



## Felipão e a Nova Pátria em Chuteiras: Quando Portugal É Adotado Pela Imprensa Brasileira Como a Equipe da Vez<sup>1</sup>

José Carlos Marques<sup>2</sup>

Sabrina Rodrigues Machado / Vivian Prestes Wolff<sup>3</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie<sup>4</sup>

### RESUMO

Este trabalho tem como propósito verificar de que forma a imprensa esportiva brasileira efetua algumas mutações em seu discurso a fim de manter vivo o interesse do público (audiência), o que envolve mudanças na elaboração, produção e veiculação de notícias sobre o Esporte. A partir de conceitos da Análise do Discurso de linha francesa, analisa-se o discurso textual e imagético de três jornais brasileiros (*O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*) ao longo da cobertura do Mundial de Futebol de 2006, disputado na Alemanha. O objetivo da pesquisa é verificar como a imprensa brasileira abandonou o discurso de exaltação da Seleção Brasileira a partir do momento em que a equipe foi eliminada da competição e como esse mesmo discurso foi transferido para a cobertura da seleção Portuguesa (treinada então pelo brasileiro Luiz Felipe Scolari).

**PALAVRAS-CHAVE:** imprensa esportiva; futebol; Portugal; Luiz Felipe Scolari.

### I – INTRODUÇÃO

O esporte moderno, inserido no que se convencionou nomear de “indústria do entretenimento” do final do Século 20, é uma das atividades que mais movimentam recursos humanos e financeiros em todo o planeta. Grandes competições esportivas, como Mundiais de Futebol e Jogos Olímpicos, atingiram um status diferenciado nas últimas três décadas, transformando-se em eventos de importância social, política, econômica, cultural etc. Um fenômeno de tal grandeza não poderia ser ignorado pela

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Comunicação Científica, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação (Jornalismo) pela Universidade de São Paulo e docente do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, instituição em que atua ainda como Coordenador de Pesquisa do Centro de Comunicação e Letras.

<sup>3</sup> Alunas de graduação do curso de Comunicação Social (Jornalismo) – da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

<sup>4</sup> Esta comunicação deriva do projeto de pesquisa “As mutações do discurso de jornais paulistas e cariocas na cobertura da Copa do Mundo de 2006”, financiado de março de 2007 a fevereiro de 2008 pelo Fundo Mackpesquisa. Uma parte ampliada desta mesma pesquisa foi apresentada na 8ª Conferência Mundial de Economia e Gestão dos Media, evento realizado de 18 a 22 de maio em Lisboa – Portugal.



indústria dos media, dado o alcance de público, as largas audiências e o alto montante de verbas publicitárias envolvidas. Nos últimos anos, por exemplo, alguns diários impressos e emissoras de rádio começaram a reinventar seu trabalho diante do poderio da imagem centralizado nos monitores de TV e nos sítios da Internet. Ao mesmo tempo, valores cada vez maiores passaram a circular na negociação dos direitos de transmissão dos eventos esportivos junto aos grandes conglomerados de comunicação.

Os principais jornais brasileiros, a partir da década de 1970, passaram a se ocupar com maior atenção da cobertura dos campeonatos mundiais de futebol. Equipes de jornalistas maiores e mais bem estruturadas, investimentos maciços, patrocínios crescentes, melhoria nas tecnologias de transmissão de dados, desenvolvimento das empresas de mídia impressa enquanto grandes conglomerados de comunicação – tudo operou no sentido de o futebol ganhar espaços nunca antes vistos nos cadernos esportivos dos diários brasileiros. Com a presença marcante da televisão na mediação das Copas do Mundo (a primeira a ser transmitida ao vivo para o Brasil é justamente a de 1970, disputada no México), observa-se um esforço do meio impresso para oferecer a seus leitores novos ângulos de cobertura, análise e reconstrução do fato esportivo, algo que se acentua nas décadas de 1980 e 1990.

Umberto Eco, nos contundentes artigos “A falação esportiva” e “O mundial e suas pompas” (ECO: 1984), estabelece alguns conceitos que servem para criticar o tipo de cobertura jornalística que se começava a fazer presente na imprensa européia durante as Copas do Mundo. Para o pensador italiano, o esporte é a aberração máxima do discurso fático (segundo o modelo das funções da linguagem do lingüista Roman Jakobson) e, portanto, no limite, a negação de todo o discurso. Os discursos fáticos são necessários para que a ligação entre os falantes se estabeleça, mas a discussão sobre o espetáculo esportivo acaba se debruçando sobre a falação a respeito do mesmo espetáculo. A discussão e o relato não são mais sobre o esporte, mas sim sobre a falação a respeito do esporte.

No caso da imprensa esportiva brasileira, corroborando a impressão de Umberto Eco, observa-se um inchaço dos cadernos esportivos durante as últimas Copas do Mundo, o que reacende, por sua vez, algumas categorias de análise sobre a produção de sentidos na cobertura da imprensa esportiva brasileira. No último Mundial de futebol



disputado na Alemanha, entre 9 de junho e 9 de julho de 2006, partiu-se inicialmente de um clima de euforia desmesurada diante do favoritismo da Seleção Brasileira. De um lado, a torcida sonhava com um novo título mundial, e, de outro lado, a imprensa esportiva, em sua grande maioria, supervalorizava um time em que despontavam os talentos de Ronaldinho Gaúcho, Ronaldo, Kaká, Robinho e & Cia. Por ter disputado todos os mundiais até hoje e de ser o maior vitorioso na história das Copas, o Brasil reatualiza continuamente o mito de ser o país do futebol, algo superdimensionado pelos media nacionais.

## II – REFERENCIAL TEÓRICO

A partir de conceitos da Análise do Discurso de linha francesa, este trabalho pretende analisar o discurso textual e imagético de três jornais brasileiros (*O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*) ao longo da cobertura da Copa do Mundo de 2006. O objetivo é: 1) verificar como a imprensa brasileira operou os níveis de recorte e reconstrução do fato esportivo durante o principal evento futebolístico do planeta; 2) quais as peculiaridades desse processo discursivo na produção de textos publicados nos jornais selecionados; 3) quais as peculiaridades desse processo na elaboração do projeto gráfico dos respectivos cadernos esportivos; 4) como a imprensa abandonou em certo momento o discurso de exaltação da Seleção Brasileira, transferindo-o para a cobertura da Seleção Portuguesa (treinada então pelo brasileiro Luiz Felipe Scolari).

Surgida na França, a Análise do Discurso (AD) representava uma tentativa de suprir as insuficiências da análise de conteúdo praticada nas ciências humanas e que se ocupava apenas da projeção de uma realidade extradiscursiva, não levando em conta as articulações lingüísticas e textuais da obra. A Análise do Discurso, por sua vez, preocupou-se logo em fazer uma análise textual, realçando o modo de funcionamento lingüístico-textual dos discursos. Em sua gênese, a AD de linha francesa originou-se de três práticas notadamente européias: a da tradição filológica; a da explicação de textos como exercício de leitura (comum no aparelho escolar francês); e a do estruturalismo. O pensamento dominante nesse momento é o de Louis Althusser (que procedeu a uma releitura das idéias marxistas), por meio dos estudos de Michel Pêcheux. Este concebe uma nova teoria do discurso que serviria, assim, para dar conta daqueles estudos que procuravam ver, na linguagem, um lugar privilegiado de materialização da ideologia.



Esse objeto complexo que é a linguagem passa a ser concebido não apenas em seu componente lingüístico, mas também em seu componente sócio-ideológico que a lingüística saussuriana não abarcava.

Diante desse panorama, uma discussão pertinente às ciências da linguagem e à Análise do Discurso diz respeito ao conceito da subjetividade, cuja gênese pode ser vislumbrada junto aos filósofos gregos (a partir do conceito de Ser autônomo), passando pelo cartesianismo (em que a noção de sujeito está ligada à noção de representação) e chegando a uma nova configuração do Ser guiado pelas contradições, na esteira dos trabalhos de Hegel sobre a Dialética, de Marx e de Freud. No plano da linguagem, o conceito de subjetividade é vislumbrado a partir de três momentos: a) o inaugurado por Émile Benveniste e que mostra a subjetividade como uma busca da constituição do sujeito no interior de seu discurso; b) outro influenciado pela ideologia e que mantém a questão do sujeito no quadro de uma formação ideológica e discursiva; c) e, por último, o momento que, influenciado pelo russo Mikhail Bakhtin e pela psicanálise, vê o discurso como espaço marcado por heterogeneidades, donde surge um sujeito dividido, que procura harmonizar as diferentes vozes presentes em sua fala em busca da unidade.

A noção de subjetividade caminha assim da transparência representacional do sentido para a sua opacificação pela linguagem. O reconhecimento do sujeito em sua complexa multiplicidade vai ao encontro, assim, da preocupação de nossos dias que fundamenta o pós-modernismo: trata-se do percurso da fragmentação, da heterogeneidade, e da multiplicidade. Trazendo a discussão mais próxima do discurso textual, da narrativa, a subjetividade configura-se exatamente na capacidade de o locutor propor-se como sujeito, por meio de uma enunciação que se identifica com o próprio ato. Trata-se de uma consciência de si mesmo que só é possível experimentar-se pelo contraste. Não se emprega ‘eu’ a não ser dirigindo-se a alguém, que será nessa um ‘tu’ (Cf. BENVENISTE: 1976). A subjetividade também é realçada no estudo do Gonzalo Martin Vivaldi: “El cronista, al relatar algo, nos da sua versión del suceso; pone em su narración um tinte personal. No es la cámara fotográfica que reproduce um paisaje; es el pincel del pintor que interpreta la naturaleza, prestándole un acusado matiz subjetivo”. (VIVALDI: 1987, 128) É lógico que qualquer fotógrafo também é subjetivo e imparcial em seu ofício, a partir das escolhas que faz na composição de seus retratos (luz, angulação, cor etc.).



Além da subjetividade, outro conceito advindo da Análise do Discurso e que se instala confortavelmente na leitura do jornalismo esportivo é o que relaciona a categoria dos pressupostos, por meio do conceito de implícitos estabelecido por Oswald Ducrot. Segundo ele, o ato de pressupor configura-se numa tática argumentativa, na qual o enunciador leva o enunciatário a aceitar o conteúdo pressuposto por força da utilização de um discurso persuasivo-argumentativo. Nas definições de Dominique Maingueneau, o pressuposto inscreve-se na estrutura do enunciado, independentemente do contexto, enquanto o subentendido só funciona a partir do contexto: “o subentendido é inferido de um contexto singular e sua existência é sempre incerta; já o pressuposto é estável. O primeiro é tirado do enunciado, o segundo da enunciação.” (MAINGUENEAU: 1996, 92)

O pressuposto cria assim uma cumplicidade entre os dois personagens do diálogo (destinatário e receptor), impregnando ainda, no ato de comunicação, as marcas do emprego retórico da linguagem. Os exemplos dos pressupostos nas crônicas, colunas e fotografias aqui estudadas são tantos que forçam o leitor a se familiarizar rapidamente com o mundo do futebol, sob pena de perder as referências contextuais. E isso provoca ainda mais o estreitamento e a cumplicidade entre locutor e interlocutor, instaurando o tom de familiaridade, de “conversa fiada”, de confiança, que caracteriza a crônica. O leitor se habitua a ler seu cronista e as imagens jornalísticas do mesmo jeito que se acostuma com o café tomado pela manhã ou com determinada marca de cigarros.

### **III – CORPUS DO TRABALHO**

O *corpus* desta comunicação ficou circunscrito ao trabalho dos principais diários brasileiros da atualidade, formadores do que se convencionou chamar de “Grande Imprensa” ou “Jornalismo de Referência” no Brasil. São os casos de *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. O período de análise referiu-se à cobertura desses jornais por ocasião da Copa do Mundo de 2006 (disputada na Alemanha entre os dias 9 de junho e 9 de julho). Foram selecionadas as edições desses três diários a partir do dia 5 de junho de 2006 (uma semana antes da estréia do Brasil no Mundial, o que ocorreu em 13 de junho) até 10 de julho (um dia após o término da competição).



O foco da leitura recaiu sobre a análise discursiva e imagética desse “jornalismo de referência” brasileiro e de que forma se estabelecem as relações entre o nível lingüístico (os sistemas de regras e categorias da língua) e o não-lingüístico (local das realizações históricas, sociais e políticas da obra) na cobertura de uma competição singular como é um Mundial de futebol.

Desse modo, pretendeu-se verificar como parte da imprensa esportiva nacional realizou as operações de recorte e reconstrução da realidade por ocasião de um evento que sempre recebe tratamento especial por parte dos media e que tanta simbologia possui no imaginário brasileiro. Esse etos representado pelo futebol foi alvo de leituras críticas e reflexivas a partir de conceitos da Análise do Discurso de linha francesa.

#### IV – ANÁLISES

Ao longo do Mundial-2006, destaca-se a atenção que os *media* brasileiro começaram a dedicar à Seleção de Portugal, treinada por Luiz Felipe Scolari (o mesmo que comandou o Brasil na conquista da Copa do Mundo de 2002). Depois que a Seleção Brasileira foi eliminada da competição pela Seleção da França, a 1º de julho de 2006, e diante do confronto França x Portugal numa das semifinais do torneio, foi possível notar uma mutação do discurso jornalístico, a partir da “adoção” da equipe portuguesa como exemplo bem sucedido de equipe, em contraponto ao fracasso nacional.

A partir da compreensão do funcionamento do texto e da imagem na imprensa brasileira, pôde-se notar como são produzidos os mecanismos de significação operados nas páginas dos cadernos de Esporte. O texto jornalístico configura-se, assim, como um discurso construído historicamente pelo uso e diretamente relacionado com suas condições de produção. Nesse sentido, os conceitos de isenção, neutralidade e objetividade, que algumas teorias acabam por imputar à prática jornalística, acabaram por ser refutados diante de interesses comerciais dos media analisados e diante da afirmação e da negação de sentimentos nacionalistas que permearam parte da cobertura da Copa do Mundo de 2006.

Partindo, inicialmente, da cobertura de *O Estado de S. Paulo*, vemos que, no início da competição, Portugal não tinha tanto destaque na cobertura midiática, até pela



falta de tradição na Copa do Mundo (participante, até então, de apenas três delas, em 1966, 1986 e 2002) e o baixo rendimento em suas poucas aparições (3º lugar em 66 e desclassificada na 1ª fase em 1986 e 2002). O time sem tradição e sem identidade recebia destaque mais pelo seu técnico do que pelos jogadores em si, mesmo contando com nome como Figo, Deco, Pauleta e o prestigiado Cristiano Ronaldo.

Dos 61 títulos de matérias referentes a Portugal no *Estado*, Felipão é a personagem principal de 36 deles, ora sobre sua metodologia empregada ("Psicólogo Felipão arranca risos e deixa a seleção bastante motivada"), ora sobre o retorno à sua ascendência ("Felipão reforça a torcida da Itália - Técnico apela para suas origens, mas está com a França engasgada"), ora sobre seus hábitos e rituais ("A vida do novo Rei de Portugal - Quando não está treinando a seleção, Luiz Felipe Scolari se ocupa com caminhadas e missas dominicais em Cascais"), além de seu temperamento e entrevistas ("Felipão fala. E esbanja bom humor"). Outra característica é a própria indecisão no momento de definir Scolari, como vemos nas manchetes a seguir:

- 14/06 "Portugal de Felipão é assim: faz 1 a 0 e se fecha com 3 volantes - Técnico brasileiro não quer correr riscos durante a Copa e tem plena confiança em Costinha, Petit e Maniche". (Assim, Portugal - seleção - é do técnico brasileiro, ou melhor: o técnico brasileiro de Portugal, dono do time);
- 15/06 "O Felipão zagueiro - Técnico de Portugal esbanja saúde";
- 05/07 "Portugal x França - Time de Felipão tenta um lugar na história";
- 05/07 "Dia de Portugal fazer história - Seleção de Felipão enfrenta a França em Munique e, se vencer, já garante a melhor colocação em Mundiais".

O destaque dado a Scolari é flagrante, como demonstra ainda a manchete de 18 de junho: "Felipão faz história com seleção de Portugal - Depois de 40 anos, o país volta a se classificar para as oitavas", ou a de 27 de junho: "Felipão, o talismã de Portugal - Tudo de bom que acontece durante os jogos da seleção é atribuído pelo povo português ao técnico brasileiro". Desse modo, o time que começou a competição desacreditado passou a adquirir características e valores de seu técnico, especialmente após ganhar os três jogos da 1ª fase (Angola 0x1 Portugal, Portugal 2x0 Irã, Portugal 2x1 México), e após vencer a Holanda por 1 a 0, nas oitavas-de-final, e a Inglaterra nos pênaltis depois de um empate em 0 a 0, nas quartas-de-final. O time, então, passou a ser



sinônimo de "vibração", valentia, "raça e força", como visto em 26 de junho: "Valentes Portugueses! - Exibição de raça e força marca a passagem da seleção para as quartas em duelo emocionante com a Holanda"; e "Eletrizante, nervosa, na raça. À la Felipão"

É evidente, segundo o jornal, que Felipão criou Portugal à sua imagem e semelhança, transferindo valores e fortificando o time que, apesar da descrença, terminou como o 4º melhor do mundo na competição. Entretanto, nas páginas dos cadernos publicados ao fim da Copa, a seleção descaracterizada e simbolizada apenas por seu técnico já ganha destaque por si só na manchete de 10 de julho: "Um mês de heróis, vilões e recordes - A Copa viu boas defesas, ataques pífios, o rápido adeus de Argentina e Brasil, a vibração portuguesa, a fibra da Itália..." Podemos concluir, assim, com relação à seleção portuguesa, que sua imagem foi sendo moldada ao longo da competição, em função dos resultados e da identificação com o técnico brasileiro.

Já ao analisar a cobertura dada à seleção portuguesa pela *Folha de S. Paulo*, algumas diferenças podem ser notadas, principalmente quanto ao critério de noticiabilidade e relevância dada a cada um dos assuntos tratados. Objeto de 35 matérias, a seleção portuguesa, durante a Copa de 2006, teve como principal personagem o técnico Luiz Felipe Scolari (28 manchetes). O time, que aparece descaracterizado como seleção, é explicitamente moldado (através da cobertura da mídia) pela personalidade de Scolari, como podemos ver no título de uma das primeiras matérias sobre os portugueses no início da competição: "‘Pátria Scolari’, Portugal pega Angola - Lusitanos aprendem a torcer à brasileira com treinador e enfrentam seleção de país que foi sua colônia por 400 anos" (11/06/06).

Ou seja, o Scolari como "pátria" toma o lugar de gerador, um ar materno de criação e preparação de um grupo que representará o país nos próximos jogos, ensinando, inclusive, à própria torcida como torcer e acreditar em si mesma. Tanto que no primeiro parágrafo da matéria, o jornal afirma que os portugueses viram e testam a sua própria seleção ao ser reinventada pelo técnico estrangeiro. Assim, a mídia credita todas as vitórias e a conquista da quarta posição na competição à presença de Scolari, como é evidenciado nas seguintes manchetes: *Com Portugal, Scolari preserva sina de vitórias - Técnico gaúcho supera recorde de 68 anos ao ganhar o 8º jogo seguido em Copas* (12/06); *Scolari e Figo viabilizam feito - Gols após jogadas do capitão levam*



*Portugal a seu primeiro mata-mata de Mundial em 40 anos* (18/06). Desse modo, o crédito de Scolari é tão forte que as vitórias deixam de pertencer ao time ou ao país ali representado e passam a ser de posse do treinador: *Reservas dão a Scolari décima vitória - Recorde de triunfos em Copas, que pertence ao treinador é ampliado com meio time trocado ante mexicanos* (22/06). Assim, o destaque não é lusitano, mas de um brasileiro que está na competição para bater recordes, ao analisar as publicações vemos que, para o jornal, as vitórias são perseguidas pelo brasileiro e não pelo povo simbolizado por seus jogadores que são os verdadeiros personagens atuantes do espetáculo de 90 minutos. A estrela e alvo da mídia é Luiz Felipe.

Além disso, há o peso de que Scolari é brasileiro, o *gaúcho de Portugal*, como representa a primeira capa de 12 de junho: *É do Brasil! Scolari alcança 8ª vitória em Copas e bate recorde de 68 anos*. Ou seja, a vitória da seleção portuguesa “*é do Brasil!*”, como se, metaforicamente falando, Portugal fosse uma extensão do Brasil, com um time criado e treinado por um brasileiro, personagem principal de todos os recordes dirigidos à **nossa** pátria. A comparação também se faz presente entre o técnico de Portugal e do Brasil, Carlos Alberto Parreira, acerca da maneira que cada um tem de treinar e elaborar o melhor esquema tático para maiores vitórias: *Segredos de família - Enquanto Scolari se assume como paizão do time português, Parreira minimiza o papel da harmonia com a equipe brasileira* (22/06), assim, a mídia faz questão de diferenciar bem as características deles para uma melhor comparação entre o papel que cada um desempenha dentro de suas equipes.

Compara-se, também, o modo como Scolari comandava a seleção canarinho e como administra a lusitana: “*A arte da guerra - No comando de Portugal, Scolari derrota Holanda em batalha com 16 cartões amarelos e 4 vermelhos, faz história ao levar o time às quartas-de-final e exalta experiência na Libertadores*” (26/06). O título faz alusão a três assuntos distintos: primeiro, sobre a vitória em cima da seleção holandesa, jogo marcado pela violência em campo e pela expulsão de quatro jogadores; segundo, à experiência de Scolari em jogos difíceis e disputados por ele anteriormente. Dessa maneira, aos poucos, a seleção portuguesa criou sua própria identidade (à imagem e semelhança de seu treinador), a ponto de descaracterizar o adversário, como em: *Garra scolariana supera frieza laranja* (26/06), ou seja, a seleção holandesa é apenas uma cor, apesar de conceitadamente ser quente, fria e derrotada.

Além da ligação com Portugal, o técnico também vira padrão para outras comparações, como por exemplo, com o assistente do técnico da Inglaterra: "*Scolari de Yorkshire*" tenta se firmar na Inglaterra - Futuro técnico da seleção, assistente McClaren ofusca o atual treinador, Erksson, e ajuda a comandar o time com estilo que inclui berros à beira do campo (28/06), desse modo, a personalidade de Luiz Felipe é tão marcante que o fato de berrar à beira do campo já remete a uma comparação automática de estilos e garra. Quando a manchete relativa ao jogo disputado nas quartas-de-final (*Luxo francês encara genérico português*, de 05/07) aparece é para evidenciar que o time sem personalidade própria está se destacando e, apesar de não contar com uma equipe formada inteiramente por grandes craques, consegue disputar com igualdade perante outro time mais tradicional.

Após o jogo contra a França, a derrota acabou por pesar, de novo, sobre os ombros de Scolari: *O dia - Zinedine Zidane marca o gol da vitória, conduz sua seleção à final, impõem a primeira derrota a Luiz Felipe Scolari e se confirma como algoz de treinadores brasileiros em Mundiais* (06/07). Portanto, antes da derrota de Portugal, houve a derrota de mais um brasileiro frente a Zidane (com referência à Copa de 1998, em que a França ganhou a final contra o Brasil). Mas nem por isso a seleção portuguesa foi menosprezada, já que conseguiram fato que não se repetia desde 1966, além de ter sido elogiada pela própria França, que afirmou ter tido um jogo bem mais acirrado do que fora o anterior contra a seleção brasileira, que acabou desclassificando o Brasil nas oitavas-de-final. A alusão se faz presente, em mais um comparação com nossa seleção, em: *Portugal e Ronaldo jogaram mais que Brasil e xarás* (06/07), sendo que o Ronaldo destacado é o português Cristiano e não o Gaúcho ou o Fenômeno, antes referência e agora taxados, apenas, como "xarás", já que Cristiano mostrou um futebol bem mais aguerrido e superior do que o demonstrado nos jogos de nossa seleção.

A *Folha de S. Paulo* começou a dar noticiabilidade à seleção portuguesa principalmente depois de o time ter chegado às quartas-de-final. Até então, era marcada apenas por notas de canto de página ou fotos dos craques, como Figo, e do próprio Felipão. A maneira de fazer com que o recorte ganhasse reconhecimento do público foi a constante referência ao técnico brasileiro, o que pode ter cooperado para a demora na criação de uma imagem própria do time na mídia, já que o leitor se acostumou a ver as



personalidade de Scolari nas cores verde e grená; porém, aos poucos, Portugal foi se concretizando, em parte pelas vitórias e pela desclassificação do Brasil, restando à maioria dos brasileiros torcer pelo seu antigo técnico, fazendo com que a equipe fosse sendo, cuidadosamente, conhecida e reconhecida por si só.

Por último, temos o jornal *O Globo*: de 6 de junho a 8 de julho, Portugal foi manchete de 48 matérias no caderno referente ao Mundial. A ordem das matérias no suplemento começava com a cobertura da seleção brasileira, e depois se dividia conforme os grupos e times que jogariam no dia. Mesmo assim, notícias sobre o time lusitano eram, praticamente, diárias. E a comparação com a equipe verde-amarela era inevitável. A primeira notícia já traz a referência: *Portugal vive dia de Brasil – Felipão atrai 13 mil torcedores ao primeiro treino* (06/06). Desse modo: Portugal, um time sem história no futebol e que conseguiu ser vice-campeão da Eurocopa em 2004 (em que perdeu para a Grécia), começa a ser assediado como se fizesse parte do grupo dos favoritos, como era o caso do Brasil. Outro ponto relevante é colocar o técnico brasileiro como motivo do interesse. A própria matéria aborda o fato de que foi necessária a vinda de um “estrangeiro” para ensinar ao time como ter maior auto-estima. Já a conhecida imagem, um tanto quanto paterna, de Luiz Felipe começa a se expandir sobre a equipe quando se tem um texto intitulado: *Na Família Scolari, só muda o sotaque – Estilo de Felipão faz sucesso em Portugal*(07/06).

Uma importante diferença na abordagem da imagem de Felipão, que no caso de *O Globo* irá facilitar a criação de uma idéia própria do time português, é que matérias relacionadas à personalidade, crenças e hábitos do técnico (tão comuns na *Folha* e no *Estadão*) não fazem parte da cobertura do jornal carioca. A única menção que se fez a isso aparece quase ao término da competição, quando Portugal iria disputar a semifinal com a França – o que já era um mérito e praticamente um recorde para um time que começou o campeonato desacreditado – e foi dado a Felipão o papel de líder (quase espiritual, já que foi atribuído a ele a própria conquista da auto-estima, como foi dito anteriormente): *Só ele pode rir – Felipão reza na Igreja de Santa Maria e dá até conselho a fiéis* (03/07). Com relação a essa manchete seria possível ainda acrescentar dois itens: em primeiro lugar, a já conhecida derrota para a França que desclassificou o Brasil, referindo que, no estado de decepção em que os brasileiros se encontravam, Scolari era um dos poucos que podiam erguer a cabeça e aparentar felicidade; segundo,



e aqui cabe o destaque como líder espiritual, quando a sua ida à igreja desperta a admiração de pessoas que o abordaram pedindo conselhos de como ter força para agüentarem as dificuldades da vida (como tratou a matéria em questão).

Outra alusão ao talento brasileiro que “servia” de guia para o time lusitano é materializada em outro personagem: Anderson Luis de Souza, mais conhecido como Deco, nascido em São Bernardo do Campo e naturalizado português. *‘Brasileiro’ salva Portugal – Deco faz o 1º gol da vitória portuguesa sobre o Irã por 2 a 0* (18/06). Brasileiro entre aspas porque está em outra seleção e é tido como o responsável pela vitória, algo um tanto exagerado já que a partida teve dois gols da equipe portuguesa (o outro feito pelo português Cristiano Ronaldo). Matérias tratando das emoções e nervosismo do jogador também foram publicadas, como: *Deco revela ansiedade para estreiar no mundial* (13/06) – já que no jogo anterior ele fora poupado para recuperar-se de dores musculares.

O jornal também aproximou Scolari do Brasil quando a equipe canarinho começou a não render conforme as expectativas. Então, enquanto as matérias tratavam de um time brasileiro com baixo rendimento e muitas falhas, eram colocadas também notícias e frases de Felipão referentes aos jogadores numa espécie de incentivo, como se, mesmo longe de dirigir a seleção brasileira, ele soubesse exatamente o quê e como fazer, de maneira positiva e não tratando como se tivesse a intenção de alguma revanche ou recalque. Por exemplo, quando o assunto era o baixo rendimento do jogador Ronaldo, o fenômeno, as manchetes que o ligavam ao Scolari eram as seguintes: *Palpite de Felipão: Ronaldo está com carência afetiva – ‘Ele precisa de uma palavra amiga’, diz o técnico* (17/06); e *‘Quando você precisar do Ronaldo, seja amanhã ou depois, ele decide’ – Luiz Felipe Scolari* (20/06).

Com relação ao desenrolar dos jogos, a postura frente à seleção portuguesa é mais objetiva e direta do que os demais títulos analisados nos outros jornais, trazendo os números do jogo com frases menos agressivas, como *Portugal vence México e pega freguês nas oitavas* (22/06) e *Seleção de Felipão elimina a Holanda com recorde de expulsões* (26/06). Enquanto nos outros veículos o episódio contra a Holanda foi tratado com mais “sangue”, a única declaração mais forte foi a seguinte: *‘Nunca vi uma seleção fazer tanto por seu país’ – Emocionado, Scolari afirma que portugueses mostraram à*



*torcida o espírito de Libertadores* (26/06). Sobre esse jogo – que ficou marcado pelas quatro expulsões e dezesseis cartões amarelos – não houve muitos desdobramentos nas páginas do jornal. A imagem do time de Portugal é criada e descolada da do técnico mais rapidamente do que nos jornais paulistas. Quando os elogios aparecem, não vêm somente em nome de Scolari, mas como: *O esplendor de Portugal* (02/07) e *Portugueses buscam a paz para chegar à vitória* (30/06). Aos poucos, até a imagem de Scolari é caracterizada como original das terras lusitanas: *A terrinha de Felipão – (...) rei na pequena cidade de Cascais (próxima de Lisboa) onde mora* (04/07). Ou seja, a “terrinha” de Scolari não é mais o Brasil, ou o Rio Grande do Sul, estado em que nasceu, mas a sua nova pátria, seu novo lar.

Entretanto, há um título que se destaca dentre os demais pela sua característica mais literária e até um tanto quanto poética: *Portugueses rezam para ouvir os sinos da vitória – Despertar com badaladas significa continuar na Copa* (01/07). Essa notícia precedeu o jogo das quartas-de-final contra a Inglaterra, que foi disputado nas cobranças de pênaltis e que terminou 3 a 1 para Portugal, mas o verdadeiro significado explicado no texto era de que os jogadores eram acordados todos os dias pelos badalos dos sinos de uma igreja próxima. Caso eles acordassem novamente com este som, dessa vez não seria nada desagradável e nem atrapalharia o sono dos atletas, mas seria uma prova de que eles seguiriam vitoriosos, rumo à tão sonhada final. A esperança foi concretizada ao passarem para a semifinal, que seria disputada contra a França, equipe responsável pela eliminação do Brasil.

Já quando Portugal perde para a França (05/07), manchetes como: *Bye, Brasil, a última ficha caiu...* (06/07) apresentam um contexto bem mais negativo do que o tratado pela *Folha* e *Estadão*. A última ficha era a representação do último brasileiro – Scolari – que teria chances de chegar à final e desclassificar (como “vingança”) a França. Enquanto os jornais paulistas falam de um povo português orgulhoso pelo rendimento além das expectativas, *O Globo* fala d’*O fim do sonho português* (06/07) e d’*O frustrado sonho português* (09/07) – após a derrota para a Alemanha, que culminou na quarta posição no Mundial. Até as matérias anteriores ao jogo disputado contra a Alemanha já falavam de um time “desmotivado” e “sem ânimo” (08/07).



Desse modo, a cobertura de *O Globo* ficou caracterizada pela rápida construção da imagem independente de seu treinador, apesar de todas as referências e créditos sugeridos inicialmente, assim como trata de maneira mais objetiva os resultados e com poucas histórias e desdobramentos (quando comparados à cobertura feita à seleção brasileira, ou à abordagem dos jornais *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo*). Apesar do elevado número de matérias a respeito (48 textos, o que resulta em uma média de aproximadamente 1,5 textos/dia, uma produção/citação praticamente diária), a temática estava mais focada no grupo em si e na liderança de seu treinador, do que no drama e romantização do campeonato.

#### **V – BREVES CONSIDERAÇÕES**

O que podemos verificar ao longo da análise efetuada é que, antes do início da competição, os três jornais selecionados, em diferentes níveis, procuraram valorizar a qualidade dos jogadores brasileiros e a força do conjunto. Havia um reforço contínuo da idéia de que o Brasil era o maior favorito à conquista do título, em função do retrospecto recente e dos valores individuais. Ao longo do evento, porém, abandonou-se paulatinamente esse discurso efusivo, e os media preferiram relativizar a campanha da seleção nacional, a partir de fortes críticas e de construções de sentido que procuravam denotar a fragilidade de jogadores, dirigentes e corpo técnico.

Paralelamente a isso, destacou-se a atenção que os media brasileiro começaram a dedicar à Seleção de Portugal, treinada por Luis Felipe Scolari (o mesmo técnico que comandou o Brasil na conquista da Copa do Mundo de 2002). Depois que a Seleção Brasileira foi eliminada da competição pela Seleção da França, e diante do confronto França x Portugal numa das semifinais do torneio, foi possível notar uma mutação do discurso jornalístico, a partir da “adoção” da equipe portuguesa como exemplo bem sucedido de equipe, em contraponto ao fracasso nacional.

A partir da compreensão do funcionamento do texto e da imagem na imprensa brasileira, pôde-se notar como são produzidos os mecanismos de significação operados nas páginas dos cadernos de Esporte. O texto jornalístico configura-se, assim, como um discurso construído historicamente pelo uso e diretamente relacionado com suas condições de produção. Nesse sentido, os conceitos de isenção, neutralidade e



objetividade, que algumas teorias acabam por imputar à prática jornalística, acabaram por ser refutados diante de interesses comerciais dos media analisados e diante da afirmação e da negação de sentimentos nacionalistas que permearam parte da cobertura da Copa do Mundo de 2006.

## VI - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail M. *Estética da criação verbal*. São Paulo, Martins Fontes, 1992.
- BENVENISTE, Émile. “Da subjetividade na linguagem”, em *Problemas de Lingüística Geral*. São Paulo, Editora Nacional/Edusp, 1976.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 7ª ed., Campinas (SP), Editora da Unicamp, s/d.
- BOURDIEU, Pierre. *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*. Paris, Fayard, 1982.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- DUCROT, Oswald. *O dizer do dito*. Campinas, Pontes, 1987.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*., 6ª ed., São Paulo, Loyola, 1996.
- GREGOLIN, Maria do Rosário e BARONAS, Roberto (org.). *Análise do discurso: as materialidades do discurso*. São Carlos (SP), Claraluz, 2001.
- JAKOBSON, Roman. *Lingüística e comunicação*. São Paulo: Cultrix, s/d.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Pragmática para o discurso literário*. São Paulo, Martins Fontes, 1996.
- ORLANDI, Eni. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas, Pontes, 2001.
- PÊCHEUX, M. “Análise automática do discurso”, (1969), in GADET, F. & HAK, T. *Por uma análise automática do discurso*. Campinas: Unicamp, 1990.
- PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos*. São Paulo, Hacker Editores, 1999.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.
- VIVALDI, Gonzalo Martin. *Géneros periodísticos - reportaje, crónica, artículo - análise diferencial*. Madrid, Paraninfo, 1987.