

A FOLHA DE SÃO PAULO E O “PAÍS DO FUTEBOL”: NARRATIVAS JORNALÍSTICAS DA NAÇÃO E O DEBATE DE 1997 SOBRE O FUTEBOL BRASILEIRO*

*The Folha de São Paulo and the “Football Country”:
journalistic tales of the nation and the 1997
discussion about Brazilian football*

Candice Vidal de Souza**

*Meu sertão da sariema,
Sertão queimado de sol,
Que não conhece cinema,
Teatro, nem futebol...*
Patativa do Assaré

RESUMO

O artigo analisa a participação do jornal *Folha de São Paulo* na discussão sobre a “modernização” do futebol brasileiro transcorrida em 1997. Utiliza como material de análise a série de reportagens denominada *País do futebol* e artigos de columnistas fixos do jornal, objetivando captar como se posicionou editorial e politicamente o periódico de maior circulação nacional a respeito de um modelo para o futebol brasileiro. Esses discursos são tratados como narrativas da nacionalidade produzidas no âmbito do jornalismo esportivo. Isto porque os textos, quando descrevem o que seria a realidade do esporte nacional, reportam imagens do Brasil que se tem e daquele que se deseja. Plenas, portanto, de descrições valoradas da nação.

Palavras-chave: *Folha de São Paulo*, futebol, construção da nação.

* A versão original desse trabalho foi apresentada ao GT Antropologia dos Estados Nacionais, como parte da programação da XXI Reunião Brasileira de Antropologia, Vitória (ES), 5 a 9 de abril de 1998. Tarcísio Rodrigues Botelho, apesar de sua indiferença pelo futebol, fez comentários e sugestões valiosos.

** Mestre em Antropologia Social pela UnB. Doutoranda em Antropologia Social pelo Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

ABSTRACT

This article analyses how the newspaper *Folha de São Paulo* participated in the discussion about “modernization” in the Brazilian soccer occurred in 1997. Reporting series named *País do futebol* and articles of fixed columnists of the diary are used as research material, to capture the editorial and political position of the larger circulation Brazilian newspaper about a model for Brazilian soccer. These discourses are treated as nationality narrations constructed by sportive journalism, because the texts, while describing the presumed reality of the national sport, report images of Brazil that is and that want to be, all of them valued descriptions of the nation.

Key-words: *Folha de São Paulo*, soccer, nation construction.

O tratamento que a imprensa escrita dedica ao universo de acontecimentos e temas do futebol no Brasil mostra-se uma ocasião discursiva particularmente generosa em formulações sobre a nacionalidade. A história da tematização do futebol nas páginas dos jornais nacionais revela o prestígio desse esporte eleito símbolo da brasiliade, bem como debates que articulam reflexão sobre o futebol e problematização da nacionalidade. Trabalhos como os de Gilson Gil, José Sérgio Leite Lopes e Sylvain Maresca, e José Sérgio Leite Lopes e Jean Pierre Faguer mostram que empreender recortes sobre momentos em que a imprensa se dedica a pensar sobre o futebol brasileiro é uma trilha promissora para se ter acesso a impressões e projetos para o Brasil.¹

A articulação entre jornalismo e jornalistas especializados em esporte e futebol foi demonstrada de forma segura pelo antropólogo José Sérgio Leite Lopes, considerando a trajetória do jornalista Mário Filho.² A invenção do jornalismo esportivo no Brasil nos anos 30 – gênero inaugurado pelo irmão de Nelson Rodrigues – que coincide com a emergência do assunto jornalístico futebol, é indissociável da invenção do futebol como esporte popular e nacional, já com condições que permitem a profissionalização dos jogadores.

Essa marca de nascença institui o lugar dos profissionais da reportagem e do comentário sobre futebol como agentes formuladores de imagens do Brasil e de seu povo. Por isso, o papel informativo rotineiro do jornalismo esportivo é permeado por debates contínuos sobre o estado do futebol nacio-

1 GIL, Gilson. O drama do futebol-arte: o debate sobre a seleção nos anos 70. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 25, p. 100-109, jun. 1994; LEITE LOPES, J. Sérgio; MARESCA, Sylvain. La disparition de la joie du peuple; notes sur la mort d'un joueur du football. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 79 p. 21-36, 1989; LEITE LOPES, J. Sérgio; FAGUER, Jean Pierre. L'Invention du Style Brésilien. Sport, journalisme et politique au Brésil. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n. 103, p. 27-35, 1994.

2 LEITE LOPES, J. Sérgio. A vitória do futebol que incorporou a pelada. A invenção do jornalismo esportivo e a entrada dos negros no futebol brasileiro. *Revista USP*, n. 22, p. 64-83, 1994.

nal; no entanto, há cadeias de eventos que são particularmente animadoras de discussão entre os sujeitos autorizados a escrever sobre futebol em jornal. A própria concentração de espaços de opinião nas seções esportivas seria um índice da representação jornalística de alguns acontecimentos como extraordinários. Exemplos de ocorrências desencadeadoras da intervenção opinativa no âmbito do jornalismo esportivo são a participação vitoriosa ou fracassada da seleção brasileira em copas mundiais, nas quais localizamos categorias e significados da linguagem do futebol no Brasil.

Este artigo apresenta um desses momentos críticos de reflexão sobre os rumos do futebol brasileiro, motivado pela elaboração, apresentação e tramitação do projeto de lei conhecido como Lei Pelé, o qual concerne à estrutura administrativa, fiscal e jurídica do futebol no Brasil. O referido projeto foi enviado ao Congresso Nacional no segundo semestre de 1997 (precisamente em 08/09/1997), tendo gerado movimentação política antes e depois de sua entrega aos parlamentares. A mudança nas regras de funcionamento do futebol brasileiro intentada pela nova lei provocou confrontos entre os atores favoráveis e contrários ao projeto, em sua maioria radicalmente antagonizados em defesa do modelo de gestão do futebol vigente ou daquele projetado na proposta em trâmite.³

No cenário que envolveu representantes dos jogadores, dirigentes de clubes, parlamentares-dirigentes, federações, patrocinadores e o próprio governo, destacamos a intervenção do jornal *Folha de São Paulo*. Este jornal reservou aos temas implicados no projeto da Lei Pelé esforços editoriais que configuraram a prioridade dada à questão da reforma do futebol brasileiro em seu caderno de esportes durante o ano de 1997. Além do noticiário permanente

³ Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, era Ministro dos Esportes na época desse debate. A dubiedade inerente à sua condição de craque incontestável do futebol e de funcionário do governo em exercício da política é evidenciada em um anúncio publicitário de página inteira do Clube dos Treze – União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro e ABRACEF, publicado na *Folha de São Paulo*, 24 out. 1997. Diz o título: *O Rei Pelé não tinha o que melhorar. A lei Pelé tem*. Abaixo segue o texto: “Não era apenas a técnica impecável. Os lances memoráveis protagonizados pelo atleta do século vinham sempre acompanhados de uma certa malfácia, ginga e muito talento. Ninguém aqui quer discutir o futebol do Pelé. Mas a Lei sim. O projeto da Lei Pelé tem um objetivo: modernizar o futebol brasileiro. Acontece que muita gente tem esse mesmo objetivo: atletas, árbitros, jornalistas, torcedores, empresas e clubes. Os clubes, por sinal, têm muito a contribuir para deixar o projeto da Lei Pelé redondinho. A trajetória dos clubes mistura-se com a história do nosso futebol. Se hoje [1997] o Brasil é tetracampeão, reconhecido no mundo inteiro como o País do Futebol, os clubes têm participação decisiva nisso. Não é para menos que construíram patrimônios respeitáveis como estádios mundialmente famosos, complexos esportivos de última geração e formaram craques investindo em categorias de base. E sempre é bom lembrar que a primeira chance que o Pelé teve de mostrar toda sua majestade foi em um clube que apostou no seu talento”. A Lei Pelé foi sancionada como Lei n. 9.615, em 24/03/1998.

sobre o curso da apresentação da lei aos congressistas, a *Folha de São Paulo* dedicou uma série de reportagens denominada *País do futebol*, publicada em dias contínuos ou não no intervalo de 23 de fevereiro a 18 de maio de 1997. Simultaneamente, os principais articulistas do caderno de esportes se empenharam em divulgar opiniões explicitamente favoráveis ao que chamam de “modernização do futebol brasileiro”, sendo os textos dedicados a analisar inúmeras variáveis contidas nessa expressão referida tanto ao debate externo que se desenrolava em torno da Lei Pelé quanto a uma proposta formulada entre os quadros opinativos do jornal.

A autodenominação do Brasil como “país do futebol” pode ser datada; sua construção é um exercício de intelectuais, notadamente os jornalistas, pensando sobre a nação. Segundo informa Marcos Alves de Souza, “parece ter sido a partir de 1962 que o Brasil começou a ser considerado internamente como o ‘país do futebol’, fato explicado pelo êxito obtido em duas copas mundiais consecutivas. Isto possibilitou que um discurso antigo sobre uma ‘brasilidade’ no futebol se tornasse o discurso ‘oficial’ sobre o futebol brasileiro”.⁴

Considero que o material composto pela série de reportagens temáticas, bem como pelos artigos remissivos a essas matérias, é uma oportunidade privilegiada para a enunciação jornalística da nacionalidade propiciada pelo assunto futebol. As falas reiterativas que povoaram a seção esportiva do jornal durante o intervalo de tempo observado compõem aquilo que apresentaremos como o discurso do jornal sobre a modernização do futebol brasileiro, quer dizer, a seleção e a avaliação do que é considerado como elemento necessário na construção de modelos de gestão modernos do futebol, a comparação entre as experiências brasileiras e de outras nações (sobretudo da Europa Ocidental) e a crítica a estruturas e práticas tradicionais que impedem ou retardam a dominância das novas orientações desejadas para a política do futebol no Brasil.

A motivação político-editorial para a publicação de uma posição do jornal quanto aos acontecimentos e personagens em jogo, e, sobretudo, a compreensão dos significados implicados no retrato interessado do futebol brasileiro que o jornal faz questão de anunciar, devem ser acompanhados por uma localização, ainda que breve, das características do jornalismo que a *Folha de São Paulo* deseja praticar.

4 SOUZA, Marcos Alves de. *A nação em chuteiras: raça e masculinidade no futebol brasileiro*. Brasília: UnB/ DAN, n. 207, 1996, p. 38. Série Antropologia.

Algumas pontuações sobre a história do jornal são necessárias para demarcar fatos e rumos que indiquem sobre a identidade da *Folha de São Paulo*, segundo a própria autodefinição que divulga.⁵ Com isso, deve-se ter como referência de leitura dos textos noticiosos/opinativos em questão os aspectos interdependentes do mercado leitor imaginado, da narrativa prescrita e dos objetivos políticos da mensagem. Pois são estas as balizas editoriais que tornam inteligíveis a narrativa do jornal.⁶

Ao apresentar sua perspectiva no debate recente sobre o futebol local, a *Folha de São Paulo* atualiza as intenções políticas anunciadas em sua orientação editorial. Conforme o que será verificável na análise da seleção do material divulgado, o jornal quer intervir dentro do que concebe como tarefa específica da imprensa escrita de produzir reflexão e fornecer informação esclarecedora capaz de mover a opinião do público em algumas direções desejáveis, política e moralmente.

O jornal

O periódico denominado *Folha de São Paulo* começa a circular em 1º de janeiro de 1960. Desta data até 1962, aparece em três edições diárias. Daí em diante, apenas a edição matutina persiste. No momento em que surge, o periódico era conduzido por José Nabantino Ramos, Clóvis de Medeiros Queiroga e Alcides Ribeiro Meireles. Em 13 de agosto de 1962, o jornal passa à direção de novos donos, Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho.

5 A nomeação *Folha de São Paulo* (ou simplesmente *Folha*, entre jornalistas e leitores íntimos) acata a auto-referência presente unanimemente nos discursos “públicos” daqueles que fazem o jornal, sejam os seus dirigentes ou os seus empregados. Mantendo fora de suspeição neste artigo esta denominação, que, personificando o jornal, acaba por tomá-lo como um agente e produz a imagem de homogeneidade que faz crer que o jornal possui uma só fala articulada e convergente. Neste aspecto, sigo o discurso de meu objeto, sem observar eventuais dissonâncias internas sobre definições editoriais ou até possíveis incoerências entre o jornalismo desejado e o jornalismo de fato realizado pela redação da avenida Barão de Limeira.

6 HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o *mugging* nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993, p. 232, esclarece que “cada jornal tem um enquadramento organizacional específico, um sentido noticioso e os leitores, assim também cada um desenvolve um *modo de discurso* regular e característico. (...) De especial importância na determinação da forma particular de discurso adotado será a parte específica do espectro de leitores, aos quais o jornal acha que habitualmente se dirige: o seu público destinatário. A linguagem utilizada será, pois, a *própria versão do jornal da linguagem do público a que se dirige principalmente*: a sua versão da retórica, imagens e *stock* comum de conhecimento subjacente que supõe que o seu público partilha e que, deste modo, constitui a base de reciprocidade produtor-leitor.” (grifos no original).

A rigor, a história do jornal em análise começa quando inicia sua publicação como *Folha de São Paulo*. No entanto, deve-se saber que existe uma “pré-história da *Folha de São Paulo*”⁷. Tal época é contada a partir de 19 de fevereiro de 1921, quando começa a circular a *Folha da Noite*, até o primeiro dia de janeiro de 1960.

Neste intervalo, o jornal passa por três grupos de proprietários. De 1921 a 1931, é dirigido por Olívio Olavo de Olival Costa e Pedro Cunha. Neste intervalo se inclui o surgimento dos jornais *Folha da Noite*, 19 fev. 1921, e *Folha da Manhã*, 01 jul. 1925.

Em outubro de 1930, com a vitória de Getúlio Vargas, as duas folhas são empasteladas em razão de seu alinhamento regionalista. Só reaparecem a partir de 15 de janeiro de 1931, já sob a direção de Octaviano Alves de Lima. Em 10 de março de 1945 a direção das *Folhas* passa para o trio composto por José Nabantino Ramos, Alcides Ribeiro Meireles e Clóvis de Medeiros Queiroga, que a partir de 1949 acrescentam a *Folha da Tarde* aos jornais editados.

No impulso de modernização dos negócios, Nabantino decide reunir os três jornais sob o nome *Folha de São Paulo* em janeiro de 1960, que circularia inicialmente em três edições diárias correspondentes às antigas *Folhas*. O editorial de janeiro assim esclareceu o significado das mudanças:

Somos efetivamente, a *Folha de São Paulo*, porque em São Paulo se edita nosso jornal e a São Paulo se consagra. Sem eiva regionalista, todavia, antes com a preocupação de servir ao Brasil, que é a única maneira de defender eficazmente os interesses de São Paulo e do País. Essa a razão do *slogan* que a partir de hoje figura sob o título destas colunas: “Um jornal a serviço do Brasil” (*Folha de São Paulo*, 14 fev. 1971, E-37)

Antes de ser vendida aos seus últimos donos, a sociedade Frias-Caldeira, as três edições diárias do jornal foram suspensas. Permaneceu a *Folha de São Paulo* como diário matutino, mas ainda querendo se distinguir como “um jornal a serviço do Brasil”.

No dia 13 de agosto de 1962, a mudança de direção da *Folha de São Paulo* foi anunciada pela seguinte nota da redação:

⁷ O jornalista Paulo Duarte utiliza essa demarcação temporal em dois artigos publicados no jornal: “Pré-história da *Folha de São Paulo*”, (6 mar. 1966) e “Ainda sobre a pré-história da *Folha de São Paulo*” (20 mar. 1966). Os mesmos estão reproduzidos em MOTA, Carlos Guilherme e CAPELATO, Maria Helena. *História da Folha de São Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Impress, 1981, p. 309-318.

A alteração havida na direção deste jornal em nada modifica a linha de conduta que ele vinha seguindo há perto de duas décadas. A *Folha de S. Paulo* continua sendo, antes e acima de tudo, um jornal a serviço do Brasil, em cujo futuro confia firmemente (*Folha de São Paulo*, 14 fev. 1971, 38-F, grifos originais)

Acontece que o esclarecimento público sobre o parentesco editorial com o tipo de jornalismo que os precedia imediatamente, não impedia que Frias e Caldeira identificassem a necessidade de reformulações drásticas na estrutura do jornal para viabilizá-lo. Dá-se início a processos contínuos de transformações administrativas, tecnológicas e editoriais que vão marcar o jornal até os dias de hoje.

Carlos Guilherme Mota e Maria Helena Capelato⁸ identificam as seguintes etapas de mudanças na empresa:

- a) 1962/1967: reorganização financeiro-administrativa e tecnológica.
- b) 1968/1974: a “revolução” tecnológica.
- c) 1974/ 1981: definição de um projeto político-cultural.

Após 1981, e notadamente a partir de 1984, pelo que indicam alguns trabalhos e relatos pessoais, há uma radicalização da preocupação com o “projeto político-cultural” do jornal, o que inclui a definição do padrão editorial (a escrita, a estética, a perspectiva de análise).⁹ Sem desprezar, contudo, o aperfeiçoamento de infra-estrutura e de gerenciamento. Ocorre ainda uma ampliação do público leitor (em 1987, alcança a marca de jornal de maior circulação no país), acompanhada de promoções de autopublicidade contínuas.

A mobilização a favor das eleições diretas é um dos marcos na definição político-editorial do matutino paulista para os anos vindouros. Neste ano de 1984, o diretor de redação do jornal, Otávio Frias Filho, esclarece o projeto que se delineava então. Tratava-se de “(...) fazer um jornal liberal, burguês, preocupado com os direitos do cidadão, preocupado com os direitos que os grupos sociais têm de se organizar, de se mobilizar, deter o peso e presença no

8 Ibid., p. 188.

9 A melhor informação, ainda que do ponto de vista de um nativo interessado, sobre essas ocorrências no jornal está em LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Mil dias. Os bastidores da revolução em um grande jornal*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

Estado, preocupado em democratizar a estrutura do Estado, preocupado em introduzir algumas reformas sociais na estrutura do capitalismo (...)¹⁰.

A *Folha de São Paulo*, na visão de seus estrategistas, deveria adotar essas posições para estar em sintonia com os desejos de seus leitores. Uma posição mais doutrinária, que interferisse nos rumos dos acontecimentos, era o que o público esperava do jornal.¹¹ Desse modo, o diretor de redação justifica as opções político-editoriais do jornal por uma sondagem “impressionística” (como admite o próprio Frias Filho) da opinião de seus leitores. A crença corrente no jornal, que consta de seu Manual de Redação, é de que cumpre um mandato concedido pelo leitor, o qual referenda as atitudes do jornal a cada ato de compra.

Pelo que se lê no referido Manual, é o mercado do periódico que define a “importância da notícia”. Diz-se que “(...) a Folha fala para o conjunto de seus leitores, não para o conjunto da população”.¹² A mensagem depende assim de uma percepção antecipada do consumidor padrão da *Folha de São Paulo*, que deve ser absorvida por seus repórteres e redatores. O esclarecimento desse aspecto é parte do treinamento dos iniciantes na redação. João Torres, antropólogo e ex-aprendiz de jornalista na *Folha de São Paulo*, recorda-se das palavras do diretor de redação ao receber os novatos, participantes de um teste de seleção no início dos anos 90. Conta ele que Otávio Frias Filho:

...admitiu resolutamente que a *Folha de São Paulo* se destinava quase que exclusivamente ao público-leitor paulistano, o que me deixou bastante perplexo, pois contava que o horizonte do jornal alcançaria centros mais distantes como tática de atração de consumo. Além de paulistano, a composição do conjunto de seus leitores privilegiava os estratos sociais mais altos, os profissionais liberais, estudantes universitários, e intelectuais; classes médias urbanas.¹³

Junto com a delimitação dos consumidores da *Folha de São Paulo* em termos de estratos sociais e de abrangência regional, a instituição de um forma-

10 FRIAS FILHO, Otávio. A Folha e as diretas. Entrevista concedida a Edison Nunes, Hamilton Cardoso e Marília Garcia. *Lua Nova*, v. 1, n. 2, jul./set. 1984, p. 34.

11 Ibid., p. 32.

12 Citado em WEBER ABRAMO, Cláudio. Império dos sentidos: critérios e resultados na Folha de São Paulo. *Novos Estudos*, 31 out. 1991, p. 67.

13 TORRES, João Batista de Miranda. *As folhas do mal? Espectros da antropologia na imprensa*. Brasília, 1994. Dissertação (Mestrado) – PPGAS. (p. 32).

to próprio de produção e apresentação da mensagem também comporia a identidade do jornal. A norma é escrever no “padrão *Folha*”, ensinado tanto pelo manual quanto pelos superiores da redação. Em síntese, a ordem é a seguinte: “numa linguagem direta, objetiva e concisa, as frases, as orações, os parágrafos teriam que ser elaborados com a maior neutralidade possível, aliados a uma necessária apreciação crítica do assunto”.¹⁴

Opções jornalísticas feitas para obter determinados resultados na formação da opinião pública e na transformação de formas sociais indesejáveis segundo os parâmetros do próprio jornal. A “linguagem *Folha*” assim o é para gerar certos resultados. Pelo projeto editorial que se instala a partir de 1984, “(...) a ideologia do jornal se prestaria a melhor se adequar aos princípios da informação mais lúcida, impessoal, honesta e democrática em favor da opinião pública”.¹⁵

O trabalho de reportagem e os artigos de opinião assinados por especialistas em futebol abrigados no caderno de esportes, na época sob a chefia do editor Melchíades Filho, dão forma e voz a esse projeto jornalístico e político que a *Folha de São Paulo* construiu para si em sua posição no time da elite do campo jornalístico brasileiro.

A modernização do futebol brasileiro segundo a Folha de São Paulo

A edição inaugural da série “País do Futebol”, publicada no domingo 23 de fevereiro de 1997, estabelece o objeto noticioso, além de adiantar a perspectiva de compreensão dos temas a serem divulgados em números posteriores do caderno de esportes. A apresentação, assinada por Matinas Suzuki Jr. (integrante do Conselho Editorial da *Folha de São Paulo* no período), vem com o título “Modelo falido ameaça levar esporte à ruína” e mereceu a capa do caderno.

14 Ibid., p. 22.

15 Ibid., p. 32.

Vale a transcrição longa de alguns trechos dessa abertura:

O futebol brasileiro vive um momento decisivo. *Como existem dois Brasis, o pobre e o rico, também temos dois países do futebol.* (...) Pior ainda, o fosso entre o país do futebol rico e o país do futebol pobre vem aumentando. (...) o futebol rico sabe que, sem mudanças estruturais, ele não poderá sobreviver a longo prazo. É cada vez menor o elenco de times que participam do seu banquete. O futebol pobre, como se verá nos depoimentos colhidos pela reportagem da *Folha*, não tem como ficar mais pobre. Enquanto o futebol cresce em todo o mundo, inclusive em locais sem tradição alguma no esporte, enquanto países europeus descobrem novas maneiras de obter faturamento explorando esse espetáculo, a modalidade perde, no Brasil, cada vez mais o seu principal cliente: o torcedor.

O modelo do futebol brasileiro está exaurido. Com este caderno especial, e com a série de reportagens que serão publicadas ao longo da semana, a *Folha*, ao fazer um diagnóstico inédito desse setor, passa a incluir o tema da modernização do futebol brasileiro no rol das suas prioridades editoriais (*Folha de São Paulo*, 23 fev. 1997, grifos meus).

Nesse texto, o cenário do esporte no Brasil é construído em tom de diagnóstico, ressaltando-se a natureza crítica do período atual do futebol brasileiro. Além do que, trata-se de uma narrativa condensada da problemática tal como é identificada e qualificada pelo jornal, contendo, por isso, alguns pontos de partida conceituais. Antecipa assim códigos para descrição da notícia priorizada na série.

O trabalho jornalístico que se segue é a investigação das características do modelo brasileiro e das razões de seu esgotamento e, principalmente, de sua incompatibilidade com as condições pretendidas de modernização e internacionalização do futebol. Esse programa de discussão, cujo ineditismo é ressaltado inúmeras vezes no curso das publicações, desenvolve-se em torno de temas específicos, que ocasionalmente são repriseados em seqüências de reportagens assemelhadas. São eles: clubes, federações, calendários, Estado, televisão, *marketing*, torcedor, *true stories* (“histórias reais”), legislação, personagens. Reportagens enquadradas sob os temas “legislação” e “histórias reais” foram as mais numerosas.

Esse conjunto delimitado de assuntos organiza as matérias de maneira bastante sistemática, apesar da diversidade do conteúdo particular de cada

uma delas. Acredito que isso se deve a uma estrutura de construção do texto noticioso que percorre a totalidade das reportagens, produzidas com a norma genérica de fornecer uma “cirúrgica radiografia do futebol brasileiro”.¹⁶ O propósito implicado na metáfora é a avaliação de uma situação, seguida da identificação de suas partes doentes e saudáveis, e o conseqüente receituário de alternativas de “cura”. Em termos da apresentação jornalística, a série da *Folha de São Paulo* repete uma seqüência discursiva constituída por cinco momentos básicos: afirmativa introdutória, informação específica, avaliação de cenário (frequentemente recorre-se a comparações), proposição de soluções e antevista de consequências.

Unificados, esses momentos da fala jornalística sobre o mundo do futebol compõem o discurso mestre sobre a modernização do futebol no Brasil. Interessa-me aqui remontar o todo a partir dos numerosos fragmentos que são as matérias. Para tanto, recupero algumas imagens construídas no texto do jornal.

O futebol empresa ou o futebol como negócio

“Há uma unanimidade entre os patrocinadores de times de futebol entrevistados para esta série da *Folha* sobre a modernização do futebol brasileiro. Todos eles afirmam que, sem uma mudança na estrutura de funcionamento dos clubes, o futebol brasileiro poderá continuar gerando grandes jogadores, mas jamais se tornará uma potência econômica no setor – pelo contrário. (...)" (*Patrocinadores pressionam e podem forçar a modernização das equipes*, segunda, 24 fev. 1997).

“A adoção da economia de mercado na gestão do futebol, inclusive com ações em Bolsa, é uma tendência que a Europa está mostrando que revitaliza e transforma o futebol em grande negócio” (*Patrocinadores pressionam e podem forçar a modernização das equipes*, segunda, 24 fev. 1997).

16 Expressão utilizada por Alberto Helena Jr. em sua coluna de 03/03/1997. A edição de 02/03/1997 traz uma forma sinônima, mas com outras adjetivações, na ‘meta-notícia’ intitulada “Série revê estrutura do futebol”(...) “Com a série *País do futebol*, a Folha faz o primeiro grande raio X do esporte na imprensa brasileira...”

Comparado com o que se faz em termos promocionais no futebol europeu ou com outras modalidades esportivas profissionais nos EUA, o marketing no futebol está na idade da pedra pintada. (...) Alguns observadores acham que a modernização do futebol brasileiro virá justamente pelo marketing. Como as empresas precisam da força comunicativa do futebol, mas despida dos valores negativos agregados a essa modalidade esportiva, elas passariam a pressionar para que a modernização administrativa ocorra (*Marketing é elemento fundamental na modernização do futebol no país*, sábado, 01 mar. 1997).

A linha geral do argumento da *Folha de São Paulo* confirma a excelência técnica dos jogadores brasileiros. O que se põe em questão é a estrutura esportiva ampla em que surgem os talentos individuais. Nesse debate, as categorias presentes no jornalismo esportivo remetem a terminologias econômicas; o problema formulado pelos entendidos de futebol que aí escrevem é construído numa crônica que se distingue daquela cujos códigos retóricos são referidos ao modo de jogar.¹⁷ A série “país do futebol” possui uma mercadoria futebol, que circula em uma economia do futebol, com o objetivo de atingir os consumidores de futebol.

O que preocupa a *Folha de São Paulo* são os estorvos que práticas de um modelo tradicional, não-empresarial, de concepção e gestão do futebol, causam ao livre funcionamento do circuito econômico gerado pelo esporte. A modernização significa a vigência plena da profissionalização no futebol no núcleo administrativo do esporte: os clubes. A reestruturação interna dos clubes e das relações entre eles (o que remete ao âmbito das instâncias normativo-jurídicas do futebol brasileiro) são prioridades para a construção de um modelo empresarial no Brasil.

As diretrizes para as mudanças são imediatamente oferecidas pelo jornal. A cada tema, “os países de ponta da economia do futebol (Inglaterra, Itália e Espanha, principalmente)” (28/02/97) são citados como experiências exemplares de modernização bem-sucedida, porque lucrativa para patrocinadores, clubes, televisões e jogadores; e satisfatória para o “torcedor (leia-se consumidor)”¹⁸ de futebol. A rubrica “tendência européia” demarca no texto os parâmetros de comparação para o futebol brasileiro, construindo como que uma seqüência evolutiva no sistema do futebol que segue de um modelo ainda

17 Veja-se, como exemplo de reflexão que privilegia o momento do jogo no futebol, os debates considerados por GIL, op. cit., e SOUZA, op. cit., em torno do “futebol-arte” e do “futebol-força”.

18 Trecho de artigo de Alberto Helena Jr. de 26/10/1997.

intocado no Brasil (não exclusivo do Brasil, mais aqui superdimensionado e aprofundado pela importância e abrangência social e geográfica do esporte) à via do futebol-mercadoria em prática no futebol europeu de brilho.

O futebol pátrio em declínio é assim representado:

O futebol do clientelismo político e do regionalismo

Sistema federativo impede melhoria dos campeonatos disputados no Brasil

Os presidentes das federações são eleitos pelos presidentes das ligas amadoras e dos clubes filiados. A participação do sistema amador nas federações que lidam com o futebol altamente profissionalizado, por exemplo, é uma das contradições que o sistema federativo brasileiro dá abrigo. O presidente da federação é um pequeno déspota da época. Cria-se dentro das federações um regime clientelista na disputa e manutenção do poder. (...) No Brasil, as federações organizam os campeonatos estaduais, elaboram as tabelas, escolhem os juízes, vendem os direitos de transmissão para a televisão, registram os clubes e jogadores e até dão o “aval moral” para a compra e venda de jogadores. (...) Muitas vezes, as decisões eminentemente técnicas para esses itens ficam resolvidas por critérios políticos. (...)

A experiência bem sucedida dos países europeus indica que o sistema federativo para o futebol de primeira linha foi superado. (...) Nestes países foram constituídas as entidades conhecidas como as ligas nacionais profissionais, que são organizações não-federativas, não vinculadas a interesses regionais, criadas pelos clubes para administrar e organizar os campeonatos de futebol em moldes profissionais e modernos. Essas ligas perceberam o potencial do futebol no mundo do espetáculo e na indústria do entretenimento contemporâneo, e passaram a administrá-lo mais com o olho no mercado e no mundo dos negócios, do que no mundo das disputas políticas e regionais do sistema tradicional (que também havia em grande quantidade nos países europeus)... (25/02/1997)

Geografia, cultura e política se unem contra a racionalização dos torneios

...em nenhum outro lugar são disputados torneios nacionais e regionais na proporção dos brasileiros. De uns tempos para cá, vem se formando mundialmente a convicção de que os torneios de caráter nacional são os mais importantes, pois são eles que dão acesso aos torneios internacionais. Essa é uma tendência universal. No Brasil, existem três obstáculos para que essa opção seja definitivamente implantada:

1. O obstáculo geográfico, pela extensão territorial do país. Nenhum outro país tem uma rede de campos de futebol, onde se disputam partidas profissionais, tão grande quanto a do Brasil.
2. O obstáculo cultural. A formação e o crescimento do futebol brasileiro se deram em bases regionais. Daí a dificuldade de superação dessa cultura regionalista.
3. O obstáculo político, derivado do item “2”. O regionalismo fortaleceu politicamente as federações de futebol estaduais.
(26/02/1997)

Um impulso de transformação pode vir da atuação do Estado (incluindo os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário) como agente modernizante capaz de enfraquecer essa ordem atrasada e anacrônica identificada pela *Folha de S.Paulo*. É justamente esse o significado que pode ter a proposição da Lei Pelé, a partir da instauração de mecanismos enfraquecedores da atual estrutura de poder no futebol brasileiro. Entende-se ser esta a ocasião propícia para repetirmos aqui um processo outrora vivido pelo futebol europeu, onde “os aparelhos de Estado, para modernizar, moralizar e até para salvar o futebol, conseguiram se impor aos clubes de maneira compulsória, sem que isto tenha quebrado a autonomia esportiva – pois não houve ingerência estatal nem na estrutura dos jogos, nem na confecção de normas e campeonatos...” (27/02/1997)

A intervenção do Estado, no caso brasileiro, deveria concentrar-se em algumas áreas críticas apontadas no conjunto de reportagens sob a rubrica Legislação. Composta de reportagens interrelacionadas de denúncias sobre evasão fiscal e tributária, contratações irregulares, desrespeito à legislação trabalhista, esta seção da série *País do futebol* foi especialmente interessante pelas investigações que construíram polêmicas. A estratégia do jornal de alimentar a disputa pela verdade entre os envolvidos em uma questão revela

um certo cálculo para tornar visível as forças e as idéias que considera estar em jogo no futebol brasileiro. Muitas vezes provocando a reação de setores do Estado como a Receita Federal e a Justiça do Trabalho, autenticando aquilo que o jornal apontara como ilegalidades na gestão tradicional dos cartolas locais. Esta compreensão do problema completa o receituário proposto na seção esportiva da *Folha de São Paulo* para o futebol brasileiro: as forças reguladoras do mercado e do Estado podem prepará-lo para uma etapa moderna.

Ao focalizar estas questões, a *Folha de São Paulo* privilegiou a situação do futebol nos grandes clubes brasileiros. Com isso, o jornal quis revelar deficiências na elite de nosso futebol profissional, defendendo a urgência de transformações generalizadas rumo à profissionalização plena de todos os setores do futebol, que fatalmente derrotariam a mentalidade arcaica da cartolagem também dominante nos clubes de sucesso. Ou seja, demonstra-se o fracasso econômico daqueles considerados vitoriosos (do ponto de vista técnico) entre os 501 times profissionais registrados na Confederação Brasileira de Futebol.¹⁹ São estes os times potencialmente participantes do novo modelo imaginado pelo jornal, caso introduzissem as mudanças de mentalidade e de ação exemplificadas para a modernização no “negócio do futebol”.

Se relembrarmos a metáfora da “cirúrgica radiografia do futebol brasileiro”, nessa seção a *Folha de São Paulo* isolou a parte curável do futebol, mediante, é claro, a extirpação dos defeitos do atraso antes mencionados. Em outro conjunto de reportagens especiais denominadas *True Stories* ou “Histórias Reais”, o trabalho de mapeamento do futebol deslocou-se pelo interior do Brasil, coletando exemplos da prática amadorística do esporte, da pelada, ou dos times profissionais em diversas situações de privação.

Eis o que encontra o repórter Mário Magalhães, enviado especial a Pernambuco, acompanhado do fotógrafo Antônio Gaudério:²⁰

19 Número informado pela *Folha de São Paulo* em 01 jun. 1997.

20 Mário Magalhães, repórter da sucursal do Rio de Janeiro, tinha cerca de 32 anos quando realizou as viagens que deram origem às reportagens. O fotógrafo gaúcho Antonio Gaudério, também da sucursal carioca, o acompanhou nessas expedições. Ambos são consagrados entre seus pares, tendo recebido prêmios de grande reconhecimento no meio jornalístico brasileiro. Mário Magalhães explicou a idéia que tinha sobre a série “País do Futebol”: “No fim de 1996, o editor de Esporte, Melchiades Filho, perguntou se eu tinha alguma idéia para um investimento mais profundo em reportagem. Propus um *bye-bye*, Brasil, contando histórias prosaicas, dramáticas, humanas, em centros longe do Rio e São Paulo. Em 1997, passei quatro, cinco meses, trabalhando no projeto, junto com o fotógrafo Antônio Gaudério. Viajamos para Sul, Norte e Nordeste.” (Entrevista concedida ao site Profissão: Repórter (<http://www.geocities.com/reportagens/exclusivas/magalentrevista.htm>, em 06/02/2000). As reportagens da dupla foram publicadas no livro *Viagem ao país do futebol* (São Paulo: DBA, 1998). Outros repórteres produziram material para a série, apesar dos trabalhos itinerantes terem sido dominados pelos jornalistas citados. São numerosas as reportagens de Marcelo Damato, da Reportagem Local (SP), e Matinas Suzuki Jr., do Conselho Editorial. Com menos participações aparecem Fábio Victor e Luís Curro, ambos da Reportagem Local, e Melchiades Filho, editor de Esportes.

O Serrano, time de Serra Talhada (PE), estava em apuros no ano passado. Jogando em casa, no estádio Pereirão, seus jogadores se envolveram numa confusão com os adversários, de Surubim (PE). Os oponentes, embora não tivessem sofrido nenhum arranhão, prometeram recepção violenta. Fosse de outro lugar, o Serrano teria pedido proteção policial e ajuda da federação. Mas o clube se comportou de forma ortodoxa: cada jogador viajou carregando um revólver, na maioria calibre 38. No total, eram mais de 20 armas. Com a história espalhada, a equipe passou incólume por jogadores, torcedores e bandos de assaltantes que atacam ônibus pelo sertão. A coragem, fora de campo, e a garra, dentro dele, são componentes da herança cultural do maior fenômeno social da história da cidade – o cangaço – e do seu grande protagonista: Virgulino Ferreira, o Lampião (*Time exibe sua valentia pelo sertão*, domingo, 23 mar. 1997, grifos meus).

Os mesmos repórter e fotógrafo viajam até São Paulo de Olivença (AM), a sede dos jogos da primeira fase da Copa dos Rios. De lá trazem a história contada na reportagem *Copa dos rios anima alagados da Amazônia* (domingo, 04 maio 1997):

O barco navegava carregado de jogadores, um time inteiro de futebol, o de Carauari (AM). Quase uma semana antes, ele deixara a cidade, às margens do rio Juruá, e já se aproximava de Manaus. A viagem estava prevista para sete dias, até a equipe chegar à capital para disputar as semifinais da Copa dos Rios. Mas a embarcação, um tanto envelhecida, avançava tropeadamente e naufragou. Desesperados, os atletas pularam nas águas do rio Solimões, cuja correnteza, ali, era forte. Sobreviveram por achar galhos onde se segurar até serem resgatados. Pegaram carona até Manaus, onde morreu o sonho do título, mas ainda hoje contam, orgulhosos, o susto nas águas do Solimões. A Copa dos Rios é assim: as grandes façanhas ocorrem fora dos campos, em viagens fluviais acidentadas, de até 15 dias só de ida, tudo por um jogo de futebol. (...) é a maior competição futebolística do mundo, considerando as distâncias percorridas em rios, normalmente o único meio para chegar aos locais das partidas.

Há outros exemplos de reportagens de descoberta do futebol pelo Brasil afora. O texto e as fotos ressaltam o absurdo, o exótico e o curioso de situações envolvendo o esporte mais popular do Brasil. Os títulos, todos de reportagens escritas por Mário

Magalhães e fotografadas por Antonio Gaudério, ilustram essas demonstrações do estranhamento jornalístico e da construção da diferença. Cito alguns:

Justiça dá a vigia passe de atacante (04/03/1997, em Florianópolis (SC);

Megaestádio sertanejo “engole” população; “Coronel” libera só time oficial (10/03/1997, em Brejinho (PE);

Time exibe sua valentia pelo sertão; Duelo na terra do cangaço (23/03/1997, em Serra Talhada (PE);

Investidor cria “jogador-caranguejo” (25/03/1997, em Maceió (AL);

Calcinhas sustentam equipe do sertão (08/04/1997, em Santa Cruz do Capibaribe (PE);

Índios disputam sua maior batalha (29/04/1997, em Maloca da Raposa (RR);

Técnico dirige o mesmo time há 41 anos (06/05/1997, em Manaus (AM).

A fase itinerante da série *País do futebol* completa o projeto de realização do “raio X” do esporte no Brasil, oferecendo, no entanto, um retrato estigmatizado e claramente excludente dessas expressões tomadas por inusitadas ou típicas produzidas pela popularização e dispersão do esporte. Sem dúvida, a única coisa que aproxima esses times curiosos daquele imaginado mundo empresarial do futebol é a paixão pela bola.²¹ Na proposta de modernização do esporte pela eficiência econômica essas formas “ingênuas” de futebol são claramente apartadas. Elas ficam como estão. O jornal não possui um projeto para elas. Seu lugar é apenas o de amostras, ainda que encantadas, do tradicionalismo dos grupos sociais e da precariedade das regiões em que é praticado.

No máximo, o que se propõe para os muitos times inviáveis do ponto de vista econômico é a desistência da condição de profissional, pois que a “modernização do futebol brasileiro passará pela redução do número de clubes”.²² Essa a parte inaproveitável da cirurgia reformadora derivada desse mapeamento jornalístico do estado do futebol brasileiro.

A afirmação empenhada e enfática do programa de reformas modernizantes defendido pela *Folha de São Paulo* no enredo do vasto conjunto de matérias acima apresentado acontece no texto dos colunistas fixos do caderno de esportes. Ocupam o espaço de opinião do jornal – durante o debate

21 A edição inaugural da série traz uma matéria que compara a situação do time mais antigo do Brasil - o *Sport Club Rio Grande*, de Rio Grande (RS), fundado em 1900 - e o primeiro clube-empresa do Brasil - o Rio de Janeiro Futebol Clube Ltda., fundado em 1996 - sob o título “Só paixão pela bola aproxima moderno e arcaico no Brasil”. Sobre o primeiro diz-se tratar de “exemplo do passado-presente do futebol brasileiro, [pois] permanece legalmente no profissionalismo, apesar de, como a maioria dos clubes, sobreviver de fato no amadorismo”. Enquanto o último implementa os conceitos de “gestão empresarial, legitimidade do lucro no futebol, transparência, pagamento pleno de impostos, austeridade orçamentária”.

22 Matinas Suzuki Jr., em 31/07/1997.

considerado – Alberto Helena Jr., Matinas Suzuki Jr., Juca Kfouri e Sílvio Lancelotti. Ocasionalmente foram publicados artigos de pessoas envolvidas nas questões em torno do projeto da Lei Pelé, expressivos de posicionamentos diversos na discussão.

No espaço legítimo, segundo os cânones jornalísticos, da livre expressão da opinião, a concepção de modernização do futebol brasileiro aparece reiterada em discursos impressionantemente orgânicos e unificados em conceitos e proposições. Recupero, com a intenção de captar o tom político preciso da narrativa apresentada pela *Folha de São Paulo*, trechos da intervenção individualizada dos columistas (concentro-me em Matinas Suzuki Jr. e Alberto Helena Jr.), que enfim se aglutinam em uníssono com a posição do periódico sobre o tema.

De início, sobressai a afirmação de que “não dá para reformar a vida institucional brasileira sem passar pela modernização e saneamento do futebol” (SUZUKI, 10/05/1997). A percepção da oportunidade em que se insere a discussão da Lei Pelé resulta desse sentimento de transformação urgente que é assim descrito:

Mas a hora é bastante oportuna para o projeto: cresce, na opinião pública, a convicção de que o futebol brasileiro não pode continuar eternamente sendo gerido tão inefficientemente. (...) Nunca o ambiente brasileiro apresentou tantas condições de suporte a uma proposta como essa. Opinião pública, imprensa, patrocinadores, jogadores e até mesmo dirigentes de clubes mais esclarecidos são favoráveis à mudança. O tema vai além das editorias de esportes. É, hoje, de interesse de todo cidadão. (SUZUKI, 19/03/1997)

O significado de transformação potencial conferido ao momento é dimensionado pela distinção entre as partes em confronto. É de uma luta que se trata, os combatentes e seus partidos se posicionam. Segundo Alberto Helena Jr., “somos, agora, nós, o povo, e as leis do mercado contra meia dúzia de cartolas superados, que se agarram desesperados às velhas estruturas do futebol brasileiro” (03/03/1997). No mesmo tom, Matinas Suzuki Jr. acredita que “é visível que a sociedade brasileira hoje está mais consciente da necessidade de modernização, reformulação e moralização do futebol. (...) A bola está quicando na grande área do Congresso. Na nação futebolística, a cidadania também tem direitos que querem ser respeitados” (15/05/1997).²³

23 Para compreender o modo de dizer dos articulistas, sigo a perspicaz observação de HALL, op. cit., p. 234, de que “este ‘falar pelo público’, esta forma de articular o que se supõe que a vasta maioria do público pensa, este inscrever da legitimidade pública nas perspectivas que são expressas pelo próprio jornal, representa os media no seu papel mais ativo *de fazer campanha* - o ponto onde os media mais ativa e abertamente modelam e estruturam a opinião pública”. (grifos originais)

A justificativa para esta aposta decidida na modernização (cujo fim seriam os clubes-empresa²⁴ e um calendário racional e cosmopolita) é condensada na avaliação de Alberto Helena Jr.:

“Vivemos um tempo veloz, compacto e excitante. Não há mais lugar para a lerdá carruagem que carrega o nosso futebol na boléia” (09/11/1997)

Situando o discurso da Folha de São Paulo

Nas representações sobre o futebol brasileiro contemporâneo que a *Folha de São Paulo* abrigou em sua campanha de apoio à ação modernizadora do setor podem ser reconhecidas discussões apresentadas em outros estudos sobre o futebol brasileiro²⁵. Creio ser proveitoso articular minimamente categorias significativas da narrativa jornalística ora selecionada com questões surgidas de outros materiais etnográficos sobre o futebol brasileiro e a imprensa especializada que o reescreve para o leitor.

Uma característica marcante nos textos do jornal é a ênfase em um projeto de racionalização econômica e administrativa do futebol local. A ética do mundo dos negócios é que deve orientar a gerência dos assuntos dessa economia do futebol. A paixão deve dominar no jogo. Fora dele, as estruturas de apoio ao espetáculo devem ser comandadas por uma visão técnica e empresarial. Afastando, desse modo, a interferência irracional do amadorismo e da política dos dirigentes não-profissionais.

Não há dúvidas de que este jornal fala da dimensão de racionalização do esporte diferenciada por Marcos Alves de Souza como referida tanto à institucionalização e profissionalização do futebol, quanto à transformação dos clubes pelo *marketing*.²⁶ A *Folha de São Paulo*, mais que registrar, resignificou e valorizou positivamente o processo que este mesmo autor

24 Naturalmente, o conceito de *clube-empresa* usado atualmente tem significado diferente do “clube-empresa” característico no cenário do futebol brasileiro nas primeiras décadas do século XX, referente aos times formados por operários de uma determinada indústria (têxteis, na maioria). Essa expressão aparece em LEITE LOPES, op. cit.

25 A narrativa jornalística se estrutura em torno de oposições como tradicional/moderno, jogo/esporte, lúdico/competitivo, reconhecidas por Luiz Henrique Toledo (Futebol e teoria social: aspectos da produção científica brasileira (1982-2002). *Revista BIB*, n. 52, p. 133-165, 2001) no discurso científico sobre o futebol. O jornal paulistano reforça a compreensão do que se passa fora da hora do jogo recorrendo às mesmas categorias dicotônicas empregadas em outras interpretações dos fatos e personagens do futebol brasileiro.

26 SOUZA, op. cit., p. 19.

descreve para épocas recentes do futebol. A aposta política da opinião esportiva do jornal é na ruptura completa do futebol profissional com o “período heróico e amador”²⁷. A compreensão dos desenvolvimentos históricos do futebol presente na *Folha de São Paulo* aceita o processo descrito por Marcos Alves de Souza:

O processo de racionalização presente no futebol fez com que, de um período heróico e amador se passasse para um onde a profissionalização exigisse dedicação exclusiva dos jogadores, e por fim, de alguns anos para cá, ocorresse uma organização empresarial dos clubes, com a regulamentação profissional do esporte, o aprimoramento técnico e físico, mediante novas tecnologias, e nos novos esquemas táticos, construindo-se o corpo do jogador como um todo. Recentemente, a fórmula do ‘clube-empresa’, com um forte apelo de *marketing*, onde os jogadores atuam como garotos-propaganda, serve como paradigma para o sucesso financeiro no futebol profissional.²⁸

Racionalização que também está associada à dominância de valores individualistas. Os tempos novos que se anunciam com a regulamentação dos dispositivos da Lei Pelé parecem ser a realização dos desejos daqueles jogadores entrevistados por Ricardo Benzaquen de Araújo.²⁹ A conclusão do processo de profissionalização das relações de trabalho entre clubes e jogadores, atingindo também os métodos de administração do futebol, é o cenário relatado/ambicionado pela *Folha de São Paulo*.

As queixas e os sonhos dos “gênios da pelota” são coincidentes com aqueles abrigados pelo jornal em 1997. A relação entre jogadores e dirigentes é apontada no trabalho de Araújo como o “lado escuro da profissão”, ressaltando o conflito de concepções do futebol entre uma ordem moral paternalista e hierarquizante, que resiste a entender o futebol como trabalho, e outra indivi-

27 Profissionalismo e amadorismo são categorias que têm conteúdo e valoração mutáveis, segundo o contexto de enunciação e o cenário histórico de referência dessas classificações. TOLEDO, L.H. de. *No país do futebol*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000, p. 71 e 73, menciona três “profissionalizações” do futebol brasileiro: 1933 (marca a passagem do regime amador para o primeiro profissionalismo), 1943 (segundo profissionalismo, com a regulamentação do desporto nacional sob o Estado Novo), 1998 (terceira profissionalização, marcada pela regulamentação da Lei Pelé e mudanças na organização e gestão do futebol). Pode-se supor que em cada situação se concebeu a oposição ao profissionalismo que se queria instalar, construindo-se significados particulares para o amadorismo.

28 SOUZA, op. cit., p. 21.

29 ARAÚJO, Ricardo Benzaquen de. *Os gênios da pelota. Um estudo do futebol como profissão*. Rio de Janeiro, 1980. Dissertação (Mestrado) - PPGAS/ MN.

dualista e racional, que enfatiza a autonomia do profissional individual e a sua diferenciação como trabalhador do esporte. O autor relata que “o dirigente vai se tornar, para o jogador, o símbolo da desonestidade, transformando-se numa figura altamente destrutiva para o mundo do futebol. Com efeito, a única saída seria a eliminação do cartola, do dirigente amador, e a sua substituição por um ‘dirigente profissional’, ‘muito bem pago’, que olhe todos os lados do clube, pense no clube em termos de empresa” (ênfase no original).³⁰

Dentre os planos para o futuro relatados por esse seleto grupo de jogadores, havia também o questionamento do mecanismo do passe, expressão do atrelamento do jogador à “cartolagem”. Segundo Araújo, os jogadores entrevistados “advogavam a extinção do passe, inclusive porque, para eles, isso seria também extremamente benéfico para os próprios clubes”.³¹ Neste caso, “se [o passe] fosse eliminado, as características ‘individualistas’ do futebol seriam acentuadas, pois os jogadores teriam que se mover num mercado auto-regulável”.³²

O jornalismo esportivo da *Folha de São Paulo* se compromete politicamente com a concretização efetiva das idéias modernizantes gestadas lentamente entre participantes do futebol brasileiro. A sua intervenção quer contribuir para a produção dos acontecimentos que resultem finalmente na emancipação individualizadora de nosso futebol. Parece que estamos diante de uma atualização daquele estilo de jornalismo fundado por Mário Filho, quando “le journalisme cesse d’être uniquement affaire de rhéthorique et s’assigne des objectifs sociaux”.³³

No entanto, são notáveis os afastamentos do produto jornalístico da *Folha de São Paulo* em relação ao momento fundador do jornalismo esportivo brasileiro que representa o trabalho de Mário Filho. De acordo com o estudo de José Sérgio Leite Lopes e Jean Pierre Faguer, a contribuição de Mário Filho destacava-se pela visão do papel integrativo da imprensa.³⁴ A defesa da incorporação de novas camadas da população ao mundo do futebol como “condition nécessaire à la constitution du football comme sport ‘national’”,³⁵ implica um caráter interclassista para o profissionalismo neste esporte. Está, pois, sustentada por uma concepção moral do esporte, ou seja, de seu efeito formativo e democratizante. O foco do projeto de Mário Filho para o futebol estaria no

30 Ibid., p. 74.

31 Ibid., p. 77.

32 Ibid., p. 78.

33 LEITE LOPES; FAGUER, op. cit., p. 33.

34 Id.

35 Ibid., p. 35.

efeito do profissionalismo sobre os excluídos e estigmatizados de nossa sociedade: a oportunidade para o seu reconhecimento coletivo como cidadãos plenos,³⁶ por meio de sua inserção como jogadores.

Por sua vez, a projeção para o futebol brasileiro na *Folha de São Paulo* tem um sentido profundamente excludente e diferenciador. O programa de modernização do futebol, condição de pertencimento a um mercado internacionalizado, está endereçado a poucos dentre os profissionais do esporte. As condições mínimas para a sobrevivência no universo da livre competição econômica existem em poucos clubes brasileiros. Como se viu, o futebol brasileiro mantém seu caráter interclassista, porém deve perder a sua característica dispersão regional; não será mais um modelo obrigatoriamente fundado na integração entre todos os times nacionais. Nesse sentido, a proposta de formalização da divisão de elite do futebol sob a forma da liga nacional de futebol finda por ser destituída de uma referência nacional concreta, desde que perde a sua representatividade pluriregional.

Lembre-se ainda que a concepção do futebol como evento propiciatório ou mobilizador de vivências da condição de cidadania também está presente na opinião jornalística em 1997. De forma bastante reiterativa até. Apenas que com uma transformação significativa: o torcedor é que é representado como cidadão, supervalorizado em sua dimensão de consumidor de futebol. Ele é o cidadão chamado a integrar a salvação do futebol brasileiro, convocado a pressionar o Congresso Nacional para aprovação da Lei Pelé, incentivado a exigir profissionalismo e respeito dos dirigentes de clubes, e a reagir quando infringidas as regras sobre o destino de ganhadores e perdedores.

Enfim, o torcedor é o ator a ser reconhecido como cidadão no mundo do futebol. Por esta razão, não pode ser estendida à posição da *Folha de São Paulo*, no debate de 1997, a avaliação de que “o discurso dos dirigentes e da maioria da crônica esportiva ‘terminantemente’ exclui os torcedores da *responsabilidade* de interferirem nos processos decisórios e no arranjo institucional do futebol administrado e jogado profissionalmente”.³⁷ O apelo da *Folha de São Paulo* é exatamente pela ativação do direito de intervenção objetiva do torcedor.

36 Ibid., p. 28-29.

37 SOUZA, op. cit., p. 49, citando TOLEDO, L. H. de. Transgressão e violência entre torcedores de futebol. *Revista USP*, n. 22, p. 149, 1994.

O jornalismo esportivo como narrativa da nação

A interferência político-editorial da *Folha de São Paulo* na proposição de projetos de nação pela via do esporte nacional confirma a sugestão de Simoni Guedes de que “o futebol, como a maioria dos esportes, é excelente terreno para a construção e confrontação de juízos sobre a nação”.³⁸ Oportunidade que acredito ter sido aproveitada criativamente por esse exemplar prestigiado de nossa imprensa escrita, desde que se formulou uma definição e um sentido para o futebol brasileiro.

Mas resta por compreender como o modo jornalístico de construção narrativa do assunto noticioso é eficaz na elaboração e divulgação massificada de representações sobre a nação. Que qualidades o texto jornalístico possui que o torna um dos mais poderosos discursos de proposição de imagens para a nação? Como opera o trânsito de significados na relação jornal-leitor?

A constatação de partida para uma abordagem antropológica da mídia impressa insiste sobre o caráter intersubjetivo e culturalmente demarcado da representação jornalística. Assim, a relação entre os sujeitos que fazem e que leem o jornal é mediada por significados compartilhados, os quais são codificados em termos de especificidades nacionais e regionais. Definição esta que conduz à conceituação da mídia impressa como veículo da cultura, ou seja, “as modes of imagining and imaging communities”.³⁹ Particularmente, como operadores das fronteiras simbólicas da comunidade nacional, quando atuam construindo diferenças e uniformidades relativas à identidade nacional.

Pode-se então analisar um produto cultural como os jornais “as forces that provide audiences with ways of seeing and interpreting the world, ways that shape their very existence and participation within a given society”.⁴⁰ Considerando-se um contexto no qual os grupos sociais e as classes coexistem de modo fragmentário e diferenciadamente seccionado: “(...) the mass media are more and more responsible (a) for providing the basis on which groups construct an ‘image’ of the lives, meanings, practices, and values of other groups and classes; (b) for providing the images, representations and ideas

38 GUEDES, Simoni Lahud. *O povo brasileiro no campo do futebol*. Rio de Janeiro: PPGAS/MN, 1988, p. 3. (Trabalho apresentado ao curso “Minorias Étnicas”)

39 SPITULNIK, Debra. Anthropology and mass media. *Annual Review of Anthropology*. n. 22, p. 295, 1993.

40 Ibid., p. 294.

around which the social totality, composed of all these separate and fragmented pieces can be coherently grasped as a ‘whole’”.⁴¹

A série “País do Futebol” e a opinião de seus articulistas sobre temas a ela relacionados são formas pelas quais a *Folha de São Paulo* exercitou esses papéis em suas edições de 1997, pois se tem o discurso de um jornal enquadrado em um universo cultural não-homogêneo, noticiando o que se passa com uma nacionalidade fracionada social e regionalmente.

Penso que a informação “comprometida” que a *Folha de São Paulo* divulgou sobre o futebol brasileiro é uma cadeia de enunciados sobre a identidade nacional profundamente marcados por um sentido de diferença e contraste, aplicado tanto em comparações inter-nações quanto naquelas intra-nação.

Com isso, estaríamos diante de uma modalidade de imaginação da comunidade nacional que realiza a dupla construção de alteridades, pela ênfase na distinção de uma nacionalidade frente a outras ou por meio da imputação de diferenças internas (a serem excluídas ou incorporadas em um projeto de nação englobante). O sentido da nacionalidade se apura no exercício de conscientização sobre o que há dentro e fora do espaço nacional. A percepção do jornalismo como emissor/criador de ideologias nacionais deve considerar os movimentos do processo de construção da auto-imagem da nação. Porque, como nota Ana Maria Alonso:

Patriotism is not simply about loving one’s fellow nationals. It is about hating or, at best, condescending to tolerate others without and within national space. (...) The self-identity of nations has been secured partly through the construction of internal Others, whose markedness assures the existence of a national identity that, remaining invisible or unmarked, is successfully inscribed as the norm.⁴²

A imputação de diferenças é a operação simbólica e política central na elaboração das nacionalidades. Conforme propõe R. D. Grillo, a discussão da identidade nacional deve ser feita no contexto amplo da ‘diferença’ e sua expressão, isto é, a percepção de eventuais diferenciações e a sua conversão em diferenças valoradas, marcadores de fronteiras nós/eles.⁴³

41 Ibid., p. 295, grifo original.

42 ALONSO, op. cit., p. 390.

43 GRILLO, R. D. Introduction. In: _____. (Ed.). *‘Nation’ and ‘State’ in Europe. Anthropological perspectives*. Academic Press: University of Essex, 1980, p. 10.

O jornalismo esportivo opera este tipo de qualificação, ressaltando em sua narrativa específica, além das divisas com outros povos, as rupturas internas que distinguem centro e periferia no corpo da nação. A visão da conjuntura internacional e nacional do futebol divulgada pela *Folha de São Paulo* em 1997 limita e hierarquia esses espaços quando insiste em pensar por meio de comparações entre o futebol brasileiro e alguns representantes europeus, ou entre modalidades internas de prática do esporte.

Particularmente neste caso, a consciência – e a conscientização – da diferença se revela em sua perspectiva regionalista. Os recortes imaginários são a nação vista de uma província não-periférica que é São Paulo. Sugiro que as reportagens contêm representações e projetos de nação marcadamente amoldados pela contingência de pertencimento a uma região que se define de modo próprio frente à nacionalidade. Portanto, a campanha em favor da modernização do futebol brasileiro teria sido mediada pelo lugar do qual se reflete sobre a nacionalidade. O que os leitores receberam foi o Brasil visto pelos olhos de um jornal feito em/para São Paulo.

Há suporte em trabalhos sobre a imprensa paulista para a centralidade atribuída à filiação regional do diário em questão.⁴⁴ Em verdade, a *Folha de São Paulo* seria exemplo de um procedimento que particularizaria os jornais deste Estado: a proposição da nacionalidade com o acento regional dos paulistas. Historicamente, uma certa “tensão” federativa tem sido expressa nesses periódicos, desde que a reflexão sobre o lugar de São Paulo na nação se mostra objeto comum ao conjunto dos expoentes desta imprensa regional.

Parece-me plausível supor que a opinião esportiva do jornal seja um evento de construção da identidade nacional articulado à ficção de identidades regionais. Teríamos com a *Folha de São Paulo* um registro privilegiado desses discursos na imprensa paulistana de final dos anos 1990.

A construção da notícia evidente no caderno de esportes do jornal seguiu o viés regionalista de imputação de diferenças. Lembremos apenas a distinção entre os dois Brasis do futebol e o tipo de caracterização de um e de outro, correspondendo a reportagens de enquadramentos distintos. A descrição jornalística aplicada ao país do futebol pobre deixa a suspeita de uma reedição do procedimento percebido por José Sérgio Leite Lopes e Sylvain Maresca em relação à cobertura da morte de Garrincha. O relato das “histórias reais” do futebol brasileiro é farto em “observations parfois entachés de cet

44 Veja-se, por exemplo, CAPELATO, Maria Helena. *Os arautos do liberalismo. Imprensa Paulista (1920-1945)*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ethnocentrisme de classe si fréquent dans la description journalistique d'événement ou de phénomènes relatifs aux classes populaires brésiliennes”.⁴⁵ Diríamos mesmo que revelam um etnocentrismo de classe entremeado por um “etnocentrismo de região”.

A *Folha de São Paulo* exemplifica em sua narrativa a “visão mediática”⁴⁶ que confere existência pública a uma problemática social. Ao assunto futebol brasileiro parece se aplicar a observação de Patrick Champagne:

os mal-estares sociais não têm uma existência visível senão quando se fala deles na mídia, isto é, quando são reconhecidos como tais pelos jornalistas. (...) Os mal-estares não são todos igualmente “mediáticos”, e os que os são sofrem inevitavelmente um certo número de deformações a partir do momento em que são tratados pela mídia porque, longe de se limitar a registrá-los, o tratamento jornalístico fá-los experimentar um verdadeiro trabalho de construção, que depende muito amplamente dos interesses próprios desse setor de atividade.⁴⁷

As reportagens e os artigos de opinião publicados pela *Folha de São Paulo* fabricam para o seu público uma apresentação e uma representação dos problemas que enfatiza o extraordinário; a diferença, enfim, em relação ao universo de experiência suposto para o leitor. O modo de relatar, antes de oferecer conhecimento sobre a coisa descrita, contribui para sua estigmatização. Não é outro o resultado da radiografia jornalística do futebol naquele Brasil relegado à pelada, cuja contribuição à economia do futebol se resume a torcedores-consumidores e a um ou outro talento para os grandes times.

45 LEITE LOPES; MARESCA, op. cit., p. 26.

46 CHAMPAGNE, Patrick. A visão midiática. In: BOURDIEU, P. (Ed.). *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1997, p. 63-79.

47 Ibid., p. 63.