

# O “verdadeiro” futebol brasileiro: estereótipo e discurso

(The “true” Brazilian soccer: stereotype and discourse)

Ana Carolina Vilela-Ardenghi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Ponta Porã (UFMS/CPPP)

vilela.ardenghi@gmail.com

**Abstract:** This article aims to analyze a matter that we could say is related to identity debates: that which is generally referred to as “brasilidade” (“brazilianness” or “brazility”). This theme occurs in many different fields (music, gastronomy, football, literature, to mention only a few) and contributes to consolidate a “true” Brazil. For this paper, we have selected the discursive field of soccer and have analyzed the way(s) the discourses referring to a “true Brazilian football” are constructed. To describe the discourses that, in general, are meant to consolidate an identity for the Brazilian soccer. The goal here is to show how this identity is articulated, from a series of characteristics, to a group of traces that are, theoretically, “typically” Brazilian. The analyses indicate a close relation to a certain stereotype of Brazil.

**Keywords:** “brasilidade”; “true” Brazilian football; national identity; stereotype.

**Resumo:** O artigo que ora apresentamos tem por objetivo analisar uma questão que se poderia dizer relacionada às discussões identitárias: aquilo a que se chama genericamente de “brasilidade”. Esse tema se manifesta nos mais variados campos (música, gastronomia, futebol, literatura, para ficar em poucos) e coloca em cena um “verdadeiro” Brasil. Para este trabalho, recortamos o campo do futebol e procuramos analisar o(s) modo(s) de atualização do que seria considerado como manifestação do “verdadeiro futebol brasileiro”. Trata-se, na verdade, de descrever os discursos que buscam em geral a afirmação de uma suposta identidade para o futebol brasileiro. O objetivo aqui é mostrar como essa identidade articula-se, a partir de uma gama de características, a um conjunto de traços que são, em tese, “tipicamente” nacionais. As análises indicam uma estreita relação com um certo estereótipo de Brasil.

**Palavras-chave:** brasilidade; “verdadeiro” futebol brasileiro; identidade nacional; estereótipo.

## Primeiras considerações

Há bastante tempo – pelo menos desde Machado de Assis<sup>1</sup> – a pergunta “que país é este?” ecoa no cenário nacional. Frequentemente cercada por uma boa dose de crítica política, ela é lembrada aqui na medida em que coloca em cena uma questão que há algum tempo “incomoda”: a de uma identidade nacional. Os debates em torno dela – e não ela propriamente – são terreno profícuo para a circulação de discursos que contribuem para a construção de um imaginário a respeito de um “verdadeiro” Brasil, o que, por seu turno, situa este trabalho no terreno de estudo de estereótipos, uma vez que é possível defini-los, na esteira de Lippmann, como “representações cristalizadas, esquemas culturais preexistentes através dos quais cada um filtra a realidade a seu redor” (LIPPMANN, 2008 [1922]<sup>2</sup> apud AMOSSY; PIERROT, 2005, p. 31-32).

<sup>1</sup> Talvez a mais célebre forma de circulação de “que país é esse?” seja a partir da letra da música de Renato Russo, mas, como mostram Sant’Anna e Malard, José de Alencar e Machado de Assis já haviam, muito tempo antes, lançado a questão. Longe de buscarmos refazer o trajeto ou descobrir a paternidade da formulação, o objetivo aqui é apenas o de suscitar a reflexão que guiará os rumos deste artigo.

<sup>2</sup> LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2008 [1922].

Com base no quadro teórico-metodológico da Análise de Discurso (doravante AD), não é objetivo dar uma resposta definitiva à pergunta que parece não querer calar, mas, antes, dar a ver o funcionamento de alguns discursos que se apoiam sobre um certo estereótipo do nacional. Em outras palavras, o objetivo aqui é mostrar de que modo um certo estereótipo de Brasil é atualizado, mobilizado, por discursos que tratam de um “verdadeiro futebol brasileiro”.

Para tanto, retomaremos, em primeiro lugar, dois aspectos bastante associados a esse imaginário nacional, a saber: a referência a uma tropicalidade, de um lado, e a miscigenação que formou o povo brasileiro, de outro.

## **Mas, afinal, que país é esse?**

### **Um “país tropical”**

Falar em Brasil implica retomar uma série de representações, como, por exemplo, a de um *país tropical, terra abençoada por Deus, um paraíso*. Estamos, nesse caso, diante de uma imagem que se cristalizou e que circula nos mais diversos campos: da música à moda, passando pela gastronomia, literatura e, claro, pelo futebol. Ainda que brevemente, as linhas que seguem tentarão dar conta dessa “dispersão”.

Segundo mostram os estudos de Holanda (2010 [1959]), a cristalização em tela tem sua origem no período dos descobrimentos, quando os navegadores buscavam – mais que encontrar um “Novo Mundo” – encontrar o próprio paraíso terreal. É assim, como mostra Holanda, que os relatos daqueles que aqui estiveram naquele período devem ser lidos: como tentativas de aproximação com elementos que pudessem remetê-los, de alguma forma, ao Éden bíblico – um “mapa do tesouro”, se assim quisermos.

Nesse contexto, a “visão do paraíso” é mais que uma metáfora, é, antes, “uma espécie de ideia fixa” (HOLANDA, 2010 [1959], p. 52) dos descobridores. No caso brasileiro, o motivo edênico estende-se para além dos relatos dos navegadores de outra: a imagem de um “verdadeiro” paraíso terreal é fonte de constantes atualizações e é, por essa razão, denominada de *mito fundador* por Chauí (2006, p. 9) – i.e. “aquele que não cessa de encontrar novos meios para exprimir-se, novas linguagens, novos valores e ideias, de tal modo que, quanto mais parece ser outra coisa, tanto mais é a repetição de si mesmo”. Esse mito é fundamental para a compreensão dos discursos acerca de uma identidade nacional.

De volta aos estudos de Holanda (2010 [1959]), no período do descobrimento, três são, segundo o autor, os *topoi* recorrentes nas descrições dos exploradores, a saber: i) a perene primavera e temperança dos ares; ii) a longevidade dos seus nativos; iii) a ausência de pestilências e enfermidades. Esses *topoi* encontram-se altamente imbricados, já que a falta de doenças e a conseqüente vida longa dos índios eram, em boa medida, atribuídas ao caráter ameno do clima das novas terras. Desses *topoi*, especialmente um deles é ainda hoje bastante produtivo e por isso nos deteremos mais a ele: o clima tropical – responsável pelo florescimento de uma paisagem “exuberante”.

A natureza exuberante é um tema constante de retomada do mito. Na moda, por exemplo, as representações do Brasil recorrem – quase invariavelmente – a ela:

[...] a **natureza exuberante**, quase arrebatadora, que germina e impregna-se por toda parte, é uma sedutora representação do Brasil em nossa moda de vestir, assim como é metáfora do país fora de suas fronteiras. **Fauna e flora** inspiram diretamente motivos figurativos em nossas **estampas e padronagens**. Ao mesmo tempo, a natureza percebida como molde para um caráter nacional brasileiro (ou como sua segunda natureza), serve de linha mestra para coser nossa moda. (LEITÃO, 2007, p. 130; grifos nossos)

Para além das estampas figurativas, a moda também “traduz” essa “exuberância natural” por meio de outros traços, como as cores, as formas. A esse respeito, Burle Marx esclarece:

- (01) E a planta é, para um paisagista, não apenas uma planta – rara, incomum, ordinária ou condenada a desaparecer – mas é também **uma cor, uma forma, um volume ou um arabesco em si**.<sup>3</sup> (grifos nossos)

Essa “tradução” dá-se a ver também em outros lugares: na arquitetura e na gastronomia, para ficar em poucos exemplos. E mesmo quando a natureza não é propriamente a representação do Brasil, ela é retomada como origem inspiracional e criativa dos artistas – algo bastante relacionado ao “caráter” nacional(ista). As declarações abaixo são todas exemplares dessa relação entre natureza e criação artística:

- (02) Muitas pessoas nem sabem que sou brasileira. Mas sei que se fosse sueca minhas roupas nunca teriam esse **colorido**, esse **bordado**, esse tempero.<sup>4</sup> (Isabela Capeto, estilista; grifos nossos).
- (03) Uma pessoa que cresceu na Amazônia, com aquelas árvores gigantes, não tem como não ser **over**.<sup>5</sup> (André Lima, estilista; grifos nossos)

A imagem de uma paisagem típica nacional (“patrimônio visual”) é apontada como responsável por características da moda brasileira. Esses elementos naturais são mencionados diversas vezes pelos estilistas nacionais como aquilo que influencia o trabalho deles: do “colorido” das paisagens para o colorido nas roupas; da “exuberância” para o “exagero” (*over*) nas peças e nas estampas.

Também o aspecto climático é considerado um fator de influência para a formação do caráter nacional:

- (04) Eu acredito muito na questão do entorno, como eu sempre falo. **O calor que atinge a gente por oito meses nesse país, isso nos faz diferentes dos europeus**. Só isso já é um ponto, independente se a gente vai por periquito, papagaio... essa diferença já está embutida no nosso DNA.<sup>6</sup> (Walter Rodrigues, estilista; grifos nossos)

<sup>3</sup> A rede de lojas norte-americana Macy’s lançou em março de 2012 uma campanha com estilistas diversos a homenagear o Brasil em suas criações. O segundo volume de uma série de três catálogos apresenta esta citação atribuída a Burle Marx e que nós traduzimos. No original: “And the plant is, to a landscape artist, not only a plant – rare, unusual, ordinary or doomed to disappearance – but it is also a color, a shape, a volume or an arabesque in itself” (Disponível em: <[http://www1.macys.com/campaign/social?campaign\\_id=315&channel\\_id=1&cm\\_sp=brasil-\\_n-\\_n](http://www1.macys.com/campaign/social?campaign_id=315&channel_id=1&cm_sp=brasil-_n-_n)>. Acesso em: 28 maio 2012).

<sup>4</sup> In: MOHERDAUI, Bel. Alegres trópicos. *Veja*, n. 1980, p. 130, 1º nov. 2006.

<sup>5</sup> In: MOHERDAUI, Bel. Alegres trópicos. *Veja*, n. 1980, p. 130, 1º nov. 2006.

<sup>6</sup> HISTÓRIA da moda no Brasil. Direção: João Braga, Luís André do Prado, Tatiana Lohmann. 2012. Documentário.

Embora o excerto acima, do estilista Walter Rodrigues, esteja relacionado a uma questão de moda, chama a atenção a associação entre isso e uma “genética” do brasileiro. Além disso, o clima *genuinamente* brasileiro é apontado como algo que nos distingue dos europeus. O clima “típico” do Brasil é o quente e, portanto, a estação que melhor o representa é o verão.

Tal relação também está presente em outros campos. Exemplo disso é o comentário esportivo a seguir, que estabelece uma comparação dos modos de jogo das seleções sob o comando de Dunga, primeiramente, e, depois, de Mano Menezes com o clima do país:

- (05) nos últimos quatro anos, o futebol do Brasil esteve como o tempo em São Paulo essa semana: **frio, cinzento**. Mas depois do jogo contra os Estados Unidos, o primeiro da **era Mano Menezes**, tem muito torcedor achando que **o inverno da seleção chegou ao fim**<sup>7</sup> (grifos nossos).

O clima prontamente associado ao Brasil – o “país tropical” – é o quente. Trata-se, como apontado mais acima, de um dos traços da aludida cristalização. O futebol apresentado durante o período em que Dunga foi técnico da seleção brasileira pela primeira vez foi considerado, na reportagem da que o excerto acima foi extraído, de um futebol pragmático ou de resultado, oposto ao chamado “futebol arte”. Assim, a comparação acima coloca, de um lado, o clima frio e cinzento do inverno e o futebol de resultado e, de outro lado, o verão e o “futebol arte”. Se o “verdadeiro” Brasil é aquele do calor, não haveria porque jogar um futebol “frio”.

A questão climática é, pois, um traço fortemente associado a certo estereótipo do nacional e, como ela, também a miscigenação tem particular importância nesse cenário. O clima é associado à exuberância das paisagens, por sua vez associada à riqueza das cores; e da “exuberância de cores” da “paisagem nacional típica” para a miscigenação racial – que formou “o” brasileiro – a passagem é quase direta como se verá a seguir.

### Uma “nação miscigenada”

É comum encontrar referências ao povo brasileiro todas as vezes que se fala em Brasil, i.e. esse seria um dos traços que caracterizam o país. Tanto assim que o então presidente da Embratur, Flávio Dino, ao divulgar os resultados de uma pesquisa do instituto a respeito do perfil dos turistas estrangeiros no Brasil, assim se pronunciou:

- (06) Pessoas simpáticas: de fato, essa é a marca do Brasil no mundo [...]. Outro ponto forte é que é um país lindo, um país que tem praias [...], que tem belezas naturais, que tem a Amazônia como uma referência.<sup>8</sup>

Os exemplos apresentados na sequência reforçam, por um lado, a importância desse traço para uma imagem (estereotipada) do Brasil e, por outro lado, colocam em cena referências à formação do povo brasileiro como uma nação miscigenada. O primei-

<sup>7</sup> BRASILEIROS aprovam futebol bonito da seleção de Mano Menezes. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2010/08/brasileiros-aprovam-futebol-bonito-da-selecao-de-mano-menezes.html>>. Acesso em: 15 mar. 2014.

<sup>8</sup> Flávio Dino, presidente da Embratur, sobre pesquisa realizada durante a Rio +20 em torno da imagem do estrangeiro acerca do Brasil.

ro desses exemplos, extraído do campo gastronômico, reúne diversos elementos a um só tempo e os transpõe para o aspecto racial:

- (07) A mesa do brasileiro é uma obra de arte: uma gastronomia ao mesmo tempo simples e exótica. Uma explosão de **cores, sabores, história e temperos**, no temperamento de uma **nação miscigenada**. Se da mistura de origens resultou um país de rica cultura, essa riqueza estendeu-se também à mesa, como uma toalha feita por rendeira, tecida com receitas tradicionais adicionadas à nossa característica primeira: a criatividade.<sup>9</sup> (Grifos nossos)

Também Cassiano Ricardo já havia feito essa passagem – de forma até mais sucinta, vale dizer – do “escândalo” de cores da natureza – do céu aos animais – o autor faz um paralelo com mistura de raças que formam o povo brasileiro, “**todas as cores raciais na paisagem humana**”. Da paisagem ao povo e daí ao futebol: em comentário explicativo de Rob Porto durante a transmissão da abertura da Copa de 2014, pelo canal pago Sportv, é possível notar a transposição, já que, segundo ele,

- (08) A abertura será marcada por atos que procuram exaltar aspectos típicos brasileiros, a exuberância das paisagens, a exuberância do povo e a exuberância do futebol.

Se olharmos para elementos não verbais, também é possível encontrar a referência a essa ideia de uma nação formada pela miscigenação. A “brasilidade” na moda manifesta-se também nesse aspecto – a figura da mulher brasileira “típica” é a morena, bronzeada e cheia de curvas; no futebol, por sua vez, o jogador genuinamente nacional é o mestiço, o mulato. A miscigenação é apontada como responsável por uma espécie de “redenção” nacional: fruto de um passado não muito glorioso (escravidão), ela é alçada a um patamar “nobre”, de formação de características “típicas” do homem brasileiro. Wisnik (2008, p. 414-415), nesse sentido, traduz o que chama de “uma inacabada teoria da mulatice” de Freyre:

Trata-se de apostar na transmutação do povo mestiço desqualificado pelo determinismo científico novecentista, de convertê-lo teoricamente a seu próprio potencial, de transformá-lo, paradoxalmente, no que ele é, de potencializar o *fármakon* e extrair dos venenos da colonização escravista o remédio da civilização original nos trópicos.

A miscigenação é frequentemente apontada como a responsável pela introdução do samba, da capoeira e mesmo da malandragem ao DNA do brasileiro. É responsável também pelo componente “alegre” comumente atribuído ao brasileiro, na medida em que essa alegria não é tida como característica europeia.

Os discursos acerca de uma (suposta?) brasilidade costumam condensar esses traços “característicos” do país e o excerto abaixo, extraído de um texto cujo título é justamente *Brasilidade à flor da pele*, serve ainda como um bom exemplo:

- (09) Um país de **cores, formas, contrastes, texturas, diversidade**. Um **povo alegre, multicultural, criativo**. Misturando todas essas características chega-se à Brasilidade (ou brasileirismo, como queira) que nada mais é do que a bossa, o estilo e o jeitinho inconfundível. (Disponível em: <<http://www.abup.com.br/brasilidade-a-flor-da-pele/>>. Acesso em: 15 fev. 2014; grifos nossos).

<sup>9</sup> FERNANDES, C. *Viagem gastronômica através do Brasil*. São Paulo: Editora Senac; Estúdio Sonia Robatto, 2012.

A “exuberância das paisagens” – um pré-construído, conforme demonstrado alhures (VILELA-ARDENGHI, 2014) – é, como vimos até aqui, transposta para uma exuberância do povo e, num mesmo movimento, para a exuberância do futebol. É essa relação que iremos explorar a seguir, a partir de alguns recortes de textos que tratam daquilo que seria o “verdadeiro” futebol brasileiro. Para tanto, será preciso resgatar alguns acontecimentos marcantes para nosso futebol.

### **Futebol arte: o Brasil que joga bonito**

Copa do Mundo de 1982, Espanha. A seleção brasileira comandada por Telê Santana era composta por jogadores como Falcão, Zico, Júnior, Toninho Cerezo e Sócrates. Franca favorita à conquista do mundial, ela era tida como a que apresentava o futebol mais “bonito” e “vistoso”. Até a sua eliminação – no jogo contra a Itália, na segunda fase – o Brasil era a única equipe com aproveitamento de 100%. A “tragédia do Sarriá”, como ficou conhecido o episódio da eliminação brasileira, é apontado como um marco na história do país por diversos comentaristas e estudiosos do futebol. Esse marco, nas palavras de Fernando Calazans, jornalista, é “um marco nocivo na história do futebol”. Continua ele:

- (10) O melhor time daquela época, o time do Brasil – esse do Zico, do Falcão, do Júnior, do Sócrates, do Leandro, treinado pelo Telê Santana – [...] recuperou o futebol brasileiro, jogaram um futebol finíssimo, vistoso, bonito, o nosso chamado “futebol arte” e, infelizmente, perdeu [...] como qualquer time pode perder. E dali em diante criou-se um pensamento que eu diria [...] assim: “se jogando bonito não conseguimos ganhar, o negócio é jogar feio”. Esse pensamento nocivo se espalhou pelo mundo, depois do fracasso da seleção brasileira de 82, da grande seleção brasileira de 82, e particularmente no Brasil. Porque passamos a dar valor só à força física, a quem tem mais tamanho, a quem tem mais força, a quem dá mais porrada, a quem corre mais.<sup>10</sup>

O uso do verbo “recuperar” por Calazans marca a presença do discurso segundo o qual o Brasil, antes de 1982, havia, cronologicamente, apresentado esse futebol “bonito” para, na sequência, deixá-lo de lado. Com a seleção de 1982, o “verdadeiro” futebol nacional volta a ser praticado, mas é “derrotado”, a “tragédia do Sarriá” torna-se, então, um acontecimento, no sentido de Pêcheux (2002 [1983]).

O excerto que segue, extraído de artigo relativamente recente publicado no *Aliás*, do Estadão, também atualiza esse discurso e estabelece a seleção de 1982 como um marco divisor entre (a prática d) o “futebol arte” e (d) o “futebol de resultados”:

- (11) O futebol-arte venceu em inúmeras ocasiões e perdeu em outras. Para ficar apenas na seleção brasileira, ganhou nas Copas de 1958, 1962 e 1970. Perdeu na de 1982, com aquela maravilhosa equipe de Sócrates, Falcão, Zico & Cia derrotada pela Itália de Zoff, Paolo Rossi e Gentile. Não era mau time, esse da Itália, e acabou campeão do mundo. Jogava seu futebol de prosa com extrema eficiência. O problema é que **essa derrota brasileira funcionou como argumento definitivo para os defensores do futebol de resultado**. Como se, em uma única partida, o futebol-arte tivesse ruído e sido condenado à obsolescência para todo o sempre. A partida, jogada no Estádio de Sarriá, em Barcelona, foi um divisor de águas, senha para uma nova mentalidade que ganhou corpo com a vitória do futebol pragmático da seleção brasileira de 1994 [...].<sup>11</sup> (Grifos nossos)

<sup>10</sup> *Seleção brasileira: a paixão de um povo*. Série produzida pelo canal HBO.

<sup>11</sup> ORICCHIO, Luiz Zanin. A virada do futebol-arte. *Estadão*, São Paulo, 25 abr. 2010. Caderno Aliás.

O futebol de “prosa” mencionado acima é uma referência à distinção proposta em um ensaio breve de Pasolini escrito logo após a conquista brasileira de 1970, no México. Segundo ele, haveria um futebol prosa e um futebol poesia, que se poderia descrever, respectivamente, como sendo, o primeiro, mais linear e centrado no jogo coletivo (vocações defensiva, triangulação, contra-ataque, cruzamento e finalização), e, o segundo, marcado por dribles e gols, de modo que o individualismo do jogador seria decisivo. O futebol brasileiro “genuíno” seria o futebol poesia; os dribles e toques de efeito teriam por resultado a criação de espaços até então não imaginados no campo, o que, por seu turno, permitiria que o gol “fosse inventado por qualquer um e de qualquer posição” (PASOLINI, 1999). Nesse modelo, a individualidade e genialidade do jogador ganham lugar de destaque. No excerto acima é possível notar, a esse respeito, que os nomes dos jogadores são citados. Além disso, o adjetivo que qualifica a equipe de 1970 é “maravilhosa”.

O jogo “bonito” daquela seleção e a derrota sofrida para a “prosa estetizante” italiana (PASOLINI, 1999) são retomados por diversos enunciadores. Em série documental<sup>12</sup> produzida pelo canal pago HBO, por exemplo, há um episódio inteiro dedicado à seleção de 1982. Alguns trechos de depoimentos colhidos pela referida produção são apresentados a seguir:

- (12) Foi uma pena ter perdido porque **o futebol arte perdeu muito com aquilo ali, não apenas o futebol brasileiro, mas o futebol arte como um todo. Ali foi uma grande derrota do futebol, não foi apenas uma derrota da seleção brasileira.** (Eurico Tavares; grifos nossos)
- (13) Aquele futebol que o Brasil jogava, por ter perdido, todo mundo “ah não, time **joga bonito** mas perdeu” e aquilo ficou muito marcado. (Zico; grifos nossos)
- (14) E por isso é tão dolorosa a derrota de 1982. Porque ela é um **reencontro do Brasil com o seu futebol.** (Wisnik; grifos nossos)
- (15) De novo aconteceu como aconteceu em 1950: mergulhamos de novo no nosso pessimismo atávico das nossas possibilidades: “não, não adianta! Esse negócio de **futebol arte não ganha campeonato** [...] vamos abandonar esse negócio aí e vamos passar a jogar como os europeus jogam”. Então a grande tragédia de 1982 não foi ter perdido pra Itália, foi ter esquecido que jogávamos futebol. (Marcos Guterman; grifos nossos)

Se o futebol poesia da seleção de 1982 é o “genuíno” representante do futebol brasileiro – como se observa em (14) – a sua tradução é, como materializado na declaração de Zico (13), o “jogo bonito”. A própria ideia condensada na fórmula (KRIEG-PLANQUE, 2010) *futebol arte* acaba, ao fim e ao cabo, por corroborar a ideia, na medida em que o sintagma envolve uma questão estética (por meio de “arte”). A derrota da “arte” instaura, assim, uma polêmica que, desde então, pereniza-se nos debates futebolísticos no/sobre o Brasil, tanto nos meios especializados como nas conversas de torcedores “anônimos”.

Muitos torcedores apontam a derrota de 1982 como sua pior memória das Copas, como mostra, por exemplo, o conjunto de depoimentos colhidos pela já mencionada série da HBO (*Seleção brasileira: paixão de um povo*). De maneira quase uníssona, o motivo é sempre o mesmo: tratava-se da seleção considerada a melhor da época, a responsável pela prática de um “futebol bonito”, o “futebol arte” e que foi derrotada por uma equipe que não praticava esse “estilo” de jogo. Independentemente de opiniões pessoais, o con-

---

<sup>12</sup> A série intitula-se *Seleção brasileira: paixão de um povo*.

junto de textos acerca da seleção de 1982 organiza-se, via de regra, em torno de discursos acerca do “jogo bonito” e do “futebol arte”.

A esse “futebol arte” opõe-se um “futebol de resultados” ou “futebol de raça”, comumente atribuído à maneira europeia de praticar o esporte. O Brasil foi desde o início do século XX reconhecido como uma “escola” de futebol distinta daquela europeia, mas, por vezes, a seleção foi acusada de “abandonar” sua “vocaçãõ”, suas “origens”. A mais emblemática ruptura provavelmente é essa pós-Copa de 1982, como mostramos brevemente (acreditem!) pouco antes.

O futebol brasileiro, uma “verdadeira instituição nacional”, nas palavras de Freyre,<sup>13</sup> é o que é porque resulta da miscigenação. Em outras palavras: é no futebol que se encontra “a sublimação de vários daqueles elementos irracionais de nossa formação social e de cultura”. Nesse sentido, continua ele:

A capoeiragem e o samba, por exemplo, estão presentes de tal forma no estilo brasileiro de jogar futebol que de um jogador um tanto álgido como Domingos, admirável em seu modo de jogar mas quase sem floreios – os **floreios barrocos** tão do gosto do brasileiro – um crítico da argúcia de Mario Filho pode dizer que ele está para o nosso futebol como Machado de Assis para a nossa literatura, isto é, na situação de uma espécie de inglês desgarrado entre tropicais. [...] vá alguém estudar a fundo o jogo de Domingos ou a literatura de Machado que encontrará decerto **nas raízes de cada um, dando-lhes autenticidade brasileira, um pouco de samba, um pouco de molecagem baiana e até um pouco de capoeiragem pernambucana ou malandragem carioca**. Com esses resíduos é que o futebol brasileiro afastou-se do bem ordenado original britânico para tornar-se **a dança cheia de surpresas irracionais e de variações dionisíacas** que é. (Grifos nossos)

Os discursos acerca de um futebol nacional “genuíno” evocam, portanto, uma memória sobre o que se poderia designar sob a genérica denominação de *brasilidade*. É a esse futebol arte que se refere como “exuberante” e, portanto, representante “verdadeiro” e “genuíno” de um Brasil construído em diversos outros campos.

### **Beleza: o sema nacional?**

Maingueneau (2005 [1984]) propõe, em linhas bastante gerais, que os discursos organizam-se por meio de um conjunto de semas que são “aprendidos” pelos enunciadores de um determinado posicionamento e a partir dos quais inúmeros enunciados são produzidos. É com base nessa proposta que falamos aqui em um “sema nacional”. É preciso alertar, contudo, que não se trata de pesquisa que retoma “fielmente”, digamos, a proposta do autor. Isso porque os recortes apresentados não são exaustivos e a pesquisa – no campo do futebol – tem ainda um caráter bastante inicial. Há, no entanto, indícios de que haveria um “sema” perpassando esses discursos que aqui abarcamos sob a genérica denominação de “brasilidade”.

Como dissemos no início, este trabalho retoma uma inquietação recorrente acerca dos discursos que constroem uma certa representação do Brasil – uma identidade nacional, por assim dizer. Essa representação assenta-se sobre um conjunto de cristalizações, colocando em pauta, então, a questão dos estereótipos, uma vez que eles podem ser assu-

<sup>13</sup> Prefácio do livro de Mário Filho, *O negro no futebol brasileiro*.

midos como uma “cristalização” (LIPPMANN, 2008 [1922] apud AMOSSY; PIERROT, 2005). Há, nesse sentido, um estereótipo do Brasil que, segundo Chauí (2006), é o de um “Brasil-jardim” ou “Brasil-paraíso”. Como entendemos, essa representação encontra-se diretamente ligada à ideia de um *espaço nacional* “típico”, ou de uma *paisagem nacional típica*, o que, no caso brasileiro, tem – como mostram, por exemplo, os estudos de Holanda (2010 [1959]) – uma importância histórica. Chauí destaca, sobre esse ponto, que a própria bandeira nacional é uma ode ao “Brasil-jardim”: o verde das matas, o azul do céu, as estrelas “ostentadas” e o amarelo das riquezas.

O imaginário desse espaço nacional – que congrega, a um só tempo, a exuberância das paisagens, com a riqueza da fauna e da flora, e o clima tropical – é construído por discursos que circulam por diversos espaços: turismo, moda, gastronomia, música, literatura e, como tentamos explorar aqui, futebol.

O futebol que *representa* o Brasil – ou, em outras palavras, “o verdadeiro futebol brasileiro” – envolve, em suma, dois aspectos que estão relacionados a um certo estereótipo do nacional, a saber: a exuberância do país (especialmente no que se refere a sua paisagem) e a ideia de uma nação formada a partir da miscigenação. Por um lado, é possível dizer que a /beleza/ seria um sema a definir o “genuinamente” nacional – e isso é retomado via estereótipo de um Brasil-paraíso; e, por outro lado, a /alegria/ se apresenta como o sema que advém da imagem do povo brasileiro. O “típico” e “verdadeiro” futebol nacional deve, portanto, combinar aquilo que *faz do Brasil, Brasil* – para lembrarmos DaMatta (1986): um futebol *bonito e alegre*.

## REFERÊNCIAS<sup>14</sup>

- AMOSSY, R.; PIERROT, A. H. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba, 2005.
- CHAUÍ, M. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2006.
- DAMATTA, R. *O que faz do brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- FILHO, M. *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad; Faperj, 2003 [1947].
- HOLANDA, S. B. *Visão do paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010 [1959].
- KRIEG-PLANQUE, A. *A noção de “fórmula” em análise do discurso: quadro teórico e metodológico*. São Paulo: Parábola, 2010.
- LEITÃO, D. K. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. 2007. 370 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2008 [1922].
- MAINGUENEAU, D. *A gênese dos discursos*. Curitiba: Criar, 2005 [1984].
- PASOLINI, P. P. Il calcio ‘è’ um linguaggio con i suoi poeti e prosatori. In: Pasolini, P. P. *Saggi sulla letteratura e sull’arte*. Milano: Meridiani Mondadori, 1999. p. 2545-2551. v. II.
- PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 2002 [1983].

<sup>14</sup> As referências dos recortes analisados ao longo do artigo foram apresentadas nas notas de rodapé, a fim de facilitar a consulta do leitor durante as análises.

- VILELA-ARDENGI, A. C. “*Minha terra tem palmeiras...*”: aspectos discursivos da construção de um espaço “tipicamente” brasileiro. 2014. 225 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014.
- WISNIK, J. M. *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.