

Uma revisita à era de ouro do futebol: quando os títulos do passado têm de ser driblados pelo *hegemon* do mercado

A Golden Football Review: When the Titles of the Past Have to be Dribbled by the *Hegemon* Market

Sérgio Montero Souto

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro/Brasil
Doutor em Comunicação, UFF
E-mail: sms306406@hotmail.com

RESUMO: A decisão da Confederação Brasileira de Futebol de equiparar, em 2011, os títulos da Taça Brasil e do Torneio Roberto Gomes Pedrosa/Taça de Prata (1959 a 1970) com os títulos do Campeonato Brasileiro, disputado a partir de 1971, trouxe um novo recorte à memória do futebol brasileiro. Uma contenda que nos remete às reflexões de Michael Pollak sobre o problema da identidade social em situações-limite. Assim, este trabalho não se deteve, centralmente, na releitura da historiografia que levou ao reconhecimento daqueles títulos nem, também, na argumentação dos que, apesar da decisão da CBF, continuam a contestá-los. O foco é outro: a disputa entre valores de “mercado” e da “tradição” no futebol brasileiro, tendo como pano de fundo os esforços de parte do jornalismo esportivo em forjar um novo *hegemon* a partir dos paradigmas do primeiro, em lugar dos méritos esportivos, geralmente, aceitos pelos sujeitos desse universo.

PALAVRAS-CHAVE: Memória; Hegemonia; Mercado.

ABSTRACT: The decision of the Brazilian Football Confederation (CBF) to equate, in 2011, the titles the Brazilian Cup and the Roberto Gomes Tournament Pedrosa/Taça de Prata (1959 to 1970) to the versions of the Brazilian Championship, disputed from 1971, brought a new cutting to the memory of Brazilian football. A controversy that brings us the reflections of Michael Pollak on the problem of social identity in borderline situations. Therefore, this work neither intends to focus centrally on the re-reading of the historiography that led to the recognition of those titles nor in the arguments of those who, despite the decision of the CBF, continue to contest them. The focus is another: the dispute between values of “market” and “tradition” in Brazilian football. All of this, having as backdrop the efforts by sports journalism to forge a new *hegemon* from the paradigms of the first, rather than the sporting merits, generally accepted by the subjects of this universe.

KEYWORDS: Memory; Hegemony; Market.

A LUTA PELA SOBREVIVÊNCIA DA MEMÓRIA

Para entender melhor a materialização da polarização apresentada neste artigo, recorre-se a uma analogia das reflexões de Michael Pollack sobre grupos sobreviventes com o mundo do futebol, no qual clubes, torcedores e dirigentes lutam pela sobrevivência das memórias de suas instituições, todas centenárias, em meio ao efeito avassalador dos valores de “mercado”. Estes, em lugar de critérios esportivos – geralmente, aceitos pelos integrantes desse mundo – socorrem-se, cada vez mais, a novas unidades de medida, como tamanho das torcidas, números de partidas exibidas pela televisão, faturamento dos clubes. O reconhecimento, pela CBF, das conquistas daquela outra era também embaralha a disputa pelo *hegemon*,¹ ao recuperar uma determinada memória que parecia destinada ao apagamento ou a ser tratada como pertencente a outro universo por uma parte da mídia esportiva.

Ao analisar o problema da identidade social em situações-limite, Pollak (1992) deparou-se com uma questão-chave: observou que a ameaça de extinção física – inscrita na idade avançada dos seus integrantes – introduzia uma urgência na necessidade do compartilhar uma história dos investigados que, se não fosse atendida, corria o risco de esgotar-se com o fim da existência dos integrantes do grupo. Observou, ainda, que os investigados eram impelidos a falar sobre as suas memórias para evitar que a tragédia do holocausto se repita.

Nesse revisita ao passado, enfrentam seus próprios medos e seus constrangimentos, variáveis conforme os posicionamentos adotados na experiência vivida no holocausto e a memória construída do seu próprio papel e do subgrupo em que se inscrevem. Sua evocação remete a uma sensação de pertencimento a um

¹ A questão do *hegemon* aqui é abordada a partir da perspectiva de estudo de minha autoria (SOUTO, 2018), que coteja a assimetria entre a diferença da audiência das partidas do Flamengo transmitidas pela TV Globo, 2017, em relação a Botafogo, Fluminense e Vasco, com o total de jogos exibidos e o valor da cota paga pela emissora. Verificou-se que, enquanto a diferença desta pode chegar a 900%, a distância da audiência média do Flamengo para o segundo colocado – o Botafogo – ficou em apenas 25%. A Globo, porém, transmitiu até 100% mais partidas do rubro-negro em relação ao segundo colocado neste quesito – o Vasco – e 100% mais sobre o terceiro colocado em audiência. Mostra-se, ainda, que o ranking do *Lance!* – cujo grupo lançou, em 2008, um diário, “Vencer”, voltado exclusivamente ao clube da Gávea – indicou que, em dez anos, o Flamengo venceu apenas dois torneios nacionais. No mesmo intervalo, o Internacional, que encabeça esse ranking, tem cinco títulos internacionais oficiais; o Corinthians, três conquistas nacionais e três internacionais, e o Santos, três troféus internacionais.

tempo que se pretende, de alguma forma, estabilizado – ainda que sujeito a adaptações – e à permanência de um aspecto essencial da memória de um grupo.

Ainda que em outras formas e proporções, tais características são encontráveis no processo de recuperação da memória do futebol brasileiro anterior a 1971, recorte que, em determinado momento, passou a ser considerado pelo jornalismo esportivo e pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) como marco zero da primeira competição nacional que daria direito a seus vencedores, a partir de então, de serem tratados como os únicos campeões brasileiros.

A singularidade implícita nesse recorte implicava, sem que isso fosse explicitado num primeiro momento, o rebaixamento dos títulos anteriores, até, então, reconhecidos, pela então CBD, antecessora da CBF, e pela mídia esportiva – como comprovável pelo farto material de época – como campeões brasileiros. Ser campeão nacional era, ainda, condição indispensável e única para ser o representante do Brasil na Taça Libertadores, que teve sua primeira edição em 1960. Seu aparecimento foi o que demandou a criação de um campeonato nacional para representar o país naquela competição.

Com o passar do tempo, a escolha do recorte a partir de 1971 passou a implicar, além da revogação do reconhecimento dos títulos, o apagamento dos feitos anteriores dos clubes e ídolos daquele período. Ou seja, a escolha do novo marco zero, mais do que vedar o reconhecimento do mesmo direito aos campeões anteriores a 1971, revogava tal condição, embora, este tivesse sido, não apenas oficializado pelas entidades esportivas da época, como estampado em manchetes do jornalismo esportivo. O soterramento da memória pré-1971 não acarretou, porém, que o jornalismo esportivo negasse, ao menos abertamente, que tal período integra a era de ouro do futebol brasileiro, quando o país, conquistou, entre 1958 e 1970, três das quatro Copas do Mundo das quais participou.

Tais feitos mudaram, não apenas interna, mas, também, externamente a percepção sobre o futebol brasileiro, que passou a ser considerado sinônimo de excelência e títulos. Embora, os feitos mencionados acima refiram-se à seleção brasileira, os clubes brasileiros, no mesmo período, obtiveram conquistas expressivas, também, no exterior e seus craques eram considerados como os principais do mundo, com destaque para Pelé e Garrincha.

Até hoje, não são muito explícitas as razões pelas quais, em algum momento, o jornalismo esportivo deixou de considerar os vencedores dos campeonatos disputados entre 1959 e 1970 campeões brasileiros, embora, naquele período, essa forma de tratamento fosse “divulgada a milhões de pessoas através dos veículos mais importantes da imprensa nacional”: “Até o popular ‘Canal 100’, documentário que levava a emoção e a beleza do futebol a cinemas de todo o país, transmitia a mesma mensagem”.²

Uma das hipóteses levantadas por Odir Cunha, autor do dossiê que serviu de base para a equiparação daqueles títulos ao de campeão brasileiro, é que a revista *Placar*, lançada em março de 1970 e principal publicação esportiva do país durante cerca de duas décadas, não teria interesse em valorizar um período do futebol brasileiro anterior a sua existência. Válida ou não a hipótese, a revista, durante longo período, não tratou como campeonatos brasileiros os títulos anteriores a 1971. Isso embora, curiosamente, a manchete do número 41 da mesma revista tenha sido: “O Flu é campeão do Brasil” (*Placar*, 25/12/1970). Na mesma edição, a *Placar* publicou o tradicional pôster do time campeão de 1970 da Taça de Prata, uma das três nomeações adotadas no período entre 1959 e 1970.

Ao mudar o ranking do futebol no país, a equiparação dos títulos da era dourada provocou efeitos político-esportivos e de ordem simbólica, fornecendo novo colorido a alimentar a jocosidade das torcidas, o que, também, ajuda a explicar a resistência dos simpatizantes dos clubes sem títulos naquele período a reconhecerem essa nova ordem.³

Popularizada, na antropologia, pelo clássico artigo de Marcel Mauss (1926), “As relações jocosas de parentesco”,⁴ a noção de “relação jocosa” tem, porém, como lembra Édison Gastaldo (2010), origem em obras anteriores de Robert Lowie e Radcliffe-Brown.

² CUNHA. *Dossiê Unificação dos títulos brasileiros a partir de 1959*, 2009, p. 8.

³ Santos (seis) e Palmeiras (quatro) foram os que mais avançaram posições, alcançando com os títulos obtidos nos anos seguintes ao reconhecimento um total de oito e dez conquistas, respectivamente, até 2019. Botafogo, Fluminense, Bahia e Cruzeiro, todos com um título cada, também avançaram posições no ranking de clubes campeões brasileiros.

⁴ Publicado no Brasil em 1979, no volume a ele dedicado na coleção “Grandes Cientistas Sociais”, sob o título “As relações jocosas de parentesco”.

Gastaldo identificou na etimologia inglesa (*joking relationships*) nos textos de Radcliffe-Brown uma possibilidade interessante para ampliar o uso do conceito a grupos de indivíduos sem parentesco e membros de tribos de clãs distintas. Para isso, introduziu alguns condicionantes conforme uma sociedade na qual a relação com o futebol tem forte papel simbólico, capaz de, ainda que por apenas 90 minutos, suspender, ou ao menos nuançar, as fortes assimetrias que marcam as relações sociais no nosso país.

Partindo da percepção de que, no futebol, as relações jocosas são um jogo paralelo aos jogos dos clubes, que implicam a aceitação tácita por parte de “quem ‘sacaneia’, ‘goza’, ‘toca flauta’ ou ‘corneta’, hoje, a possibilidade de ser a vítima de amanhã...”. Gastaldo observa que tal condição, articulada à sequência intermitente de campeonatos e torneios, estabelece um fluxo cotidiano de motivos para a permanência da interação jocosa entre pares relacionais.⁵

E define três elementos constituintes da “gramática interacional” nas relações jocosas: “qualificação dos participantes”; “conhecimento de fundo”; e “dinâmica do desafio”. A qualificação é pré-requisito indispensável, entendida como a necessidade da presença de ao menos um torcedor de um dos times envolvidos ou contra um dos times envolvidos. A qualificação do torcedor pode envolver quatro equipes, sendo duas fixas e duas variáveis: a) a favor do próprio time; b) contra o rival – geralmente local, eventualmente ou circunstancialmente, nacional; c) contra o adversário do seu time; d) a favor do adversário do time local.

Observe-se, acessoriamente, a erupção de um fenômeno mais recente, não capturado pela pesquisa de Gastaldo: para alguns torcedores, particularmente em decisões ou partidas eliminatórias, a celebração da derrota do rival pode ser mais intensa do que a vitória do próprio time, constituindo-se, ainda, em um forte componente do capital simbólico nas jocosidades entre as torcidas. Tal fenômeno, que, em vez de se desacelerar, tem se intensificado, dando pistas importantes sobre novas tensões sociais e da violência contemporânea. Também sinaliza uma reação à crescente partidarização do jornalismo esportivo, ou pelo menos, como é assim

⁵ GASTALDO. As relações jocosas futebolísticas, 2010, p. 311-325.

percebido por torcedores de times que se consideram desprestigiados na cobertura da imprensa, como se pode constatar num breve passeio pelas redes sociais.

O conhecimento de fundo revela que, para além dos jogos recentes, existe uma memória dos confrontos, estatísticas, partidas inesquecíveis, colocação na tabela, títulos, participação em campeonatos, previsões (sensatas ou não) etc. É elemento distintivo na qualificação dos participantes das interações jocosas, por permitir diferenciar o torcedor do simpatizante, sendo este considerado sujeito que mantém relação simbólica mais fraca com o clube.

Por fim, a dinâmica do desafio, que pode envolver apostas (em dinheiro ou não), desafios, bravatas, cumpre importante papel na animação das relações de jocosidade, tanto antes quanto depois das partidas. Quanto maior a escalada da gozação pré-jogo, maior o nível de exposição do gozador, na derrota, mas, também, maior seu capital simbólico em caso de vitória. Dessa forma, nesse jogo dentro do jogo, o grau de envolvimento é regulado pelo participante, estando diretamente relacionado ao nível da aposta e do envolvimento afetivo. Nesse universo, de regras não escritas, mas compreensíveis por todos, pagar as apostas, em caso de derrota, é cláusula pétrea do código de honra das relações jocosas, com seu descumprimento podendo desqualificar o jogador nas futuras interações.

Gastaldo conclui que o principal valor pedagógico desses jogos é a lição de que saber ganhar e perder é parte da vida. Mas existe um outro jogador que, embora formalmente ausente, informa fortemente a dinâmica das relações de jocosidade entre as torcidas: o jornalismo esportivo. Menos prisioneira das amarras da objetividade jornalística do que as outras editorias, a seção de esportes está mais livre para adjetivar, qualificar ou desqualificar, e até dar notas a jogadores, treinadores e árbitros.

Como se sabe, embora apresentadas como escolhas “neutras” e baseadas na objetividade, as decisões dos jornalistas implicam escolher, entre várias versões da realidade, quais devem vir à tona, em detrimento das que devem ser descartadas, exercendo assim o papel de *gatekeepers*. Ao decidir que uma determinada era do futebol brasileiro não seria comparável a outra, o jornalismo esportivo faz escolhas que vão muito além de informar e animar a jocosidade entre as torcidas.

Curiosa e significativamente, o discurso contemporâneo da imprensa brasileira sobre a memória pré-1971 é, não apenas contraditório, como antagônico com a forma como o jornalismo da época tratou aqueles campeonatos e aqueles campeões. Embora contrarie princípios caros ao jornalismo, como a objetividade, esse giro de posições não deve ser tratado, centralmente, como má-fé ou deformação. Como visto com Pollack, a elaboração da memória é processo dinâmico e integrado a contextos sociais determinados. E nessa operação, acrescentamos, os jornais exercem papel central.

Assim, em 08 de dezembro de 1966, por exemplo, o *Jornal dos Sports*, um dos principais veículos de esportes do Brasil no período, estampava na sua capa: “O Cruzeiro é o novo campeão do Brasil, campeão épico e digno, capaz de feito como o de ontem, quando depois de estar perdendo por 2 a 0 para o Santos, no primeiro tempo, reagiu para vencer por 3 a 2”. O entusiasmo do diário carioca sinaliza que o feito do time mineiro não era celebrado apenas pela imprensa do seu estado, sendo saudado pelo jornalismo esportivo de todo o país como o campeão brasileiro daquele ano. O mesmo reconhecimento foi estampado nos jornais da época para todos aqueles campeões, iniciando com o Bahia, em 1959, e finalizando com o Fluminense, em 1970, este como anteriormente mencionado.

Não se deve admirar, no entanto, que o jornalismo esportivo que destacara as conquistas do passado, décadas depois, quando a memória pré-1971 está esmaecida e o futebol brasileiro encontra-se em outro contexto social, ressignifique aqueles campeonatos na história do futebol brasileiro. Como senhores da memória, os jornais se autoconcedem o direito de desconsiderar a necessidade de explicar suas mudanças de conceitos.⁶

Ao mesmo tempo, recorrem a operações discursivas que buscam conciliar o reconhecimento aos feitos dos craques daquele período com o descarte das conquistas que, em grande medida, construíram a reputação daqueles sujeitos, muitos dos quais, ainda, são reverenciados em estádios por torcedores cujos pais sequer eram nascidos no período em que brilhavam nos gramados. É que, se não viram os craques daquela época jogar, certamente, leram sobre seus feitos ou, mais

⁶ LE GOFF. Memória, 1984.

provavelmente, tiveram ouvidos para as histórias orais transmitidas de uma geração para outra.

Pollak se mostra em conformidade com as ideias de Maurice Halbwachs (1990) sobre a memória como um fenômeno coletivo e social, construído coletivamente e sujeito a flutuações permanentes. O autor registra, porém, que o caráter mutante da memória, tanto individual, quanto coletiva, convive com pontos relativamente imutáveis, ou talvez mais bem-dito, que gozam de relativa estabilidade. É como se houvesse “elementos irredutíveis, em que o trabalho de solidificação da memória foi tão importante que impossibilitou a ocorrência de mudanças”.⁷

Nas pesquisas de história de vida, isso é percebido quando as entrevistas revelam que determinados elementos passam a ser sentidos como realidade, constituindo a essência das pessoas, ainda que outros fatos possam ter versões variadas conforme os interlocutores ou os movimentos da fala. Mas mesmo esses “elementos irredutíveis” podem vir a ser questionados, se agentes protagonistas, como os meios de comunicação, a partir de determinados interesses do presente – como o desejo de constituir um novo *hegemon* no futebol brasileiro a partir de valores de “mercado”, como tamanho da torcida e capacidade de arrecadação em lugar da performance esportiva – passam a desconstruir aqueles elementos.⁸

Como mencionado, as entrevistas de Pollak com integrantes de grupos de sobreviventes dos campos de concentração na II Guerra Mundial identificaram que a idade avançada dos seus integrantes adicionava aos seus depoimentos um caráter de urgência no compartilhamento de suas histórias, para que estas não se perdessem. Analogamente, o avanço do paradigma de valores de “mercado” ameaça extinguir – ou ao menos ferir profundamente – uma visão de mundo muito arraigada em setores da nossa sociedade, como os que defendem os valores “tradicionais” do futebol.

Nessa caminhada, os primeiros enfrentam seus próprios medos e constrangimentos, variáveis conforme os posicionamentos adotados na experiência vivida no holocausto e a memória construída do seu próprio papel e do subgrupo em que se inscrevem. Já os defensores dos valores “tradicionalistas” – dos quais a memória de 1959 a 1970 é parte constitutiva fundamental – enfrentam as tentativas

⁷ POLLAK. Memória e identidade social, 1992.

⁸ SOUTO. E 1987 não acabou – penta ou hexa, 2018.

de desqualificação e o estranhamento dos que naturalizam um paradigma que, na sua tentativa de institucionalização, apresenta-se, não como uma determinada visão de mundo, mas como uma coisa dada.

O uso de aspas que cerca as nomeações mercado e tradição não implica tentativa de desqualificação ou juízo de valor sobre as posições em confronto, devendo ser lido como um alerta de que os sentidos reivindicados pelos dois campos não são aqui naturalizados, mas entendidos como processos socialmente construídos e que guardam interseções com outros movimentos para além do universo pesquisado.

Na peleja entre os dois polos, um esboço, ainda que ligeiro, do futebol brasileiro aponta que, até os anos 1990, os valores de “mercado” eram acessórios, ainda que fossem encontráveis indicações mercantilistas anteriores, principalmente a partir dos anos 1980.⁹ Remonta a este período o surgimento, no Brasil, das primeiras propagandas estampadas em camisas de clubes brasileiros e, à década seguinte, as pioneiras transmissões ao vivo de jogos de futebol pela TV aberta para a mesma praça em que são realizados. Tais modificações foram introduzidas na esteira da grave crise financeira dos grandes clubes nacionais, que, para além de dificuldades específicas e administrativas, foram vítimas das duras recessões que castigaram o Brasil nos anos 1980 e 1990, atingindo de formas e intensidades variadas diversos setores do país.

Talvez, por isso, a disputa de narrativas da identidade do futebol brasileiro foi marcada, inicialmente, pela ausência de uma explicitação mais profunda do que representava esse processo, o que impediu, num primeiro instante, uma decantação mais nítida das posições em jogo. Os “tradicionalistas”, apesar de algum barulho produzido na época, tenderam, em geral, a encarar as transformações com um misto de fatalismo – pelas dificuldades financeiras dos clubes e o dinheiro da televisão para transmitir, ao vivo, os jogos dos principais times – e ressentimento. Já os “modernos” não se sentiram tão à vontade, como

⁹ SOUTO. *Mercado e tradição: os colunistas esportivos e a construção da identidade da seleção brasileira de futebol na Copa de 2002*, 2009.

viriam a se mostrar quase dez anos depois, para uma defesa mais enfática das vantagens da adoção de valores de “mercado”.¹⁰

Numa espécie de efeito inercial, porém, os apologistas do “mercado”, aproveitando-se da crise dos clubes, ampliaram, na prática, a ocupação de espaços. Em sintonia com os ventos neoliberais que já sopravam mais fortemente nos anos 1990, os “modernos” tendiam a desqualificar as formas “tradicionais”, bem como toda simbologia associável a este modelo.

Agora, já não se limitavam à defesa da propaganda de empresas nas camisas dos clubes, passando a mudar as cores e os modelos tradicionais eternizados por novos e antigos ídolos. Diante da situação de penúria dos clubes, as mudanças encontraram um nível relativamente baixo de resistência dos que enxergavam neles uma profanação dos “mantos sagrados” de seus times e uma tentativa de esvaziamento dos estádios, com o público que seria “roubado” pela TV.¹¹

Na defesa dos valores da “tradição”, seus defensores recorrem a métodos que guardam analogia com os instrumentos utilizados para preservar a história de grupos cuja sobrevivência encontra-se ameaçada. Se na defesa destes, seus integrantes recorrem a depoimentos e à coleta de histórias de vida, os “tradicionalistas”, para manterem vivos seus valores, também cumprem o papel de “escavadores do passado”. Para recuperarem valores da “tradição”, desenvolvem, nesse processo, uma espécie de historiografia do seu campo, na qual a preservação da memória “tradicionalista” é fortemente ancorada nos feitos do passado, que precisam ser atualizados para se prolongarem no presente. Os feitos do período 1959-70 são partes constituintes importantes desse campo.

Nesta comunicação, mais importante do que reproduzir a polêmica que envolve a equiparação dos títulos de 1959 a 1970 aos obtidos a partir do ano seguinte é entender os processos que informam a construção das diferentes memórias sobre o mesmo objeto e as razões das suas fricções. Por isso, em lugar de revisitar todos os pontos da revisão historiográfica relativas ao período pré-1971, optou-se por eleger três pontos que nos ajudem a compreender melhor os

¹⁰ SOUTO. *Mercado e tradição*, 2009.

¹¹ Para uma análise da disputa entre “tradição” e “mercado” em torno da identidade da seleção brasileira na Copa de 2002, veja SOUTO, 2009.

antagonismos em jogo: o caráter eliminatório dos campeonatos daqueles período; o número de representantes aliado a sua representatividade no futebol brasileiro; e as nomeações dos campeonatos.

Antes de proceder a esse exame, consideramos importante destacar duas questões. Primeiramente, admite-se que, se esses pontos tiveram papel decisivo na construção da narrativa que levou à decisão da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a oficialização dos títulos não encerrou a polêmica entre os dois polos. Em segundo lugar, advoga-se que, para jogar novas luzes sobre o objeto, o exame dos argumentos constituintes dos “tradicionalistas” tem de se dar considerando o novo contexto do futebol brasileiro. Esse é marcado por dois aspectos centrais: o avanço dos valores de “mercado” e a tentativa de constituição de um novo *hegemon* a partir daqueles valores.¹²

É a partir desse novo contexto, que se busca analisar as resistências, por exemplo, à aceitação de que, no fim dos anos 1950 e boa parte dos anos 1960, os principais torneios, não locais, fossem eliminatórios, em vez de pontos corridos. A aceitar tal requisito para constituir um campeão nacional, apenas os campeonatos brasileiros iniciados em 2003, quando a CBF adota o sistema de pontos corridos, poderiam ser assim categorizados. Como a crítica ao período pré-1971 não se estende às disputas entre 1971 e 2002, não temos uma taxionomia baseada em princípios. Da mesma forma, os critérios que socorrem o processo revisionista não são replicáveis quando tratam de competições congêneres dos países europeus ou das outras forças mais tradicionais do futebol sul-americano, como Argentina e Uruguai.

Não existem, nem nesses países, nem no jornalismo esportivo brasileiro, restrições importantes ao reconhecimento de títulos de campeonatos nacionais estrangeiros contemporâneos – ou, em alguns casos, até anteriores – à criação da Taça Brasil, disputados em moldes comparáveis a esta. Na relação de campeões nacionais das federações europeias e das principais forças da América do Sul, estão listados todos os campeões nacionais desde os primórdios daqueles países, independentemente da modalidade da forma de disputa ou do número de participantes.

¹² SOUTO. E 1987 não acabou – penta ou hexa, 2018.

O primeiro campeonato nacional da Argentina, por exemplo, foi disputado em 1891, tendo reunido apenas cinco times – onze a menos do que a primeira Taça Brasil, em 1959 – consagrando campeão o Saint Andrew's, como consta no site da Associação de Futebol Argentino (AFA). Embora o campeonato tenha ficado a cargo da Argentine Association Football League, primeira entidade a organizar o futebol de clubes no país, a AFA manteve o reconhecimento a todos os campeões daquele período.

Registre-se ainda que, em 1959, as condições de infraestrutura de transportes do Brasil não eram comparáveis às que o país passaria a exibir a partir dos anos 1970, o que dificultava – ou mesmo inviabilizava – o deslocamento, por um país de tamanho continental, de clubes, cujo faturamento era extremamente baixo: “A ponte aérea Rio-São Paulo foi inaugurada em 1959, o fusquinha foi lançado em 59, as estradas, mais de 80%, não tinham asfalto...”.¹³

Odir Cunha frisa, na mesma entrevista, que os clubes eram pobres: “Tão pobres que os jogadores do Santos, que era o clube que melhor pagava no Brasil, em 59 ainda andavam de bonde, de Santos para São Vicente”. Ele destaca, ainda, que diferentemente das edições disputadas entre 1971 e 2002, que não repetiram a mesma fórmula de disputa por nenhum ano seguido, os campeonatos da Taça Brasil e do Roberto Gomes Pedrosa/Taça de Prata tinham regras estáveis, sendo disputados apenas pelos campeões estaduais, vedando a participação de convidados. Esses torneios passaram imunes a viradas de mesa e contestações aos campeões.

Cunha contrapõe essa representatividade ao inchaço que caracterizou os campeonatos a partir de 1971, que, sob o slogan que entrou para o folclore do universo do futebol “Onde a Arena vai mal, mais um time no Nacional. Onde a Arena vai bem, mais um time também”, chegou ao recorde de 94 participantes, em 1979. Com a grande quantidade de clubes, boa parte dos quais convidados, alguns campeões fizeram um número muito reduzido de clássicos. No campeonato de 1981 – nomeado Taça de Ouro – por exemplo, o Flamengo, sagrou-se campeão enfrentando apenas três clubes dos que viriam a fundar o Clube dos 13: Santos, Palmeiras e Atlético-MG.¹⁴

¹³ CUNHA. *Ludopédio*, 02 fev.; 16 fev. 2011.

¹⁴ Criado em 1987, o Clube dos 13 reunia, inicialmente, os 13 principais times de Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia, que encabeçavam o então ranking da CBF.

Situações análogas repetiram-se em outras edições pós-1971, como em 1982, 1983 e 1990, quando Grêmio, Flamengo e Corinthians, respectivamente, fizeram apenas três clássicos para serem campeões. Em 1985, o país chegou a ter um campeão com saldo de gols negativo: o Coritiba, que, em 29 jogos, venceu 12, empatou sete e perdeu dez, tendo marcado 25 gols e sofrido 27, ou seja, dois a mais do que fizera.

Por fim, a questão das nomeações, com os revisionistas apontando a impossibilidade de equiparar a Taça Brasil e a Taça de Prata à condição de Campeonato Brasileiro, por terem os nomes de taça. Caso semelhante taxionomia fosse acolhida para a temporada a partir de 1971, isso implicaria o encolhimento do número de campeões posteriores àquela data, já que o nome da competição mudou dez vezes, no período até 1989, quando foi renomeada para Campeonato Brasileiro, sendo a única exceção 2000 – quando foi rebatizada de Copa João Havelange. Nesse período, as nomeações variaram de Campeonato Nacional de Clubes, Copa Brasil, Taça de Ouro e Copa União, sem que as renomeações fossem consideradas um critério para descartar os títulos do período 1971-1988.

O fato de os três principais argumentos não serem replicáveis a outros campeonatos, seja no Brasil a partir de 1971, seja a competições equivalentes às brasileiras daquele período, deve-se ao fato de a construção da memória ser processo dinâmico que não se atém apenas ao factual, tal como esse conceito é percebido pelo senso comum. No processo de reelaboração permanente, a imprensa desempenha papel decisivo, operando na dialética lembrar/esquecer e interagindo com a realidade em que se inserem. Em ambos os casos, o papel da mídia é fundamental para essa construção e reatualização permanente. Qual seria, então, o fator a diferenciar o tratamento dos dois períodos? Proximidade com o objeto? Quentura dos fatos contemporâneos? Ou engajamento de parte do jornalismo esportivo a partir da adoção de outros critérios, que não os esportivos, mas os de audiência, tamanho da torcida e recursos arrecadados pelos clubes?

Para organizar o seu primeiro campeonato, naquele ano, a entidade convidou Coritiba, Goiás e Santa Cruz, para integrar o Módulo Verde (primeira divisão) da Copa União.

CONCLUSÃO

Para Pollak (1992), os elementos constitutivos da memória, individual ou coletiva, são os vividos pessoalmente pelos sujeitos e os vivenciados pelo grupo ao qual ele se filia, neste caso formando uma espécie de “memória emprestada”, tomada de outras pessoas do grupo ou internalizada por uma socialização mais geral, histórica ou política – e nesses processos, é central o papel dos meios de comunicação.

Como a memória humana é fortemente simbólica, a participação ou não em eventos de forte conotação para o grupo é menos relevante do que os fatores que levam a que eles sejam inscritos na memória coletiva e individual. Pollak chama atenção ainda para a importância, para a constituição da memória dos grupos, de certos personagens, cuja ação pode ter sido presenciada ou não pelos contemporâneos, mas que, independentemente da relação presencial, podem identificar-se com aqueles por processos mais gerais de socialização.

Como argumenta ainda Pollak, todo processo de produção de memória, independentemente da sua natureza, não pode prescindir de um trabalho de enquadramento, que é também de seleção. Este trabalho é, em geral, alimentado pelo material fornecido pela História como disciplina. No entanto, não existe fato histórico “bruto”. Este “é sempre produto de algum tipo de elaboração teórica, que o promove à categoria de histórico”.¹⁵ Ele também pressupõe um sistema de referência e uma teoria, através dos quais operam-se, tanto a seleção, quanto a valorização dos acontecimentos e processos.

Se a capacidade de selecionar, relacionar e valorizar são “operações de construção de sentidos, impossíveis sem a intervenção dos sujeitos”,¹⁶ que, no caso da História, tem como protagonistas os historiadores, os meios de comunicação também ocupam papel central na constituição dos personagens como elementos fundadores e mantenedores da memória de um grupo. E dentro da imprensa, não se pode descartar a existência de dissidentes que, embora minoritários, recusam-se a sancionar a nova ordem, sem reafirmar a validade dos valores “tradicionalistas”. Sem ignorar os efeitos na disputa pelo papel de *hegemon* no futebol brasileiro

¹⁵ RIBEIRO. A mídia e o lugar da história, p. 89.

¹⁶ RIBEIRO. A mídia e o lugar da história, p. 89.

trazidos pela decisão da CBF de equiparação dos títulos, optamos por abordar o objeto como parte de um embate mais amplo de visões sobre esse importante componente constitutivo da identidade nacional, no embate entre valores “tradicionais” e de “mercado”.

* * *

REFERÊNCIAS

- CUNHA, Odir. **Dossiê Unificação dos títulos brasileiros a partir de 1959**. São Paulo, 2009.
- GASTALDO, Édison. As relações jocosas futebolísticas: futebol, sociabilidade e conflito no Brasil, **Mana**, v. 16, n. 2, p. 311-325, 2010.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória social**. São Paulo: Vértice, 1990.
- HERSCHMANN, Michael; PEREIRA, Carlos Alberto M. “Isso não é um filme? Heróis e celebridades do Brasil contemporâneo”. **Lugar Comum**, NEPCOM-ECO/UFRJ, Rio de Janeiro, maio-ago. 2000.
- LE GOFF, Jacques. Memória. In: **Enciclopédia Einaudi**. Memória-História, v. I. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1984.
- MAUSS, Marcel. “As relações jocosas de parentesco”. In: OLIVEIRA, R. C. (org.). **Antropologia**. São Paulo: Ática, 1983, p. 164-176.
- POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, 5 (10), 1992.
- POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, 2 (3), 1989.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, Michael; PEREIRA, Carlos Alberto M. **Mídia, memória e celebridades**. E-papers, 2003.
- SOUTO, Sérgio Montero. **Mercado e tradição: os colunistas esportivos e a construção da identidade da seleção brasileira de futebol na Copa de 2002**. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009.
- SOUTO, Sérgio Montero. E 1987 não acabou – penta ou hexa: diferentes memórias sobre a hegemonia no futebol brasileiro quando o ‘mercado’ entra em campo, **41º Intercom**, Joinville, 2018.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

AFA: www.afa.gov.ar.

LUDOPÉDIO: <https://www.ludopedio.com.br/entrevistas/odir-cunha-parte-2>.

OGOL: <http://www.ogol.com.br/news.php?id=132883>.

PLACAR: <https://veja.abril.com.br/placar>.

* * *

Recebido para publicação em: 20 mar. 2019
Aprovado em: 26 nov. 2019