

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

RAMONA FERNANDES GUSYEVA

**A MÍDIA ESPORTIVA E A NARRATIVA SOBRE A SELEÇÃO
BRASILEIRA, COMO OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
INTERFEREM NA PERCEPÇÃO DO PÚBLICO SOBRE A SELEÇÃO**

**VOLTA REDONDA
2025**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**A MÍDIA ESPORTIVA E A NARRATIVA SOBRE A SELEÇÃO
BRASILEIRA, COMO OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO
INTERFEREM NA PERCEPÇÃO DO PÚBLICO SOBRE A SELEÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo como
requisito à obtenção do título de bacharel
em Jornalismo.

Aluna: Ramona Fernandes Gusyeva
Orientadora: Prof.^a Ms. Angélica Aparecida
Silva Arieira

**VOLTA REDONDA
2025**



Construindo o futuro **com você.**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado

A mídia esportiva e a narrativa sobre a Seleção Brasileira, como os veículos de comunicação interferem na percepção do público sobre a Seleção elaborado por Ramona Fernandes Gusyeva

apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo.

Aprovado em 06 de 11 de 25.

Banca Avaliadora:

Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre e UniFOA

Heitor da Luz Silva, Doutor e UniFOA

Douglas Baltazar Gonçalves, Mestre e UniFOA

Sede Administrativa:



Campus Universitário
Oleazio Galotti

Av. Daurio Feixoto Araújo, 1325, Três Poços | Volta Redonda - RJ
T. (24) 3340-8400 | Cep. 27240-560

Dedico este trabalho aos meus pais e parentes mais próximos, meus três irmãos, avós e todos que estiveram envolvidos em minha trajetória acadêmica até o fim deste ciclo.

Aos meus professores, desde a pré-escola, ensino fundamental, ensino médio e universitário, que não mediram esforços em me orientar e me capacitar.

Dedico o resultado desta pesquisa aos meus orientadores Heitor Luz e Angélica Arieira, que atuaram como peça fundamental para o desenvolvimento da monografia.

Por fim, agradeço a todas as estrelinhas que brilham lá no céu e que me guiaram nas noites mais escuras, *in memoriam* de todos vocês.

RESUMO

O futebol ocupa posição central na cultura brasileira, sendo a Seleção um símbolo que transcende o campo e carrega narrativas mediadas pela mídia esportiva ao longo dos anos. A imprensa transforma vitórias, derrotas e episódios marcantes em enredos, criando heróis, mas também vilões, como personagens temos Ronaldo Nazário, Pelé e Felipe Melo. Moldando percepções coletivas e reforçando a identidade cultural. Este estudo, de caráter exploratório, adota metodologia qualitativa para analisar como a mídia esportiva influencia a percepção do público sobre a Seleção e seus atletas, utilizando como instrumento de pesquisa a análise documental e a interpretação de narrativas jornalísticas. A investigação enfoca campanhas e coberturas das Copas do Mundo. Por fim, acredita-se que compreender essas construções midiáticas é fundamental para refletir sobre o papel social do jornalismo esportivo e suas responsabilidades diante do público. Novas pesquisas podem aprofundar essa análise, especialmente considerando o contexto contemporâneo das redes sociais, no qual a velocidade e a multiplicidade das narrativas ampliam ainda mais o poder da mídia sobre o imaginário popular.

Palavras-chave: Futebol brasileiro; Mídia Esportiva; Narrativas jornalísticas; Seleção Brasileira; Mídia e cobertura futebolística.

ABSTRACT

Football holds a central place in Brazilian culture, with the national team standing as a symbol that transcends the field and carries narratives mediated by sports media over the years. The press transforms victories, defeats, and memorable moments into storylines, creating heroes but also villains, with figures such as Ronaldo Nazário, Pelé, and Felipe Melo emerging as key characters. These narratives shape collective perceptions and reinforce cultural identity. This exploratory study adopts a qualitative methodology to analyze how sports media influence public perception of the Brazilian national team and its athletes, using documentary analysis and the interpretation of journalistic narratives as research instruments. The investigation focuses on media coverage and campaigns during World Cup tournaments. Ultimately, understanding these media constructions is essential to reflect on the social role of sports journalism and its responsibilities toward the public. Future research may deepen this analysis, especially considering the contemporary context of social media, where the speed and multiplicity of narratives further expand the media's power over the popular imagination.

Keywords: Brazilian football; Sports media; Journalistic narratives; Brazilian national team; Media and football coverage.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Escudo da CBF de 1982	20
Figura 2 – Atletas da Seleção reunidos em roda de samba no avião na volta para o Brasil após a conquista do penta em 2002	23
Figura 3 – Fotografia que ilustra o momento em que Roberto Carlos “ajeita o meio” e Henry se projeta livre para finalizar e marcar o gol da Seleção Francesa	27
Figura 4 – Romário chora em coletiva de imprensa, após ser cortado da Copa da França de 1998	28
Figura 5 – Luiz Gustavo chora após a goleada de 7 a 1 sofrida diante da Alemanha	30
Figura 6 – Jornais <i>O Dia</i> e <i>O Globo</i> , datados de 9 de julho de 2014, um dia após a derrota do Brasil diante da Alemanha, por 7 a 1	31
Figura 7 – Pelé é carregado por torcedores após a conquista da Copa do Mundo de 1970	34
Figura 8 – Ronaldo Fenômeno comemorando seu primeiro gol na final contra a Alemanha	36
Figura 9 – Ronaldo aproveita falha do goleiro Oliver Kahn para marcar o primeiro gol da Seleção Brasileira na final diante da Alemanha	37
Figura 10: Rivaldo beija o troféu e Ronaldo é carregado por Vampeta.....	39
Figura 11 – Seleção Brasileira de 2006 perfilada antes da partida de estreia do torneio contra a Croácia	40

Figura 12: Roberto Carlos assiste à celebração francesa após o gol no lance da suposta ajeitada no meio.....41

Figura 13: Vampeta concede entrevista à Rádio Jovem Pan.....43

Figura 14: Roberto Carlos relata choro de sua mãe por conta das falas de Galvão Bueno, narrador da Globo no jogo entre Brasil e França.....45

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Elementos do enquadramento (framing) segundo Entman (1993)	29
Tabela 2 – Elementos do enquadramento (framing) aplicados a Ronaldo em 2002 ...	37
Tabela 3. Elementos do Elementos do enquadramento (framing) aplicados a Roberto Carlos.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 UMA BREVE HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL E A COBERTURA DURANTE AS COPAS	11
2.1 Primeiros momentos	11
2.2 O surgimento da Seleção Brasileira	13
2.3 A Segunda Guerra Mundial e seu impacto no futebol	15
2.4 Seleção Brasileira bicampeã da Copa do Mundo em 1958 e 1962	18
2.5 Copa do Mundo de 1970: novos capítulos, velhos heróis	19
2.6 Anos difíceis	20
2.7 A quinta estrela	22
2.8 Muita expectativa e poucos resultados (2006, 2010, 2014, 2018 e 2022)	23
3 NARRATIVA MIDIÁTICA DA SELEÇÃO BRASILEIRA: AGENDA SETTING E TEORIA DOS ENQUADRAMENTO	26
3.1 Comunicação e esporte	26
3.2 Mídia, identidade nacional e futebol	27
4 CONSTRUÇÃO DE HERÓIS E VILÕES NO ESPORTE	34
4.1 A ressurreição de um herói nacional: Ronaldo Fenômeno em 2002	35
4.2 A construção de um vilão: o caso Roberto Carlos e a “ajeitada no meio”	38
4.3 Heróis e vilões: a lógica midiática na construção das narrativas da Seleção Brasileira	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS	46

1 INTRODUÇÃO

O futebol ocupa um espaço central na cultura brasileira, sendo considerado não apenas um esporte, mas também um elemento de identidade nacional. A Seleção Brasileira, em especial, tornou-se ao longo do tempo um símbolo que ultrapassa as quatro linhas do campo, carregando paixões e narrativas que moldam a forma o sentimento dos torcedores. Nesse processo, a mídia esportiva exerce papel fundamental ao mediar a relação entre o público e a Seleção.

A cobertura jornalística, ao relatar vitórias, derrotas e episódios marcantes, não se limita a transmitir fatos, ela constrói enredos que transformam jogadores e técnicos em protagonistas de uma história nacional. Em diferentes momentos, atletas foram alçados ao status de heróis, como ocorreu com Pelé em 1970 e Ronaldo em 2002. Por outro lado, surgem antagonistas, atletas que passaram a ser retratados como vilões, a exemplo de Roberto Carlos em 2006 e Felipe Melo em 2010. Essa dinâmica evidencia como os veículos de comunicação moldam percepções coletivas, influenciando não apenas a memória esportiva, mas também a identidade cultural brasileira.

Diante disso, este trabalho tem como problema de pesquisa a seguinte questão: De que maneira a mídia esportiva contribui para a percepção do público sobre a Seleção Brasileira e sobre os atletas que vestem o uniforme verde e amarelo?

A relevância deste estudo reside no fato de que compreender essas narrativas midiáticas permite refletir sobre os mecanismos de construção simbólica no esporte e sobre os impactos sociais e culturais dessas representações. Além disso, contribui para os estudos de comunicação, jornalismo esportivo e ciências sociais, ao oferecer uma análise crítica sobre a influência da mídia na formação da opinião pública.

Por fim, a estrutura deste trabalho está organizada da seguinte forma, no primeiro capítulo, apresenta-se uma revisão teórica sobre a mídia esportiva e a sua ação social por meio da comunicação, destacando as campanhas da Seleção Brasileira em Copas do Mundo e seu impacto na sociedade. No segundo capítulo, é realizada uma análise sobre a construção de narrativas midiáticas em torno da

Seleção Brasileira, destacando como os veículos de comunicação contribuem para a formação de percepções públicas e para a criação de figuras heroicas ou vilanizadas. No terceiro capítulo, são examinados casos específicos que ilustram essas construções simbólicas, com ênfase nas Copas do Mundo de 2002 e 2006 momentos marcantes da trajetória recente da Seleção, buscando compreender como a imprensa molda o imaginário nacional por meio dessas narrativas.

2 UMA BREVE HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL E A COBERTURA DURANTES AS COPAS

2.1 Primeiros momentos

Os registros indicam que o jornalismo esportivo teve início ainda no século XIX. No Reino Unido, com o fortalecimento do futebol, surgiram as primeiras colunas esportivas em jornais voltados para trabalhadores e a classe média. Neste contexto, os conceitos de jornalismo ainda eram rudimentares, sendo lapidados conforme o desenvolvimento das modalidades e dos meios de transmissão. No rádio, as primeiras transmissões esportivas começaram no início do século XX, expandindo-se e consolidando-se como um fenômeno midiático nos Estados Unidos. Em 1921, a rádio KDKA, de Pittsburgh, foi a primeira a transmitir uma luta de boxe entre Johnny Dundee e Johnny Kilbane.

Com surgimento ligado ao desenvolvimento dos esportes modernos, “o jornalismo esportivo escreveu suas primeiras páginas no século XIX, evoluindo junto às modalidades e aos meios de comunicação, consolidando-se no rádio a partir da década de 1920 como um fenômeno midiático” (MELO, 2010, p. 45).

No Brasil, entre o final do século XIX e o início do século XX, a circulação de jornais populares, como *O Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil*, fomentou o interesse por práticas esportivas como o turfe, um esporte elitista praticado pelas camadas mais altas da sociedade. Esses veículos dialogavam diretamente com esse público, retratando seus interesses e vivências, o que gerava um olhar crítico sobre os setores sociais representados. De acordo com Souza (2015, p. 32), “jornais de grande circulação, como *O Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil*, passaram a dedicar seções ao esporte, inicialmente destacando o turfe, esporte da elite, refletindo os interesses e vivências de seu público”.

O futebol teve seu início no Brasil no começo do século XX, levantando o debate sobre o profissionalismo e o valor da paixão dos atletas pelo esporte. A remuneração dos jogadores e o tratamento como funcionários de seus clubes foi uma temática inovadora para a época.

A disseminação da prática do futebol no Brasil ocorreu entre as duas primeiras décadas do século XX [...] novos clubes surgiram já com a proposta da profissionalização, remunerando seus atletas e tratando-os de fato como funcionários (HOLLANDA, 2003, p. 78).

Embora o jornalismo esportivo hoje seja um dos pilares de muitos veículos de comunicação, gerando receitas e grande audiência, nem sempre foi assim. No início do século XX, o esporte ainda era um tema voltado à elite, e as produções jornalísticas eram pensadas para esse público. Nesse contexto, surgiram revistas especializadas, como a *Revista Sportiva* (1907), considerada uma das mais antigas e bem-sucedidas. Circulando no Rio de Janeiro, então Capital Federal, tinha como objetivo registrar competições e divulgar regras, incentivando a prática esportiva padronizada nos clubes sociais. Contudo, “é notório seu direcionamento às elites urbanas, pois este era seu público leitor, também o público que frequentava os clubes, praticando os esportes e assistindo às partidas” (HELAL; LOVISOLO; SOARES, 2001, p. 32).

Conforme Pereira (2000, p. 56), duas publicações esportivas ainda na década de 1910 se consolidaram como as de maior circulação no país: o *Correio da Manhã* e o *Jornal do Brasil*, ambos com papel importante na divulgação das práticas esportivas. O futebol começou a ganhar destaque nas coberturas, especialmente com a fundação de ligas e campeonatos, que deram origem às primeiras rivalidades entre clubes criando os primeiros clássicos locais. Esse movimento gerou uma demanda crescente por cobertura detalhada e frequente, enquanto o elitismo inicial do futebol se transformava, aproximando o esporte das classes populares nas grandes cidades.

A década de 1920 foi marcada pelos primeiros passos da profissionalização do esporte no país. Segundo Toledo (2000, p. 101),

[...] com a chegada da década de 30, muitas modernizações ocorreram dentro e fora de campo. O surgimento do rádio foi o grande salto para a popularização e democratização definitiva do futebol. [...] Em 1933, o Estado de São Paulo legalizou de forma oficial o pagamento a jogadores, marcando assim o início da era profissional do futebol paulista.

A profissionalização consolidou-se gradualmente no país, com outros estados seguindo o exemplo paulista e modernizando suas estruturas esportivas e trabalhistas. Assim, o futebol deixou de ser uma prática restrita à elite e tornou-se um esporte presente em todas as camadas da sociedade. “As primeiras transmissões de partidas de futebol ocorreram nos anos 30, juntamente com o surgimento de

referências nos microfones, como Ary Barroso e Gagliano Neto” (MELO; HOLLANDA, 2006, p. 89). A partir desse momento, o futebol se espalhou pelas capitais e pelo interior, unindo o país através das ondas do rádio e consolidando-se como a principal paixão nacional.

2.2 O surgimento da Seleção Brasileira

A Seleção Brasileira de futebol surgiu oficialmente em 1914, quando a Confederação Brasileira de Desportos (CBD, atual CBF) organizou os primeiros jogos internacionais contra a Argentina. O primeiro jogo reconhecido da Seleção contra outro país foi em 20 de julho de 1914, em Buenos Aires, com vitória argentina por 3 a 0.

Segundo Belló (2002, p. 47), a escolha de jogadores não era organizada como se vê hoje:

[...] a Seleção não tinha um processo formal de convocação de atletas, os jogadores eram escolhidos por comissões formadas principalmente por dirigentes de clubes e dirigentes da CBD, geralmente com base em desempenho por clubes de destaque, reputação e indicações de técnicos ou presidentes de clubes. Como o futebol ainda era amador, a Seleção frequentemente refletia os clubes mais fortes das capitais, especialmente do eixo Rio-São Paulo.

A década de 1930 foi revolucionária para o futebol de seleções. Momento que também desponta como importante para a imprensa, pois talvez tenha sido aí que tenha se evidenciado, pela primeira vez, o papel influenciador do discurso midiático sobre a percepção nacional do futebol brasileiro. Pelo menos é o que aponta Lopes (2014, p. 62), “... em 1930, o futebol brasileiro teve suas primeiras oportunidades em competições internacionais, com uma cobertura midiática intensa, cujo objetivo principal era alimentar um imaginário nacionalista e de apoio aos atletas da Seleção”.

A Copa do Mundo de 1930, sediada no Uruguai, foi a primeira edição da história, contando com 13 equipes divididas em quatro grupos. A Seleção Brasileira integrou o Grupo 2, ao lado da Iugoslávia e da Bolívia. Após derrota por 2 a 1 para a Iugoslávia e vitória por 4 a 0 sobre a Bolívia, o Brasil encerrou sua participação ainda na fase inicial.

De acordo com Santos (2010, p. 119), os desafios da cobertura jornalística da época eram significativos, já que “os jornalistas envolvidos eram poucos e muitos relatos eram produzidos com base nas agências internacionais, como a Reuters e a Havas. A cobertura enfatizava o viés nacionalista, muitas vezes transformando o desempenho do time e a situação do torneio em um pequeno detalhe tático.” Assim, a narrativa dos meios de comunicação era descritiva e romantizada, priorizando o esforço e a dedicação dos atletas, sem uma análise crítica dos resultados.

Com o entusiasmo popular, a cobertura jornalística foi se expandindo e se modernizando. Como explicam Helal e Soares (2001, p. 54),

Após a Copa do Mundo de 1930, as editorias esportivas ampliaram espaço para resultados, análises táticas básicas e perfis de jogadores. Havia ainda um tom professoral, exaltando esforço físico, dedicação dos atletas e lealdade aos clubes. Pelo rádio, as transmissões aproximavam o público do jogo em tempo real, criando uma experiência emocional e fortalecendo os laços entre espectadores e clubes.

A Copa do Mundo de 1934, realizada na Itália sob forte influência do regime fascista de Benito Mussolini, representando não apenas um desafio esportivo, mas também logístico e midiático. O Brasil foi eliminado na primeira fase após derrota por 3 a 1 para a Espanha, mas a cobertura jornalística destacou a importância da presença brasileira no cenário internacional.

Entre a segunda e a terceira edição do torneio, a cobertura esportiva passou por notáveis evoluções. Lopes (2014, p. 75) explica que

[...] enquanto em 1934 as rádios ainda usavam transmissores de baixa potência, com alcance restrito basicamente às capitais, entre 1935 e 1938 começaram a chegar ao Brasil transmissores mais potentes importados dos Estados Unidos e da Europa, ampliando assim a cobertura para diferentes regiões.

O avanço tecnológico permitiu o fortalecimento das transmissões esportivas, levando o futebol a públicos cada vez maiores.

Lopes conta que (p. 88), “foi neste contexto mais democratizado das transmissões que ocorreu na França a Copa do Mundo de 1938, a primeira em que o rádio brasileiro começou a transmitir jogos da Seleção ao vivo, com maior organização e alcance, muitas vezes até por alto-falantes em praças públicas.” O Brasil estreou

vencendo a Polônia por 6 a 5 e encerrou sua participação com o terceiro lugar, derrotando a Suécia por 4 a 2.

Para Santos (2010, p. 134), “a Copa de 1938 foi a primeira que o Brasil realmente torceu em massa, graças ao alcance nacional do rádio. O público se envolveu, vibrou e chorou junto com os atletas. A popularidade do futebol expandiu-se ainda mais com a imagem de jogadores como Leônidas da Silva, o Diamante Negro.” O locutor Gagliano Neto se destacou ao narrar os jogos diretamente da França, em um feito inédito para o rádio brasileiro.

O sucesso de Leônidas da Silva consolidou o jogador como ídolo nacional. Segundo Lopes (2014, p. 102),

Leônidas da Silva rapidamente se tornou ídolo nacional, os radialistas não pouparam elogios ao seu talento e à habilidade impressionante em campo. Sua velocidade, técnica e capacidade de driblar adversários até marcar gols fizeram dele o grande protagonista da Copa de 38.

A fama do atleta ultrapassou o esporte, inspirando até o nome do chocolate *Diamante Negro*, símbolo da integração entre futebol, mídia e cultura de consumo.

Contudo, o crescimento do futebol e da cobertura esportiva foi interrompido pela Segunda Guerra Mundial. Conforme Damo (2002, p. 112), durante o conflito, “os programas esportivos deram lugar aos noticiários políticos, a bola cedeu espaço às balas, e os jogadores saíram de campo, com muitos se tornando combatentes. O orgulho despertado pela Seleção Brasileira parecia insignificante diante da mobilização militar em massa e da gravidade do conflito.” Nesse período, o futebol foi temporariamente colocado em pausa frente às urgências históricas e humanitárias do mundo.

2.3 A segunda guerra mundial e seu impacto no futebol

Um panorama abrangente desse conflito é apresentado por Damo (2002, p. 120), que contextualiza a Segunda Guerra Mundial (1939–1945) como o maior confronto da história da humanidade, envolvendo nações de todos os continentes e resultando em uma devastação sem precedentes. A guerra rapidamente se expandiu em razão das ambições expansionistas de Adolf Hitler para a Alemanha e da formação

de duas grandes alianças, o Eixo (Alemanha, Itália e Japão) e os Aliados (Reino Unido, União Soviética, Estados Unidos, entre outros).

A Segunda Guerra Mundial (1939–1945) foi o maior conflito da história, envolvendo nações de todos os continentes e resultando em destruição em escala global. Iniciada com a invasão da Polônia pela Alemanha nazista, expandiu-se rapidamente devido às ambições expansionistas de Adolf Hitler e à formação de duas grandes alianças: o Eixo (Alemanha, Itália e Japão) e os Aliados (Reino Unido, União Soviética, Estados Unidos, entre outros). O conflito foi marcado por batalhas armadas, genocídios como o Holocausto e o uso de tecnologias militares avançadas com bombardeios devastadores. A Segunda Guerra Mundial teve forte impacto no futebol, interrompendo campeonatos nacionais na Europa e até torneios internacionais, cancelando duas edições da Copa do Mundo (1942 e 1946) e afetando a carreira de inúmeros jogadores, muitos dos quais foram convocados para o serviço militar, feridos ou até mortos nos combates. Estádios foram destruídos ou usados como abrigos e hospitais de campanha, para os clubes foi um período de enormes dificuldades financeiras

Damo (2002) destaca que, durante a Segunda Guerra Mundial, o futebol brasileiro se fortaleceu como forma de lazer e escape, enquanto em outros países o esporte foi controlado ou usado como resistência.

Os campeonatos de maior destaque foram os estaduais, especialmente o Campeonato Carioca e o Campeonato Paulista, que reuniam os principais craques do país e atraíam multidões. No Rio, clubes como Flamengo, Fluminense, Botafogo e Vasco da Gama protagonizavam disputas intensas, enquanto em São Paulo os confrontos entre Corinthians, São Paulo, Santos e Palmeiras (que em 1942 passou a adotar este nome no lugar de Palestra Itália, por causa da guerra), marcavam época. Além disso, houve a criação da Taça Brasil de Seleções Estaduais, torneio entre seleções estaduais organizado pela CBD, que também mobilizava torcedores (DAMO, 2002).

Jornalisticamente, durante a Segunda Guerra Mundial (1939–1945), a cobertura midiática no Brasil era marcada por forte influência do governo de Getúlio Vargas e pela censura do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que controlava o conteúdo divulgado nos jornais, no rádio e nas revistas. As notícias internacionais chegavam principalmente por meio das agências estrangeiras e eram filtradas conforme os interesses políticos do Estado Novo que, inicialmente, mantinha neutralidade, mas depois passou a apoiar os Aliados. O rádio ganhou enorme importância como veículo de massa, transmitindo tanto informações oficiais, quanto programas de propaganda nacionalista (DAMO, 2002).

A Segunda Guerra Mundial (1939–1945) teve forte impacto no futebol, interrompendo campeonatos nacionais na Europa e até torneios internacionais, cancelando duas edições da Copa do Mundo (1942 e 1946) e afetando a carreira de inúmeros jogadores, muitos dos quais foram convocados para o serviço militar, feridos ou até mortos nos combates. Estádios foram destruídos ou usados como abrigos e hospitais de campanha, para os clubes foi um período de enormes dificuldades financeiras. Já em lugares menos afetados diretamente, como Brasil e Argentina, o esporte ganhou força, aproveitando a pausa europeia para atrair atletas estrangeiros e consolidar o futebol local. Jornalisticamente, durante a Segunda Guerra Mundial, a cobertura midiática no Brasil era marcada por forte influência do governo de Getúlio Vargas e pela censura do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que controlava o conteúdo divulgado nos jornais, no rádio e nas revistas (DAMO, 2002, p. 120).

A Copa do Mundo de 1950 foi a primeira realizada após a Segunda Guerra Mundial, marcando o retorno do maior torneio de seleções depois de 12 anos de interrupção. Conforme observa Castro (1994, p. 145), “Organizada no Brasil, ficou conhecida como a ‘Copa do Maracanã’ por causa do recém-inaugurado estádio do Maracanã, construído especialmente para o evento.” Participaram 13 seleções, em um formato sem final única, em que os quatro melhores se enfrentaram em um quadrangular final, e o líder do grupo seria declarado campeão do torneio. A decisão simbólica ocorreu em 16 de julho de 1950, quando o Brasil precisava apenas empatar contra o Uruguai diante de quase 200 mil torcedores no Maracanã, mas acabou derrotado por 2-1, em um episódio histórico chamado “Maracanazo”. Sobre o impacto desse resultado, afirmam Moura e Guimarães (2002, p. 88) que “o Maracanazo representou não apenas uma derrota esportiva, mas um trauma coletivo que marcou profundamente a memória nacional e a imprensa da época”. Este termo tornou-se peça chave para descrever esse doloroso episódio protagonizado pela Seleção, sendo utilizado posteriormente no jargão futebolístico como adjetivo para algo extremamente trágico no contexto esportivo.

O título uruguaio surpreendeu o mundo, marcando profundamente a memória esportiva brasileira, transformando a Copa de 1950 em um dos torneios mais emblemáticos da história do futebol e criando em Brasil e Uruguai uma das maiores rivalidades já vistas nos esportes, criando um verdadeiro clássico entre países vizinhos que já até se combateram militarmente. Desta forma, percebemos o valor esportivo, cultural e diplomático do torneio, sendo um verdadeiro caso de sucesso para as pretensões da FIFA e para o futebol como um todo.

Realizada na Suíça, a Copa do Mundo de 1954 contou com 16 seleções. Sua disputa ocorreu com fase de grupos e mata-mata até a final. Formato este que seria uma base para as próximas edições do torneio. O grande diferencial desta edição é destacado por Lopes (2014, p. 172). “Esta foi a primeira Copa transmitida ao vivo pela televisão para alguns países europeus, ampliando muito a visibilidade do torneio. A Seleção Brasileira se classificou ao mata-mata derrotando na primeira fase o México por 5 a 0 e empatando por 1 a 1 com a Iugoslávia. Apesar da expectativa, a Seleção encerrou sua participação nas quartas de final contra a Hungria, no famoso jogo violento chamado de “A Batalha de Berna” (4 a 2 para os húngaros, com expulsões e brigas após o apito final). Após conflitos até mesmo nos vestiários, 3 jogadores foram expulsos (Nilton Santos e Humberto pelo Brasil, Bozsik pela Hungria).”

2.4 Seleção Brasileira bicampeã da Copa do Mundo em 1958 e 1962:

Disputada na Suécia, novamente contou com 16 seleções. Avançando a leitura ainda em Lopes (2014, p. 185), vemos que:

Esta foi a primeira Copa transmitida ao vivo pela TV no Brasil. Eternizada por revelar Pelé, na época com apenas 17 anos, e consolidar o Brasil como uma potência do mais alto escalão do esporte. Disputando o Grupo 4, a Canarinho superou na estreia a Áustria por 3 a 0, empatando sem gols na sequência com a Inglaterra e por fim, superando a União Soviética por 2 a 0. Nas quartas de final, o Brasil derrotou o País de Gales por 1 a 0, com o primeiro gol de Pelé em Copas. Nas semifinais, a Seleção goleou a França por 5 a 2, com hat-trick de Pelé garantindo sua primeira classificação à final. Duelando contra a seleção anfitriã, a Suécia, o Brasil novamente goleou por 5 a 2, com direito a dobrletes de Vavá e Pelé. Os heróis foram Pelé, Garrincha, Didi e Zagallo. A seleção de 1958 tinha grandes jogadores negros e mestiços, simbolizando a valorização do talento independentemente da cor e reforçando a identidade do futebol brasileiro como um jogo de mistura, criatividade e diversidade.

Realizada no Chile, a Copa de 1962 marcou o retorno do torneio à América do Sul. “Esta foi uma das grandes escolhas polêmicas de sede, já que o Chile havia sofrido um terremoto em 1960, devastando grande parte de sua estrutura, sediando o torneio em condições bem difíceis com estádios pequenos e gramados ruins.” (LOPES, 2014, p. 198). Disputando o Grupo 3, a Seleção Brasileira fez valer seu status de melhor seleção do mundo, derrotando México por 2 a 0, Espanha por 2 a 1 e ainda empatando sem gols com a Tchecoslováquia. Avassalador também no mata-mata, o Brasil superou Inglaterra por 3 a 1, Chile por 4 a 2 para reencontrar a Tchecoslováquia, desta vez, valendo o troféu. Após sair atrás, sofrendo gol de

Masopust, o Brasil buscou a virada e sagrou-se campeão com placar final de 3 a 1. O Brasil se tornou a segunda seleção bicampeã consecutiva (igualando-se a Itália de 1934/38). Consolidou o país como nova potência do futebol mundial, não mais visto como azarão, mas como modelo.

O torneio marcou a ascensão definitiva de Garrincha, que, sem Pelé, foi o protagonista absoluto. A imagem do futebol brasileiro logrou êxito como alegre, criativo e vencedor, tendo impacto midiático no Brasil nas rádios narrando cada lance, jornais exaltando o 'país do futebol' e uma explosão de orgulho nacional (Idem, 2014, p. 198).

A Copa do Mundo de 1962 consagrou Garrincha como um dos maiores ídolos da história do futebol brasileiro. Diante da ausência de Pelé, lesionado ainda na fase inicial do torneio, o atacante assumiu o protagonismo da Seleção e conduziu o Brasil ao bicampeonato mundial com atuações memoráveis. Sua habilidade incomparável, dribles e capacidade de decidir jogos transformaram-no em símbolo de alegria e de "genialidade" dentro de campo. A mídia da época exaltou Garrincha como o "anjo das pernas tortas", criando uma narrativa que o elevou à condição de herói nacional e reforçou o imaginário do futebol brasileiro como expressão de talento e improviso.

Apesar de chegar à Copa do Mundo de 1966 como bicampeã e favorita, a seleção brasileira teve uma campanha frustrante ao ser eliminada ainda na fase de grupos, refletindo problemas táticos, físicos e de preparação frente às equipes europeias. Segundo reportagem da ESPN, o Brasil "foi dominado por adversários mais compactos e organizados" apesar da dor, o fracasso serviu como estímulo para reformulações subsequentes (Duarte, 2014, p. 1).

2.5 Copa do Mundo de 1970, novos capítulos, velhos heróis

Copa do Mundo de 70 foi realizada no México sendo considerada uma das edições mais memoráveis da história do futebol, especialmente por marcar a consagração da Seleção Brasileira de Pelé. Disputando o Grupo 3, a Seleção venceu Iugoslávia por 4 a 1, Inglaterra por 1 a 0 e Romênia por 3 a 2. Nas duas fases seguintes duelou contra seleções sul-americanas superando Peru por 4 a 2 e o carrasco de 1950, o Uruguai por 3 a 1. Na finalíssima o Brasil superou a Itália com goleada por 4 a 1. Jairzinho marcou gols em todos os seis jogos, sendo o grande destaque ofensivo da equipe.

A conquista do tricampeonato mundial em 1970 marcou um dos momentos mais emblemáticos da história do futebol brasileiro. Com a vitória no México, o Brasil tornou-se o primeiro país a vencer três Copas do Mundo, garantindo a posse definitiva da Taça Jules Rimet. De acordo com Dalcol (2017) e Malanski (2019), o governo utilizou o sucesso da Seleção como instrumento político, associando o “Brasil grande” à imagem vitoriosa do futebol-arte apresentado naquela Copa. Fontes institucionais, como o Comitê Olímpico Internacional (OLYMPICS, 2022), também registram que, após o tricampeonato, a Jules Rimet foi entregue definitivamente ao Brasil, reforçando o peso simbólico dessa conquista histórica.

Figura 1: Escudo da CBF de 1982



Fonte: Futbox, disponível em: futbox.com <https://www.futbox.com/pt/brasil#!escudos> – Acessado em 29 de outubro de 2025

2.6 Anos difíceis

A Seleção Brasileira viveu, entre 1974 e 1990, um longo período de jejum em Copas do Mundo. Depois do tricampeonato em 1970, a seleção entrou em campo em 1974, na Alemanha, ainda carregando o peso do favoritismo, mas sem Pelé e com uma equipe em transição. Disputando o torneio até as semifinais onde foi superada pela Holanda de Cruyff, equipe conhecida por apresentar o chamado “futebol total”, finalizou sua campanha em 4º lugar. Em 1978, na Argentina, o time teve novamente uma campanha sem título, finalizando o torneio em 3º lugar após polêmicas envolvendo resultados suspeitos que beneficiaram os anfitriões.

Durante esse período, a cobertura jornalística desempenhou papel fundamental na construção da memória e da identidade futebolística do país. Como

analisam Soares, Bartholo e Salvador (2007), a imprensa brasileira foi responsável por perpetuar a ideia de um “futebol-arte” perdido, contrastando o brilho do passado com o pragmatismo das novas gerações. Essa narrativa reforçou a nostalgia do tricampeonato de 1970 e criou um sentimento de cobrança constante sobre os jogadores e técnicos que tentavam resgatar o prestígio da Seleção. De forma semelhante, o jornal *O Dia* relembra que o jejum até o tetra de 1994 foi acompanhado por uma crescente desconfiança da torcida e pela intensificação das manchetes que falavam em “apagão”, “fracasso” e “fim do encanto” (O DIA, 2024).

Assim, o período entre 1974 e 1990 não representou apenas um hiato de títulos, mas um ciclo de redefinições simbólicas no imaginário esportivo e midiático brasileiro, em que o futebol deixou de ser visto como uma certeza de glória e passou a refletir as incertezas e tensões da própria sociedade brasileira.

O roubo da Taça Jules Rimet, o troféu original da Copa do Mundo, aconteceu em 1983, no Brasil, e é considerado um dos episódios mais famosos e controversos da história do futebol. A taça, conquistada pelo Brasil em 1970, foi guardada em um cofre na sede da CBD (atual CBF), no Rio de Janeiro. Em 20 de dezembro de 1983, ela foi furtada do cofre por criminosos que não foram identificados. Encontramos: De acordo com reportagem publicada por *O Globo* (2013), o roubo da Taça Jules Rimet, ocorrido em 1983 na sede da CBF, permanece como um dos episódios mais misteriosos da história do futebol brasileiro, marcando profundamente a memória esportiva nacional. Outras fontes, como o portal *Terra* (2023), destacam que o troféu já havia sido alvo de furto anteriormente, mas apenas o primeiro caso resultou em recuperação.

A cobertura midiática do sucesso brasileiro em 1994 foi intensa e diversificada, envolvendo jornais, rádio e televisão. A imprensa destacou a combinação de talento individual, espírito coletivo e disciplina tática, além de evidenciar Romário como símbolo da renovação do futebol nacional. Programas de TV dedicaram espaço à análise das partidas, exibindo reportagens sobre bastidores, estratégias de Parreira e o carisma da equipe, enquanto rádios transmitiam comentários e entrevistas, criando um clima de festa e orgulho nacional. Conforme registra a TV Globo, “os melhores momentos, as vitórias da Seleção Brasileira e a comemoração da torcida em diversas

partes do país foram mostradas com destaque nos telejornais” (MEMÓRIA GLOBO, 1994).

Realizada na França, a Copa do Mundo de 1998 foi marcada pela expectativa de repetir o sucesso de 1994, no entanto, embora com um bom elenco e apresentando um futebol de qualidade caiu na decisão com a França em um duro revês.

Jornais internacionais noticiaram, a exemplo: “Brazilians wept when France crushed Brazil 3-0 in the World Cup final ... the loss ... hit hard where there is little but soccer to boost national pride (THE TRIBUNE, 1998, p. 1)”

Evidencia-se a presença forte da mídia em um novo desfecho duro para a Seleção Brasileira, reforçando novamente os traços de como a mídia consegue trazer um contexto em massa a ser vinculado.

2.7 A quinta estrela

Sob o comando de Luiz Felipe Scolari, o Felipão, a equipe combinou experiência e juventude, com destaque para Ronaldo, Rivaldo, Ronaldinho Gaúcho, Cafu e Roberto Carlos. O Brasil demonstrou equilíbrio entre técnica, disciplina tática e eficiência ofensiva, avançando até a final com vitórias convincentes, incluindo a memorável partida contra a Inglaterra nas oitavas e o triunfo sobre a Turquia na semifinal. Na decisão, enfrentou a Alemanha que já havia conquistado individualmente o troféu de melhor jogador do torneio, com seu goleiro folclórico Oliver Kahn. Apresentando intensidade e dominância, a Seleção Brasileira venceu por 2 a 0, com dois gols de Ronaldo, o segundo com direito a falha de Kahn, que gerou debates à cerca de seu título individual recebido antes mesmo da final. Para o Brasil a conquista do pentacampeonato o alçou a um patamar nunca antes visto, isolando como a maior vencedora de Copas e até os tempos atuais a primeira e única seleção pentacampeã do torneio. A cobertura midiática no Brasil foi celebratória, retratando a conquista como um retorno da “grandeza perdida” e um alívio após quatro anos de expectativas frustradas em competições internacionais. Jornais e emissoras destacaram o renascimento de Ronaldo, que havia sofrido derrotas e problemas físicos em 1998, transformando-o no herói nacional (LOPES, 2014, p. 275).

Reportagens detalhavam não apenas os jogos, mas também a evolução física e psicológica da equipe, o carisma do técnico Scolari e o espírito de união do elenco. Programas de televisão exploraram momentos emocionantes e bastidores da seleção, enquanto rádios transmitiam análises detalhadas e comentários sobre cada partida, reforçando o clima de orgulho e celebração nacional.

Novamente na mesma obra,

Internacionalmente, a vitória brasileira também recebeu ampla repercussão, sendo elogiada pela eficiência tática e pelo talento individual de seus jogadores. Veículos como The Guardian e BBC destacaram a combinação de juventude e experiência da equipe, a volta por cima de Ronaldo e o impacto do pentacampeonato no futebol global. Culturalmente, a conquista de 2002 reforçou a narrativa da Seleção como símbolo de excelência esportiva e inspiração nacional”. Desta forma, se consolidando a imagem de um Brasil que consegue superar crises e derrotas, retornando ao sucesso com estratégia, disciplina e talento, narrativa que a mídia brasileira também abraçou e difundiu intensamente. O protagonismo de Ronaldo era semelhante a um roteiro de cinema, onde o protagonista dá a volta por cima e conquista seu grande objetivo ao final de sua trama (idem, p. 310).

Figura 2 – Atletas da Seleção reunidos em roda de samba no avião na volta para o Brasil após a conquista do penta na Copa do Japão e Coreia do Sul em 2002



Fonte: UOL, disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2022/12/02/bola-no-pe-e-pandeiro-na-mao-dia-do-samba-tem-brasil-na-copa-do-mundo.htm> - Acessado em 29 de outubro de 2025

2.8 Muita expectativa e poucos resultados

Entre 2006 e 2010, a Seleção Brasileira viveu dois ciclos de frustração em Copas do Mundo, contrastando com o sucesso de 2002. Em 2006, na Alemanha, o time comandado por Carlos Alberto Parreira, contou com os craques de renome mundial Ronaldo Nazário, Ronaldinho e Kaká, três vencedores do prêmio de melhor jogador do mundo da FIFA. Apesar do elenco badalado, a Seleção avançou apenas até as quartas de final, sendo eliminado pela França por 1 a 0.

A cobertura midiática desses dois períodos combinou indignação, análise crítica e certo sensacionalismo. No Brasil, jornais, revistas e TV enfatizavam erros de

comando e desempenho abaixo do esperado, enquanto a imprensa internacional destacava a dificuldade da Seleção em superar pressão e adversários decisivos. Esse ciclo de fracassos reforçaram a percepção de altos e baixos da Seleção, mostrando que, mesmo com tradição e estrelas renomadas, o Brasil enfrentava desafios para transformar talento individual em conquistas coletivas.

Realizada no Brasil, a Copa do Mundo de 2014 foi planejada para consolidar a imagem do país como potência futebolística e promocional, mas acabou marcada por altos custos e tragédias esportivas. O torneio custou cerca de R\$ 25 bilhões em estádios, infraestrutura e preparativos, despertando críticas da imprensa e da população sobre o gasto público e prioridades sociais. Apesar da festa e da mobilização popular, a Seleção Brasileira protagonizou um de seus mais dolorosos episódios no esporte. A histórica goleada de 7 a 1 sofrida diante da Alemanha, nas semifinais, no Mineirão, conhecido como “Mineirazo”. A derrota histórica, com um placar tão elástico chocou o país e ganhou ampla repercussão internacional.

Na disputa do terceiro lugar, o Brasil em clima melancólico novamente foi superado, perdendo por 3 a 0 para a Holanda, a mesma seleção que havia eliminado a equipe em 2010 nas quartas de final. O episódio reforçou a narrativa de fragilidade do futebol brasileiro diante de grandes seleções europeias, e a imprensa utilizou a partida para analisar erros táticos, problemas de motivação e o trauma psicológico herdado do 7 a 1. A única seleção a disputar todas as edições e ser a maior vencedora do torneio com cinco conquistas, protagonizava um vexame inigualável em sua própria casa. A cobertura midiática da Copa de 2014, portanto, oscilou entre o espetáculo do torneio, o orgulho de sediar o evento e a profunda frustração causada por duas derrotas históricas, criando um período de reflexão sobre a gestão esportiva e o peso da expectativa nacional.”

Na Rússia em 2018, sob comando de Tite, o Brasil chegou às quartas de final com um time jovem e talentoso, liderado por Neymar, Casemiro e Philippe Coutinho, mas foi eliminado pela Bélgica por 2 a 1, em jogo que a imprensa criticou tanto a fragilidade defensiva quanto a dependência excessiva de individualidades. “A cobertura midiática refletiu indignação e perplexidade, destacando a repetição de padrões de eliminação em momentos cruciais, falhas táticas, decisões da comissão técnica e a pressão sobre jogadores-chave, evidenciando o desafio de conciliar talento individual com consistência coletiva em partidas decisivas” (Ibdem, 2014, p. 355)

Na Copa do Mundo de 2022, no Catar, o Brasil novamente era considerado um dos favoritos, apresentando um desempenho sólido na fase de grupos e goleada diante da Coreia do Sul nas oitavas. Porém, novamente nas quartas de final, foi eliminado pela Croácia nos pênaltis após empate em 1 a 1. Para Marcotti (2022) em sua análise “Brazil national football team and Tite blew their chance at World Cup glory in 2022.” O mesmo ressalta novamente uma derrota para uma seleção europeia em fase de quartas de final, criou uma idealização no imaginário popular de que apesar de ter craques em todas as gerações, o brilho do futebol brasileiro era sempre apagado diante de um país do velho continente e não conquistando, portanto, a glória.

3 NARRATIVA MIDIÁTICA DA SELEÇÃO BRASILEIRA: AGENDA SETTING E TEORIA DE ENQUADRAMENTOS

3.1 Comunicação e esporte

Os esportes vão além de uma simples disputa, eles se configuram como um fenômeno social e cultural que ocupa lugar de destaque na formação de identidades coletivas. Em nosso país, coletivos sociais são criados de acordo com compartilhamento de um ideal, surgindo desta forma as torcidas organizadas. Uma reunião de adeptos do mesmo clube, que se unem e fazem do esporte uma celebração. No Brasil, o futebol é frequentemente descrito como parte fundamental da identidade nacional, sendo objeto de estudo de diferentes autores que buscam compreender sua relevância simbólica. DaMatta (1997), por exemplo, explora a forma como o futebol expressa elementos da sociedade brasileira, refletindo tensões sociais, valores compartilhados e sentimentos de pertencimento. Já Helal (2001) discute a influência do jornalismo esportivo na interpretação dos eventos esportivos, apontando que a narrativa midiática não se limita ao relato factual, mas atua também na construção de significados que atravessam o imaginário social.

Um exemplo claro dessa influência pode ser observado na cobertura das Copas do Mundo, que transformam jogos em grandes espetáculos capazes de mobilizar torcedores dos mais variados clubes com o mesmo intuito de apoiar sua seleção nacional. A mídia, ao selecionar enquadramentos, definir protagonistas e criar narrativas, participa ativamente da construção de heróis e vilões. Durante a Copa de 2002, por exemplo, a cobertura da TV Globo e do jornal O Globo reforçou a imagem de Ronaldo como herói nacional, sobretudo após sua performance decisiva na final contra a Alemanha, em que anotou os dois gols da vitória. Esse enquadramento midiático não apenas exaltou sua superação pessoal após lesões, mas também fortaleceu sua representação como símbolo da vitória brasileira, demonstrando o poder da mídia na contribuição para a criação de uma memória coletiva.

Figura 3 - Fotografia que ilustra o momento em que Roberto Carlos “ajeita o meio” e Henry se projeta livre para finalizar e marcar o gol da Seleção Francesa.



Fonte: Canal Peleja, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3Sop8J8IC-M> – Acessado em 29 de outubro de 2025

Dentro do campo da comunicação uma das teorias que contribui para o entendimento de construção simbólica é a *Agenda Setting*. Esta teoria foi proposta por McCombs e Shaw (1972, p. 177), afirmando que “os meios de comunicação não dizem às pessoas o que pensar, mas sobre quais assuntos pensarão”. Em outras palavras, os veículos de comunicação atuam como filtros que selecionam os temas de maior relevância pública, estabelecendo uma agenda que orienta a atenção coletiva. No contexto do futebol, essa teoria auxilia a compreender como a ênfase dada a personagens como jogadores ou técnicos criam episódios que direcionam a opinião pública e influenciam a construção das narrativas em torno da Seleção Brasileira.

Um exemplo emblemático ocorreu durante a Copa do Mundo de 1998, com a cobertura midiática do “corte” de Romário da convocação. A ausência do atacante não foi tratada apenas como uma decisão técnica do então treinador Zagallo, mas transformou-se em pauta central da imprensa, ocupando jornais impressos como *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, além de programas televisivos e radiofônicos, como o *Esporte Espetacular*. Ao dar visibilidade massiva ao episódio, a mídia elevou a discussão sobre Romário a um dos principais temas relacionados à Seleção naquele

período, moldando a percepção do público e influenciando a forma como o jogador seria lembrado em relação à Copa. Criou-se um imaginário de que a presença de Romário teria contribuído com experiência e talento, ao plantel da Seleção e que a derrota na final para a França, poderia ter sido evitada.

Figura 4 – Romário chora em coletiva de imprensa, após ser cortado da Copa da França de 1998



Fonte: O Globo, disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/blog-do-acervo/post/romario-chora-apos-ser-cortado-uma-semana-antes-da-copa-da-franca.html> - Acessado em 29 de outubro de 2025

Assim, a teoria do *Agenda Setting* evidencia que a forma como a mídia prioriza determinados assuntos impacta diretamente na construção de heróis e vilões no imaginário esportivo nacional. A atenção dada a episódios como o de Romário em 1998 não apenas orienta os debates públicos, mas também delimita quais narrativas se tornam centrais na memória coletiva do futebol brasileiro.

Outro fator a influenciar ou construir sentido ao público que pode contribuir com essa análise é a teoria de Enquadramentos. O conceito de Framing, introduzido por Goffman (1974, p. 21), refere-se à maneira como os meios de comunicação enquadram fatos, moldando a percepção do público. Diferente do *Agenda Setting*, que destaca quais temas ganharão relevância, o Framing atua na forma como esses

temas são apresentados, oferecendo interpretações que orientam sentimentos, julgamentos e significados atribuídos a um acontecimento. No futebol, esse processo é evidente: uma mesma derrota pode ser narrada como “tragédia nacional”, marcada pelo peso emocional e pela decepção coletiva, ou como “aprendizado para o futuro”, suavizando o impacto e até mesmo projetando positivamente uma perspectiva de superação. Da mesma forma, um jogador pode ser retratado ora como “gênio”, capaz de carregar a equipe nas costas e ser um diferencial fundamental para a vitória, ora como “vilão”, responsabilizado pelos reveses e fracassos.

Entman ao apresentar sua teoria traz quatro elementos a serem observados durante a análise do enquadramento. São eles: a definição do problema; a causa ou agente responsável pelo problema, a avaliação moral e por fim a recomendação ou tratamento a partir do que foi apresentado. Ao se identificar esses elementos, segundo o autor, o enquadramento adotado passa a ser mais claro. Por isso, como se utilizará desta perspectiva para fazer a análise deste trabalho, apresenta-se abaixo uma exemplificação em tabela da proposta do autor.

Tabela 1: Elementos do enquadramento (framing) segundo Entman, (1993).

Elemento do Frame	Função	Exemplos aplicados ao futebol
Definição do problema	Seleciona aspectos da realidade que serão destacados como “problema”.	“Queda de rendimento da Seleção”; “pressão excessiva da mídia”.
Causa ou agente responsável	Identifica quem ou o que é responsável pelo problema ou ação.	“Treinador optou por esquema defensivo”.
Avaliação moral	Aplica juízo de valor sobre o problema ou atores.	“Foi uma falha imperdoável”; “triunfo e redenção”; “desempenho abaixo do esperado”.
Recomendação ou tratamento	Sugere ação, solução ou abordagem para o problema.	“Retomar futebol-arte”; “renovação da equipe”; “maior foco em disciplina tática”.

O maior exemplo emblemático recente foi a cobertura da derrota do Brasil por 7 a 1 contra a Alemanha, na semifinal da Copa do Mundo de 2014. Manchetes de jornais impressos, portais online e comentários nas redes sociais ofereceram

diferentes enquadramentos do mesmo episódio. Alguns veículos enfatizaram a dimensão da “tragédia”, reforçando a narrativa da “maior humilhação da história do futebol brasileiro”, enquanto outros buscaram explicações racionais, atribuindo a derrota a falhas estratégicas da comissão técnica, à pressão sofrida pelos atletas que carregavam a responsabilidade de conduzir a Seleção ao topo do pódio em uma Copa do Mundo realizada no próprio país, ou à ausência de Neymar, lesionado na partida anterior, pelas quartas de final contra a Colômbia. Em paralelo, alguns jogadores, como Júlio César e Fred, foram enquadrados como símbolos do fracasso, com o atacante carregando o apelido pejorativo de “cone”, enquanto outros, como David Luiz, receberam um tratamento mais compassivo, muitas vezes exaltando sua entrega em campo.

Figura 5: Luiz Gustavo chora após a goleada de 7 a 1 sofrida diante da Alemanha



Fonte: TNT Sports, disponível em: <https://tntsports.com.br/blogs/O-Mineirazen---1-x-7-Alemanha-seis-anos-20200708-0025.html> - Acessado em 30 de outubro de 2025

Esse exemplo demonstra como o Framing ultrapassa a simples escolha do tema: ele define o tom, a ênfase e a narrativa atribuída ao acontecimento, interferindo diretamente na memória coletiva construída sobre ele. Assim, enquanto o *Agenda Setting* explica sobre quais temas o público refletirá, a teoria do Framing mostra como esses temas são interpretados e enquadrados, moldando múltiplas percepções e consolidando diferentes versões de um mesmo fato.

Abaixo temos um outro exemplo de como a Agenda setting e os enquadramentos podem ser observados na cobertura midiática da Seleção Brasileira. As abordagens de ambos os veículos, apresentam ênfase à elementos dolorosos para o contexto da goleada sofrida. O treinado Felipão gesticulando com os dedos o número sete e David Luiz aos prantos, são elementos carregados de simbolismo e que retratam com atos o peso da derrota sofrida. Os textos em caixa alta e maiúsculos, destacam os sentimentos dos torcedores brasileiros, descrevendo a revolta e a dor causada por este episódio.

Figura 6: Jornais *O Dia* e *O Globo*, datados de 9 de julho de 2014, um dia após a derrota do Brasil diante da Alemanha, por 7 a 1.



Fonte: Globo Esporte, disponível em <https://ge.globo.com/blogs/especial-blog/brasil-mundial-fc/post/humilhacao-massacre-complexo-do-alemao-capas-do-7-1-pelo-mundo.html> - Acessado em 29 de outubro de 2025.

3.2 Mídia, identidade nacional e futebol

A Seleção Brasileira exerce uma função simbólica central na construção da identidade nacional, representando não apenas um time de futebol, mas um elemento cultural que sintetiza emoções coletivas, valores sociais e que contribui para o sentimento nacionalista. Como observa DaMatta (1997), “o futebol é um espaço privilegiado para compreender a sociedade, a Copa do Mundo de 1970 tornou-se um

exemplo emblemático de como vitórias esportivas podem reforçar sentimentos de unidade nacional, mesmo em contextos políticos complexos, como o da ditadura militar. Nesse período, a conquista do tricampeonato mundial foi utilizada pelo regime como instrumento de legitimação política, evidenciando a força simbólica que o futebol carrega no imaginário coletivo.”

Com a evolução da mídia pelo rádio, que aproximava os torcedores por meio da emoção transmitida pelas narrações, à TV aberta, que transformou jogos em espetáculos visuais, e, mais recentemente, às redes sociais e plataformas digitais, a forma de construção de narrativas também se transformou. O rádio construiu heróis por meio da oralidade, a televisão pela força da imagem e da repetição, as redes sociais descentralizaram o processo, permitindo que torcedores se tornassem produtores de conteúdo e opinassem em tempo real sobre cada lance.

Apesar dessa descentralização, os veículos tradicionais de comunicação continuam exercendo grande influência sobre a percepção pública. Ainda que redes como Twitter (atual X), Instagram e TikTok deem voz a torcedores e influenciadores digitais, muitas dessas narrativas nascem ou ganham legitimidade a partir da cobertura realizada por grandes jornais, emissoras de TV e portais esportivos. Na última edição da Copa do Mundo, em 2022, debates sobre Neymar e Richarlison ganharam força nas plataformas digitais, mas ecoavam discursos previamente estabelecidos em programas esportivos e jornais impressos. O jornal O Globo, por exemplo, destacou a atuação de Richarlison na estreia do Brasil contra a Sérvia, enfatizando sua performance como um dos principais destaques ofensivos da partida. Além disso, a cobertura do Correio Braziliense sobre a tatuagem feita pelo mesmo atleta, em que homenageava Neymar e Ronaldo, também pautou debates nos mais variados sites e portais, gerando memes e diversos tipos de análises do público.

Esse movimento demonstra que, mesmo em um cenário de pluralidade de mídias, a narrativa sobre a Seleção Brasileira continua sendo mediada por veículos tradicionais, que ainda detêm poder significativo no imaginário popular, contribuindo para a construção contínua da identidade nacional em torno do futebol.

A discussão sobre a construção de heróis e vilões no contexto da Seleção Brasileira evidencia que essas figuras simbólicas não surgem de forma espontânea,

mas são produzidas e amplificadas pela cobertura midiática. A escolha de quais fatos destacar, a narrativa empregada e a repetição de certos episódios transformam jogadores em ícones positivos ou negativos, moldando a memória coletiva e fortalecendo elementos da identidade nacional. O advento das redes sociais potencializou esse processo, permitindo a democratização dos debates, com o surgimento de torcedores criadores de conteúdos e influenciadores que participem ativamente da disseminação de narrativas, mas sem eliminar a influência central dos veículos tradicionais, que continuam definindo enquadramentos e legitimando interpretações.

No capítulo a seguir se focará na análise da cobertura de situações de duas Copas em específico, a de 2002 e a de 2006 onde se entende que o discurso midiático foi capaz de construir percepções em favor e/ou contrárias a atuação de atletas contribuindo para formação de um imaginário social a partir do poder da imprensa.

4 CONSTRUÇÃO DE HERÓIS E VILÕES NO ESPORTE

A narrativa esportiva frequentemente atribui vocábulos como heróis e vilões, utilizando metáforas de batalha, glória e tragédia para dar sentido e transmitir ao público a relevância dos acontecimentos em campo. No contexto da Seleção Brasileira, essas construções simbólicas são recorrentes e refletem tanto momentos de êxtase quanto de frustração coletiva. Atletas como Pelé, em 1970, e Romário em 1994, foram alçados a ídolos nacionais por suas atuações decisivas em conquistas mundiais, tornando-se ícones que para a construção simbólica da mídia transcendem o esporte. Em contrapartida, personagens como Barbosa em 1950, Zico em 1986 e Felipe Melo em 2010, foram estigmatizados como vilões, carregando a culpa das derrotas e sendo lembrados, muitas vezes, de maneira pejorativa pela opinião pública.

Figura 7: Pelé é carregado por torcedores após a conquista da Copa do Mundo de 1970



Fonte: ESPN Brasil, disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/copa-do-mundo/artigo/_id/11417258/por-que-pele-1967-jurou-nao-jogaria-copa-do-mundo-de-1970 - Acessado em 30 de outubro de 2025

É importante destacar que essas figuras não emergem de forma espontânea, elas são construídas e amplificadas pela mídia, que atua como mediadora entre o acontecimento esportivo e o público. A escolha do que noticiar, a forma de narrar os lances e a ênfase dada a determinados episódios funcionam como filtros que definem quais personagens se consolidarão como protagonistas ou antagonistas. Nesse sentido, a mídia não apenas transmite os fatos, mas os interpreta, atribuindo sentidos

que ultrapassam a dimensão esportiva. Esse processo, muitas vezes, transforma erros ou acertos pontuais em símbolos duradouros, que passam a representar vitórias gloriosas ou derrotas traumáticas. Assim, um gol decisivo pode projetar um jogador ao status de ídolo eterno, enquanto uma falha em momentos cruciais pode marcá-lo de forma negativa por toda a vida.

Exemplos ilustram esse mecanismo. Em 2002, a cobertura televisiva e jornalística reforçou a imagem de Ronaldo como herói nacional após marcar os dois gols da final contra a Alemanha, ressaltando sua superação após graves lesões e sua contribuição decisiva para o pentacampeonato.

4.1 A ressurreição de um herói nacional, Ronaldo Fenômeno em 2002

Na copa de 1998, mais especificamente na final contra a França, o Brasil foi derrotado por 3 a 0 em uma partida marcada pelo episódio de convulsão sofrida por Ronaldo horas antes do jogo. A cobertura da imprensa transformou o fato em um drama nacional, convertendo o jogador em personagem central de uma derrota que ultrapassou o campo esportivo. Entre 1999 e 2001, uma sequência de contusões o afastou dos gramados e fez com que parte da mídia e da torcida duvidasse de sua capacidade de retorno.

Quando a Copa de 2002 se inicia, a narrativa midiática traz consigo o peso de redenção do atleta, cenário em que uma possível volta ao topo o alçaria como um dos grandes protagonistas do esporte. Porém, uma nova lesão ou falhas individuais, confirmariam o acerto dos mais sépticos que apontavam no atleta uma limitação física.

Durante o torneio, os principais veículos de comunicação, especialmente a Rede Globo, construíram a imagem de Ronaldo como o herói renascido. Reportagens e transmissões destacavam sua superação, com closes em seus cicatrizados joelhos, depoimentos médicos e a confiança transmitida por Felipão. Essa cobertura, como observa Helal (2001), exemplifica o papel do jornalismo esportivo na produção de significados culturais. Mais do que narrar o jogo, a mídia molda os símbolos que representam o imaginário coletivo do futebol brasileiro, criando assim cicatrizes em um guerreiro nacional que buscava levar a Seleção de volta ao topo.

Figura 8: Ronaldo aproveita falha do goleiro Oliver Kahn para marcar o primeiro gol da Seleção Brasileira na final diante da Alemanha



Fonte: Terceiro Tempo – UOL, disponível em: <https://terceirotempo.uol.com.br/noticias/achados-perdidos-brasil-derrotava-a-alemanha-e-conquistava-o-penta-ha-22-anos> - Acessado em 30 de outubro de 2025

A narrativa de Ronaldo se insere na estrutura mística descrita por Joseph Campbell (1949) em *O herói de mil faces*, na qual o herói enfrenta a queda, passa pela provação e retorna glorioso. A derrota de 1998 e as lesões subsequentes representam a “noite escura” do herói, enquanto o Mundial de 2002 simboliza sua volta triunfal. Essa jornada foi reforçada intensamente pela grande mídia, que transformou Ronaldo em um arquétipo nacional de superação, um espelho do ditado popular que diz “que o brasileiro cai, mas não desiste”.

Ronaldo terminou a Copa como artilheiro, com oito gols, incluindo os dois na final contra a Alemanha. Imediatamente após a conquista, a Rede Globo e outros veículos exaltaram o fenômeno renascido, disseminando expressões como redenção, vingança do destino e volta por cima. O icônico corte de cabelo “cascão”, adotado pelo atleta como uma mudança de foco, já que a mídia noticiaria mais o inusitado corte do que eventuais limitações do atleta nos treinos, ultrapassou o campo esportivo e virou fenômeno cultural, usado por crianças de todo o país, um sinal de como o mito do herói foi absorvido pelo cotidiano.

DaMatta (1997) destaca que o futebol brasileiro é um espaço simbólico de expressão das contradições e esperanças nacionais. Nesse sentido, Ronaldo foi transformado pela mídia em uma figura que representava a identidade do brasileiro resiliente, capaz de superar adversidades e renascer das derrotas. Assim, a Copa de 2002 consolidou não apenas um título esportivo, mas um mito midiático de superação nacional. Aos atletas que protagonizaram a campanha do pentacampeonato, foram alçados a uma prateleira de gratidão por parte da torcida, transcendendo respeito e admiração, independente da rivalidade por clubes.

Figura 9: Ronaldo fenômeno comemorando seu primeiro gol na final contra a Alemanha



Fonte: Globo esporte. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/bodas-de-cristal-globoesportecom-relembra-como-foi-a-final-da-copa-de-2002.ghtml> Acessado em: 30 de outubro de 2025.

O momento ilustrado simboliza a consagração de Ronaldo como herói nacional, marcando sua redenção após as críticas e as frustrações vividas na final de 1998. Sua comemoração tornou-se um ícone da vitória brasileira e um marco na construção da narrativa midiática em torno do “Fenômeno” como símbolo de superação e glória esportiva. A reportagem disponível no link acima reforça a narrativa de herói nacional e foi uma das que serviram de base para a análise de Entman da qual falaremos a seguir.

Figura 10: Rivaldo beija o troféu e Ronaldo é carregado por Vampeta.



Fonte: Blog Casa do Velho, disponível em: https://www.casadovelho.com.br/201f95/copa-2002-jornal-extra-penta-fenomenal-edicao-de-1-de-julho-de-2002?srsId=AfmBOoohr32ngh68C7Br-Q2kG4vTLWhntcm40Er29N46QhR5wsJ_Ssm3

Na imagem, o Jornal Extra faz uma alusão à Ronaldo ao exibir como manchete a frase “Penta Fenomenal”, colocando o apelido do camisa 9 em destaque. Nas ilustrações escolhidas, Rivaldo, vice artilheiro do torneio e capitão da Seleção beija o troféu e Ronaldo carrega uma bandeira do Brasil erguido pelo veterano Vampeta. Ainda na capa encontramos “Ronaldo faz o mundo se render ao futebol 5 estrelas”, afirmando que o protagonista da conquista do pentacampeonato foi Ronaldo, um fenômeno que lhe rendeu seu apelido.

Ao lançarmos mão da análise de Entman, esse enquadramento de endeusamento se torna ainda mais evidente como podemos observar na tabela abaixo:

Tabela 2: Elementos do enquadramento (framing) segundo Entman, (1993), Ronaldo 2002.

Elemento do frame (Entman)	Exemplo aplicado a Ronaldo 2002
Definição do problema	Vitória do Brasil dependia de sua atuação decisiva
Causa/Agente responsável	Ronaldo como protagonista do triunfo
Avaliação moral	Herói que superou adversidades e lesões
Recomendação/Tratamento	Foco na perseverança, disciplina e talento individual

Adaptado pela autora, 2025.

4.2 A construção de um vilão: o caso Roberto Carlos e a “ajeitada no meio”

A Copa do Mundo de 2006, realizada na Alemanha, ficou marcada pelo contraste entre a expectativa criada pela imprensa e o desempenho frustrante da Seleção Brasileira. A então campeã do torneio, a equipe brasileira, era formada por estrelas como Ronaldinho Gaúcho, Kaká, Adriano e Ronaldo, chegou ao torneio cercada de otimismo. A mídia a apelidou de “Seleção Canarinho Galáctica”, em referência direta ao Real Madrid de Zidane e Beckham, alimentando o imaginário da inevitável conquista do hexacampeonato. Essa euforia midiática, centrada na grandiosidade do elenco, tornou a eliminação diante da França, nas quartas de final, ainda mais simbólica e decepcionante.

Figura 11: Seleção Brasileira de 2006, perfilada antes da partida de estreia do torneio contra a Croácia



Fonte: Imortais do futebol, disponível em: <https://imortaisdofutebol.com/selecoes-imortais-brasil-2004-2006> - Acessado em 30 de outubro de 2025

A imagem mostra a Seleção Brasileira perfilada antes da partida de estreia na Copa do Mundo de 2006, contra a Croácia. O elenco, formado por grandes estrelas do futebol mundial, carregava a expectativa de um novo título e o peso da responsabilidade sobre a geração considerada uma das mais talentosas da história. O registro transmite a qualidade individual dos jogadores, que atribuía a Seleção uma grande expectativa no torneio.

Nesse contexto, a imprensa construiu uma narrativa de responsabilização que elegeu Roberto Carlos como o principal vilão do fracasso. No lance do gol decisivo de Thierry Henry, o lateral foi flagrado pelas câmeras “ajeitando o meio”, momento que passou a ser repetido exaustivamente nas transmissões da Rede Globo e em programas esportivos subsequentes. O gesto, banal e descontextualizado, foi interpretado como sinal de descomprometimento, tornando-se um símbolo visual da eliminação brasileira. Assim, o episódio foi convertido em metáfora midiática do fracasso coletivo em uma simplificação de um evento complexo de uma narrativa moralmente carregada.

Figura 12: Roberto Carlos assiste à celebração francesa após o gol no lance da suposta ajeitada no meio



Fonte: Blog do Milton Ribeiro, disponível em: <https://miltonribeiro.ars.blog.br/2010/03/10/roberto-carlos-e-um-piadista>

Nesta matéria encontramos o seguinte trecho, “(...) Henry entrava na área brasileira para marcar o gol que eliminaria o Brasil, Roberto Carlos arrumava a meia. Desta forma, percebemos que além da grande mídia detentora dos direitos transmissivos no caso a Globo e seu narrador Galvão Bueno, o discurso de ajeitada na meia também foi adotado por outros portais. Criou-se assim no imaginário popular, um marco da eliminação, um lance concreto que representava a falta de atenção e concretizava a derrota de uma das mais fortes gerações da Seleção Brasileira.

Figura 13: Vampeta concede entrevista à Rádio Jovem Pan



Fonte: Jovem Pan, disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/A3rwKqaE4nQ>

Em entrevista à Jovem Pan, o ex-meio campista Vampeta que estava presente no elenco da Seleção de 2006 declarou: "Copa do Mundo de 2006, o Brasil é eliminado pela França e falam que Roberto Carlos estava ajeitando a meia. Você acha que em alguma bola parada, tendo Lúcio, Juan, Dida que é grande, você acha que vai botar o Roberto Carlos pra marcar o Henry?". Isso porque o narrador fala com todo mundo escutando pela mesma emissora, que o outro (Roberto Carlos) deixou o Henry sozinho e foi ajeitar a meia."

Esse depoimento é crucial para compreendermos a percepção dos atletas inseridos na partida. O trecho em que Vampeta argumenta sobre as outras peças defensivas do elenco, praticamente anula a culpa atribuída à Roberto Carlos, corroborando para a teoria de que se criou por meio de uma narrativa a argumentação da falha na ajeitada de meia.

Tabela 3: Elementos do enquadramento (framing) segundo Entman, (1993), Roberto Carlos.

Elemento do frame (Entman)	Exemplo aplicado a Roberto Carlos – Copa de 2006
Definição do problema	A eliminação do Brasil na Copa de 2006 foi atribuída a uma falha individual durante o gol de Henry nas quartas de final.
Causa/Agente responsável	Roberto Carlos é apontado como responsável direto por se posicionar incorretamente, ajustando o meio enquanto o lance se desenvolvia.
Avaliação moral	Retratado pela mídia como símbolo de desatenção e falta de comprometimento tático, tornando-se o “vilão” da derrota.
Recomendação/Tratamento	Necessidade de maior disciplina coletiva e comprometimento defensivo; crítica à falta de foco de jogadores experientes.

Adaptado pela autora, 2025.

Durante a transmissão da partida, Galvão Bueno destacou o movimento do jogador, reforçando a ideia de falha individual. Nos dias seguintes, comentaristas como Renato Maurício Prado e outros veículos, como o portal Trivela, reiteraram a frase “a culpa é de Roberto Carlos”, consolidando o enquadramento narrativo da culpa. Essa repetição demonstra o poder da mídia em selecionar e amplificar símbolos que personificam emoções coletivas, conforme observa Helal (2001) ao tratar da função cultural do jornalismo esportivo. Ao concentrar a responsabilidade em um personagem, a cobertura midiática cria um enredo facilmente assimilável pelo público e uma busca por culpados que dialoga com a lógica dramática do futebol brasileiro.

O próprio Roberto Carlos contestou essa versão, anos depois, em entrevista à *Fox Sports Rádio*. O jogador ironizou Galvão Bueno, afirmando:

“Depois que eu falar com o Galvão, eu te respondo. [...] Primeiro, ele não estava no vestiário, segundo que ele não sabe da preleção, terceiro, que ele não sabe meu posicionamento no campo. [...] É uma mentirada danada.”

Em outra ocasião, reforçou a crítica:

“Eu já sabia o que tinha que fazer e meu treinador chamava-se Parreira ou Zagallo, não era Galvão Bueno. Galvão inventou uma história lá do jeito dele.”

Figura 14: Roberto Carlos relata choro de sua mãe por conta das falas de Galvão Bueno, narrador da Globo no jogo entre Brasil e França



Fonte: Canal Peleja, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3Sop8J8IC-M> – Acessado em 30 de outubro de 2025

As falas de Roberto Carlos revelam um embate entre duas versões de um mesmo acontecimento. A narrativa midiática, moldada pela repetição e pelo impacto visual, e a narrativa do próprio atleta, apagada pelo discurso dominante. Essa assimetria reflete o que DaMatta (1997) chama de “drama social do futebol”, no qual vitórias e derrotas são traduzidas em valores morais e afetivos, desta forma surge o herói e o vilão como expressões simbólicas de uma coletividade.

A “ajeitada no meio”, portanto, ultrapassa o campo esportivo e se consolida como um símbolo midiático do fracasso. O gesto se transformou em metáfora popular para desatenção ou incompetência, mostrando como o jornalismo esportivo é capaz de fixar imagens no imaginário nacional. Assim, enquanto Ronaldo Nazário foi elevado ao status de herói em 2002, Roberto Carlos foi condenado à condição de vilão em 2006, dois polos complementares de uma mesma lógica narrativa, na qual a mídia atua como mediadora das paixões e das emoções que definem o futebol brasileiro.

Apesar de já ter sido mencionado vale trazer uma perspectiva um pouco mais detalhada de Galvão Bueno que por 41 anos foi o narrador oficial esportivo da Rede Globo, maior emissora de transmissão aberta no País. Galvão Bueno foi a principal figura midiática em torno da Seleção Brasileira. Ao longo de sua trajetória, ultrapassou a função tradicional de narrador esportivo ao incorporar elementos típicos do

comentarismo em suas transmissões. Mais do que descrever os lances, ele interpretava os acontecimentos, opinava sobre decisões táticas, exaltava desempenhos e criticava atuações, assumindo um papel ativo na construção da narrativa.

Galvão Bueno narrou 12 Copas do Mundo pela TV Globo, sendo um dos narradores com a carreira mais longa em transmissões do torneio. Sua voz marcante e suas intervenções emocionais transformavam a narração em um espetáculo opinativo, no qual ele conduzia o público não apenas pelo que via em campo, mas também pelo que deveria sentir e pensar sobre o jogo. Dessa forma, Galvão tornou-se um personagem central na forma como o público percebia o futebol brasileiro, misturando emoção, análise e nacionalismo em suas transmissões.

4.3 Heróis e vilões, a lógica midiática na construção das narrativas da Seleção Brasileira

As Copas de 2002 e 2006 revelam dois momentos distintos, porém complementares, na forma como a mídia esportiva brasileira constrói suas narrativas sobre a Seleção, como ocorre a exaltação do herói e a condenação do vilão. Em ambos os casos, o tratamento midiático ultrapassou o relato factual e assumiu um papel simbólico na formação da percepção pública. Ronaldo e Roberto Carlos tornaram-se arquétipos opostos de uma mesma estrutura narrativa, com o triunfo e o fracasso convertidos em dramas nacionais.

Em 2002, a imprensa construiu a imagem de Ronaldo como o herói da redenção, símbolo da superação e da fé no renascimento. Sua trajetória foi enquadrada segundo a lógica do mito, em que o protagonista vence a adversidade e reconquista o lugar de glória. Já em 2006, Roberto Carlos foi transformado em símbolo do descuido e da decepção, representando a personificação da derrota. Essa oscilação entre a glorificação e a culpabilização mostra como o jornalismo esportivo atua dentro de uma lógica de personificação das emoções coletivas, simplificando fenômenos complexos em histórias que evocam empatia ou repulsa.

De acordo com Helal (2001), o futebol, enquanto espetáculo midiático, não é apenas uma prática esportiva, mas um discurso social que espelha valores, tensões e ideais da cultura brasileira. A mídia, ao transformar jogadores em personagens, desempenha um papel central nesse processo, construindo heróis e vilões de acordo com as expectativas e frustrações da nação. DaMatta (1997) complementa essa visão ao afirmar que o futebol no Brasil é uma metáfora da própria sociedade, um espaço simbólico em que o povo projeta suas emoções, esperanças e dilemas morais.

O caso de Ronaldo representa a vitória do “brasileiro que não desiste”, reforçando a ideia de resiliência e superação, traços identitários frequentemente exaltados pela imprensa e internalizados pelo público. Por outro lado, o caso de Roberto Carlos ilustra a necessidade de encontrar culpados individuais para derrotas coletivas, fenômeno recorrente nas narrativas esportivas brasileiras. A repetição midiática de cenas e expressões, como a “ajeitada no meio”, revela a busca por ícones visuais que simplifiquem a complexidade de um jogo em símbolos de falha ou sucesso.

Essa dualidade entre herói e vilão evidencia a força da mídia como agente narrador da memória esportiva nacional. Ao selecionar quais histórias contar e como contá-las, os veículos moldam o imaginário popular e influenciam a forma como o torcedor percebe a Seleção. No fim, mais do que vitórias ou derrotas, o que permanece é a narrativa, nela o herói e o vilão são faces de uma mesma necessidade simbólica de dar sentido à paixão do brasileiro pelo futebol e pelo espetáculo que é uma Copa do Mundo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo compreender de que maneira a mídia esportiva contribui para a construção das narrativas em torno da Seleção Brasileira, destacando o papel dos grandes veículos de comunicação na criação de heróis e vilões que influenciam a percepção do público. Ao longo da pesquisa, foi possível observar que o futebol, mais do que um esporte, constitui um espaço simbólico em que se refletem valores, emoções e identidades da sociedade brasileira.

No primeiro capítulo, foi levantado um histórico da cobertura midiática nos esportes desde os primórdios das transmissões esportivas no início do século XX. Discutiu-se a importância da mídia como agente social e formadora de sentidos, com base em autores que exploram a relação entre esporte, comunicação e cultura. Essa fundamentação teórica foi essencial para compreender como os discursos midiáticos ultrapassam o campo esportivo e se inserem na construção de representações sociais.

O segundo capítulo analisou o processo de construção da imagem da Seleção Brasileira ao longo do tempo, evidenciando como as vitórias e derrotas são narradas a partir de um enredo emocional e moral. Os meios de comunicação, ao buscarem manter o interesse do público, constroem personagens que encarnam virtudes e defeitos nacionais, transformando jogadores em ídolos ou culpados conforme o resultado esportivo.

Já o terceiro capítulo apresentou estudos de caso que ilustraram de forma concreta essas dinâmicas narrativas. A cobertura da Copa do Mundo de 1998, por exemplo, mostrou como Ronaldo Nazário foi inicialmente tratado como vilão pela derrota, enquanto a conquista de 2002 o reconstruiu alçando ao status de herói nacional. Esses episódios evidenciam o poder simbólico da mídia em redefinir a imagem da Seleção e de seus protagonistas, reforçando arquétipos que dialogam com o imaginário coletivo brasileiro.

Dessa forma, conclui-se que a mídia esportiva exerce papel central na formação da memória e da identidade relacionadas ao futebol no Brasil. Suas narrativas não apenas informam, mas também emocionam, moldando percepções e afetos que ultrapassam o campo de jogo. A Seleção Brasileira, portanto, torna-se um

espelho da nação e ao mesmo tempo um palco onde se projetam esperanças, frustrações e símbolos de pertencimento.

Por fim, acredita-se que compreender essas construções midiáticas é fundamental para refletir sobre o papel social do jornalismo esportivo e suas responsabilidades diante do público. Novas pesquisas podem aprofundar essa análise, especialmente considerando o contexto contemporâneo das redes sociais, no qual a velocidade e a multiplicidade das narrativas ampliam ainda mais o poder da mídia sobre o imaginário popular.

6 REFERÊNCIAS

BEATRIZ NASCIMENTO. Quilombos: territórios de liberdade e resistência. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.

BELLÓ, José Carlos. História do futebol brasileiro. São Paulo: Contexto, 2002.

BISPO, Nêgo. Cosmofilia e cultura afro-brasileira. Salvador: Edufba, 2003.

BNCC – Base Nacional Comum Curricular. Educação Infantil e Ensino Fundamental. Brasília: MEC, 2018. Disponível em: <https://basenacionalcomum.mec.gov.br>. Acesso em: 27 out. 2025.

BLOG DO ACERVO – O Globo. Romário chora em coletiva de imprensa, após ser cortado da Copa da França de 1998. Disponível em: <https://oglobo.globo.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

BBC. Cobertura internacional da Copa de 1994. Disponível em: <https://www.bbc.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

CAMPBELL, Joseph. The Hero with a Thousand Faces. Princeton: Princeton University Press, 1949.

CASTRO, Vicente. O futebol no Brasil: da origem à consolidação. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1994.

CORREIO BRAZILIENSE. Cobertura sobre a tatuagem de Richarlison em homenagem a Neymar e Ronaldo. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br>. Acesso em: 27 out. 2025.

DAMATTA, Roberto. Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

ESPN. Brazil national football team and Tite blew their chance at World Cup glory in 2022. ESPN India, 9 dez. 2022. Disponível em: https://www.espn.in/football/story/_/id/37634734/brazil-tite-blew-vs-croatia-world-cup-quarterfinal. Acesso em: 31 out. 2025.

DAMO, Arnaldo. Futebol e sociedade: impactos da Segunda Guerra Mundial. São Paulo: Humanitas, 2002.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

FERREIRA, Ana Paula; SOUZA, Carla. Ensino de Geografia e experiências do entorno escolar. São Paulo: Cortez, 2015.

FUTBOX.com. Escudo da CBF de 1981. Disponível em: <https://www.futbox.com.br>. Acesso em: 27 out. 2025.

FOX SPORTS RÁDIO. Entrevista com Roberto Carlos sobre a Copa do Mundo de 2006. Disponível em: <https://www.foxsports.com.br>. Acesso em: 27 out. 2025.

GOFFMAN, Erving. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

GUERREIRO, Gabriela. Em resposta a Bolsonaro, Senado inclui 'feminicídio' no Código Penal. Folha de São Paulo, 2014. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/12/1563964-em-resposta-a-bolsonaro-senado-tipificacao-o-crime-de-feminicidio.shtml>. Acesso em: 27 out. 2025.

JOVEM PAN. Roubo da taça Jules Rimet é até hoje cercado de mistério e os envolvidos tiveram mortes trágicas. São Paulo: Jovem Pan, 20 dez. 2023. Disponível em: <https://jovempan.com.br/opiniao-jovem-pan/comentaristas/thiago-uberreich-comentaristas/roubo-da-taca-jules-rimet-e-ate-hoje-cercado-de-misterio-e-os-envolvidos-tiveram-mortes-tragicas.html>. Acesso em: 30 out. 2025.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Luiz. Jornalismo esportivo no Brasil: das origens ao rádio. São Paulo: Summus, 2001.

LANCE!. Copa do Mundo de 1934 – Brasil sai de primeira. Disponível em: <https://www.lance.com.br>. Acesso em: 27 out. 2025.

LOPES, José. Futebol e sociedade: práticas esportivas e mídias. São Paulo: Contexto, 2009.

LOPES, Marcelo. Seleção Brasileira de Futebol: história e memória. Rio de Janeiro: Record, 2014.

LOS ANGELES TIMES. Reportagem sobre o roubo da Taça Jules Rimet. Disponível em: <https://www.latimes.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

MEMÓRIA GLOBO. Copa do Mundo dos Estados Unidos – 1994. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/copa-do-mundo-dos-estados-unidos-1994/>. Acesso em: 30 out. 2025.

MOURA, Roberto; GUIMARÃES, Carlos. História do Futebol Brasileiro: dos primórdios ao Maracanazo. São Paulo: Contexto, 2002.

MC COMBS, Maxwell; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176–187, 1972.

O GLOBO. Ronaldo brilha e leva Brasil ao pentacampeonato. Rio de Janeiro: O Globo, 30 jun. 2002.

O GLOBO. Ladrões entraram na CBF e roubaram a Jules Rimet, em 19 de dezembro de 1983. Rio de Janeiro: O Globo, 19 dez. 2013. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/fatos-historicos/ladros-entraram-na-cbf-roubaram-jules-rimet-em-19-de-dezembro-de-1983-11083387>. Acesso em: 30 out. 2025.

O DIA / O GLOBO. Jornais datados de 9 de julho de 2014, um dia após a derrota do Brasil diante da Alemanha, por 7 a 1. Disponível em: <https://odia.ig.com.br> e <https://oglobo.globo.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

O DIA. Tetra 30 anos: o passado e o presente de um jejum de mais de duas décadas. 2024. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/esporte/2024/07/6881543-tetra-30-anos-o-passado-e-o-presente-de-um-jejum-de-mais-de-duas-decadas.html>. Acesso em: 30 out. 2025.

PLANO DE AULA ANTIRRACISTA. BNCC. Disponível em: https://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518_verseofinal_site.pdf. Acesso em: 27 out. 2025.

REDE GLOBO / GALVÃO BUENO. Transmissão da Copa do Mundo de 2006, partida Brasil x França, quartas de final. Disponível em: <https://globoplay.globo.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

RIBEIRO, Alessandra S. Pesce. Teorias sociológicas feministas: uma breve introdução. Curitiba: InterSaber, 2018.

SANTOS, Fernando. Cobertura jornalística do futebol no Brasil (1930–1950). Rio de Janeiro: FGV, 2010.

SILVA, J. O futebol e a construção da identidade nacional. Rio de Janeiro: Editora Exemplo, 2021.

SOARES, Antônio Jorge Gonçalves; BARTHOLO, Tiago Lisboa; SALVADOR, Marcos. A imprensa e a memória do futebol brasileiro. Revista Portuguesa de Ciências do Desporto, v. 7, n. 3, 2007. Disponível em: <https://scielo.pt/pdf/rpcd/v7n3/v7n3a11.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

SOUZA, Daniella Silva de. O feminicídio e os jornais. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade XYZ, 2014.

SOUZA, R. Jornalismo esportivo no Brasil: da elite ao público popular. São Paulo: Editora Exemplo, 2015.

TERRA. Taça Jules Rimet foi roubada duas vezes e recuperada apenas uma: conheça a história. São Paulo: Terra, 21 dez. 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/taca-jules-rimet-foi-roubada-duas-vezes-e-recuperada-apenas-uma-conheca-historia,f7efd332995530f29c121b35f8fa078f22p712yp.html>. Acesso em: 30 out. 2025.

THE GUARDIAN. Reportagens sobre o roubo da Taça Jules Rimet. Disponível em: <https://www.theguardian.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

THE NEW YORK TIMES. Cobertura da Copa de 1994. Disponível em: <https://www.nytimes.com>. Acesso em: 27 out. 2025.

THE TRIBUNE. Brazilians wept when France crushed Brazil 3-0 in the World Cup final. The Tribune India, 14 jul. 1998. Disponível em: <https://www.tribuneindia.com/1998/98jul14/sports.htm>. Acesso em: 31 out. 2025.

TRIVELA. Cobertura e análise do lance de Roberto Carlos na Copa do Mundo de 2006. Disponível em: <https://trivela.com.br>. Acesso em: 27 out. 2025.

WIKIPEDIA. Brasil na Copa do Mundo FIFA de 1934. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Brasil_na_Copa_do_Mundo_FIFA_de_1934. Acesso em: 27 out. 2025.

WIKIPEDIA. Leônidas da Silva. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Leônidas_da_Silva. Acesso em: 27 out. 2025.

YOUTUBE – Canal Peleja. Fotografia que ilustra o momento em que Roberto Carlos “ajeita o meio” e Henry se projeta livre para finalizar e marcar o gol da Seleção Francesa. 2025. Recorte da autora.