressurreição do figurativo (BAUDRILLARD, 1981, p.14).

O futebol é, por si só, um estímulo ao imaginário. Ele começa, geralmente, como uma brincadeira, como o lúdico, o recreativo. A criança, quando joga futebol, imediatamente pretende encarnar o seu atleta favorito, comprando a camisa do jogador, tentando reproduzir no pátio da escola o drible do atacante ou a defesa do goleiro. A criança começa a jogar futebol pensando em ser o seu ídolo. Já é a primeira manifestação de hiper-realidade que vem da própria consciência, contraditoriamente, um processo profundamente referencial. Baseia-se numa referência para adquirir o gosto, o hábito, a prática. A realidade, o original, o concreto é ver o menino ou a menina aprendendo os fundamentos do esporte, lutando contra as dificuldades de chutar uma bola com força ou de executar com precisão um drible desconcertante. Mas há, no íntimo, uma transcendência natural, em que, no imaginário, o chute foi igual ao do Cristiano Ronaldo, o drible semelhante ao do Neymar e a corrida tal como a do Messi. Essa experiência sensorial é fascinante para a criança e já estabelece, de bate e pronto, um significado que transcende o simples ato de chutar uma bola. É a encenação do ato, o primeiro simulacro: jogar futebol não é mais só uma atividade física; é o ato de produzir uma simulação daquilo que a criança julga como real, mas que é só aquilo que aparece na era da espetacularização do esporte. O futebol já nasce como hiper-real.

O canal 100 era um evento pontuado pelo ufanismo nacionalista e que buscava, através de suas imagens, aproximar o campo de jogo de uma realidade sobre a qual o torcedor não tinha

acesso. Debord (2017) mapeia a sociedade do espetáculo como uma relação social entre pessoas mediada por imagens. Isto é, uma produção de imagens se materializa sobre o real: aquilo que se vê é de fato o que acontece. Aquilo que se vê ao longe, ou seja, foge da experiência real, só pode ser descrito ou classificado através de duas perspectivas: de forma mitológica, que busca nas grandes narrativas uma forma de legitimar a verdade, que no futebol seria, por exemplo, falar sobre Domingos da Guia ou Leônidas da Silva – como mencionado no emblemático texto de Gilberto Freyre de 1938 ou como visto no Canal 100 - , craques que não possuem registros suficientes para que hoje tenhamos uma real noção do que eram, a não ser por fidelidade à narrativa construída; ou de forma idealizadora, ou seja, de fidelidade às imagens construídas sobre o objeto.

Um exemplo de idealização é a Premier League<sup>11</sup>. Os estádios estão lotados, a moldura é perfeita, o gramado é verde, os jogadores são bons e o árbitro não falha. Evidentemente, fica no plano da imagem, mas é somente dessa forma que a percepção precisa acontecer. Se houver um detalhamento de como são as partidas, é possível observar jogos entediados, jogadores sofríveis, arbitragens polêmicas e torcida frustrada. A Premier League estabelece um laço social entre o fã de futebol e a expressão máxima de como o seu objeto de devoção é praticado. Alcança-se o significado de perfeição, da ausência do erro, da desqualificação do que é falível. A Premier League, real enquanto competição, opera como um **simulacro do jogo** em si, como um espetáculo da simulação. Outro fenômeno que se manifesta como um simulacro é o videogame. *E-sports* é um termo recentemente criado para designar jogos virtuais que contam com competições organizadas. É uma modalidade já profissional, em que seus praticantes reivindicam como uma modalidade esportiva, como um esporte como qualquer outro:

Muitos dos traços do esporte tradicional podem ser observados nos e-sports, especialmente após a incorporação do conceito de espetáculo. Seja pelo formato midiático, pela estrutura dos campeonatos, o sistema de pontuação, narrativas produzidas, composição dos profissionais. Essa construção simbólica reorientada aos e-sports é importante para a legitimação como uma modalidade esportiva. Ainda que existam traços dos esportes tradicionais, é importante identificar as particularidades desse universo. Os e-sports, portanto, têm aplicado a concepção de “modernizar a própria modernidade” (LIPOVETSKY, 2004, p.56) do ponto de vista dos esportes-espetáculo na sociedade hipermoderna. Utilizando de signos modernos e adaptando-os ao seu tempo. (CAMPEDELLI; CARVALHO, 2018, f.2).

O videogame deixou de ser um mero simulacro que objetiva diversão e passatempo. No futebol, que hoje é uma expressão clara de como funciona a sociedade do espetáculo, ele assume um papel de evento hiper-real. Excede o plano da idealização, de produção de imaginário. A realidade busca na hiper-realidade novos elementos para si. É a dissuasão completa do real.

11 Liga fundada em 1992 pelos clubes ingleses e que hoje se constitui no campeonato nacional de futebol da Inglaterra.

As imagens hiper-reais entram no imaginário dos torcedores mais jovens reforçando o sentido de *futebolização*. A globalização retira a ideia de futebol arte, que também era uma metáfora que excedia à realidade – ora, nem todos eram tão artísticos assim – e a substitui pela lógica do futebol perfeito, em que ele é igualmente idealizado. Antes, pelo reforço ao estereótipo – eram idealizados os dribles, os movimentos mais lentos, a contemplação; agora, é pela moldura e pela velocidade do jogo atual – mais rápido, mais físico, aproximando o futebol brasileiro a um estereótipo global, em que as características são universais. O jogo bonito não é mais uma exclusividade brasileira. Ele está em todas as partes e atende a novos parâmetros, em que a contemplação dá lugar à idealização – seja no videogame ou nas transmissões televisivas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Hartog (2013, p.260) coloca que “o presente é percebido como inferior ao futuro e o tempo torna-se um ator: é levado por sua aceleração”. Comparando as imagens do Canal 100 na década de 1960 com as imagens da transmissão da Eurocopa de 2021 ou com uma transmissão de um campeonato de videogame<sup>12</sup>, é possível identificar duas diferenças que acabam por encontrar o que teoriza Hartog: primeiro, se no Canal 100 a ideia era de transmitir **realidade** com imagens que se humanizavam os jogadores e os torcedores – closes fechados, diálogos em campo, semblantes após uma jogada -, nas transmissões europeias, o objetivo é de transmitir **idealização** a partir do aumento da velocidade dos planos, do cenário do estádio e das seleções das imagens; a segunda diferença é justamente na velocidade do que é mostrado. O Canal 100 era um espetáculo contemplativo; as transmissões de futebol na contemporaneidade são um espetáculo da experiência e da idealização.

Na pesquisa de Rodrigo Koch (2021), há a advertência de que os torcedores passam cada vez mais a ter *vínculos líquidos* com novas equipes de futebol. A pós-modernidade e o fim das referências desfizeram a identidade marcante no futebol brasileiro de cada indivíduo torcer apenas pelo clube de seu coração. É o processo irreversível de *europização* do futebol, que era combatido por Freyre em 1938 e colocado justamente como uma virtude do futebol brasileiro. A construção de uma identidade foi fundamental para que se criasse o estereótipo do futebol brasileiro. Mas a pós-modernidade desintegra essa identidade, primeiro como prática efetiva – o Brasil já não joga como Brasil – e, em segundo plano, como prática afetiva – o torcedor brasileiro já não torce mais somente para o Brasil. É um processo gradativo de desconstrução da identidade futebolística clássica, um fenômeno pós-moderno e que vai ao encontro daquilo que diversos teóricos escrevem sobre as consequências da pós-modernidade na vida contemporânea e que, obviamente, chega até o futebol.

12 A final do campeonato do game FIFA 21 registrou, em 2020, a audiência média de 254 mil espectadores por minuto. Segundo Brent Koning, um dos organizadores do evento, “A EA Sports FIFA é fundamentada na cultura do futebol” (MKTESPORTIVO, 6.nov.2020)

As imagens da mídia são fundamentais para esse processo. Traçando um percurso que começa no Canal 100 e desemboca na Eurocopa de 2021, é possível notar consideráveis alterações no modo que a mídia **mostra o futebol**. Em um primeiro momento, reforçava a ideia do *futebol arte*, que tem, em sua origem, aquilo que Gilberto Freyre escreveu em 1938, sobre o *foot-ball mulato*. Aos poucos, com o passar do tempo, ele se transformou em futebol competitivo, em futebol globalizado – efeito da *futebolização* – e, possivelmente, aponte o futuro para um *futebol hiper-real*, mediado por imagens que são simulacros de perfeição – futebol europeu – ou simulações de uma realidade desaparecida – o *videogame*. Ou seja, foi um processo que desfez o estereótipo e que, de acordo com o espírito de cada tempo, foi fornecendo ao torcedor novos significados sobre o que é o futebol. Isto ajudou a desmanchar a identidade do futebol brasileiro, que não está mais presente como algo real, mas apenas como saudosismo ou como *produto de uma outra época*. O que se tem, no momento, é que o futebol brasileiro obedece ao sentido da globalização, ou de *futebolização*. É a criação de uma nova identidade, não mais artística ou mulata, para pegar a expressão de Gilberto Freyre. Essa nova identidade é globalizada, que passa a impressão de estar sintonizada com o que se faz no resto do mundo. Em termos de imaginário, *idealizada*: a identidade não é mais em torno da arte, pois é saudosismo; também não é em torno do jogo real, pois é distante. Ela vem se tornando um evento *hiper-real* ou uma *realidade encenada* – como num *videogame* – em que tempo, espaço e realidade são apenas atores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água Editora, 1981.

CAMPEDELLI, G.; CARVALHO, L.F.T. E-sports: uma análise sobre a sua legitimação e as novas configurações do esporte-espetáculo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, 2018, Joinville. **Anais...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017.

FILHO, M. **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

FREYRE, G. **Casa-Grande & Senzala**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

\_\_\_\_\_. Football mulato. In: **Diário de Pernambuco**, Recife, 17.jun.1938.

GUIMARÃES, C. **O comentarista esportivo contemporâneo: novas práticas no rádio de Porto Alegre**. Curitiba: Appris Editora, 2018.

\_\_\_\_\_. O futebol pós moderno na mídia brasileira: um evento hiper-real e a espetacularização da análise. In: **Fólio Revista Científica Digital**, IPA, Porto Alegre, n.01, p.36-48, jun.2020.

- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.
- HARTOG, F. **Regimes de Historicidade** : presentismo e experiências do tempo. Rio de Janeiro: Autêntica, 2013.
- HELAL, R.; MOSTARO, F. *Foot-ball* mulato e o imaginário nacional: a atmosfera de sentidos da Copa de 1938. In: **ALCEU**. v.19. n.37. p. 16-35. jun-dez.2018.
- KOCH, R. Produtividades e transformações na *euro-futebolização* de jovens no Rio Grande do Sul. In: Matias, W.B. ; Athayde, P.F.A. **Nas entrelinhas do futebol**: espetáculo, gênero e formação. Curitiba: CRV, 2021.
- LYOTARD, J. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.
- MAIA, P. R. de A. **Canal 100**: A trajetória de um cinejornal. Dissertação de Mestrado (Multimeios). Unicamp, Campinas, São Paulo, 2006.
- MKTESPORTIVO. **FIFA 21 Challenge se torna o evento mais assistido da EA**. Disponível em: < <https://www.mktesportivo.com/2020/11/fifa-21-challenge-se-torna-o-evento-mais-assistido-da-ea/>>. Acessado em 21.jun.2021.
- ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006
- RODRIGUES, N. *À sombra das chuteiras imortais*. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.
- SILVA, J.M. da. **Diferença e descobrimento**. O que é imaginário? A hipótese do excedente de significação. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- SOARES, E. **A bola no ar**: o rádio esportivo em São Paulo. São Paulo: Summus, 1994.
- UNZELTE, C. **Entrevista realizada**. 9.abr.2021.
- WAGNER, C. **Zeigeist, o espírito do tempo**: experiências estéticas. In: 2 1 Rev. Cult. e Ext. USP, São Paulo, n. 12, p.21-29, nov. 2014.