

Brasil, pra sempre¹: futebol e política na revista Veja (1970)

Lívia dos Santos Chagas*

Resumo: Em 1970, enquanto o Brasil vivia os momentos mais duros da ditadura militar, a mídia mostrava um país tomado por uma euforia nacionalista. Visando estabelecer o consenso, a propaganda política divulgava idéias de identidade e participação nacional, pelo estímulo à popularidade do presidente e promoção de feitos do regime. Uma das estratégias da propaganda foi a associação do futebol à imagem do governo. Na divulgação dos ideais do regime como nacionais, a imprensa foi fundamental. Além do controle dos meios de comunicação pelo aparato de censura e propaganda, os governantes contavam com a colaboração de alguns desses veículos. As preocupações em controlar a mídia são justificadas ao se entender que fatos divulgados nos jornais são aceitos como verdadeiros e acabam incidindo nas representações sociais e participando da construção de memória e identidades sociais. Ao tutelar a imprensa, o governo controlava essa construção. Neste trabalho será feita a análise do discurso da revista *Veja* de 1970 relativo ao futebol. Reportagens mostravam o futebol como elemento da identidade nacional relacionado ao regime. Essas construções discursivas orientam a produção de sentidos sobre os acontecimentos e são controladas por questões históricas, sociais e ideológicas.

Palavras-chave: Ditadura militar – Discurso Jornalístico – Futebol.

Abstract: In 1970, while Brazil lived the hardest moments of the military dictatorship, the media showed a country taken by a nationalist euphoria. To establish a consensus, the political propaganda disseminated ideas of identity and national participation, encouraging the popularity of the President and promoting the regime. One of the strategies used was the association of soccer to the image of government. The press had a key role disseminating the ideals of the regime nationally. Besides using censorship and propaganda to control the media, the government had the support of some of these vehicles. The concerns to control the media are justified if we understand that many of the facts disclosed in the papers are accepted as true and contribute to the construction of social representations, social memory and social identities. By controlling the media, the regime controlled this construction. The objective of this paper is to analyze the discursive constructions of the magazine *Veja* that had soccer as theme in 1970. Articles showed soccer as part of Brazilian national identity associated with the regime. These constructions guide the production of meaning about the events and are controlled by historical, social and ideological issues.

Key-words: Dictatorship – Journalistic discourse – Soccer.

Aquele foi um processo muito difícil, trágico para a nossa esquerda.
O que podemos tirar de útil é, justamente, o seu estudo.
É nesse sentido que considero a história uma ciência revolucionária...
pelo estudo de experiências como foi a dos anos sessenta e setenta

Jacob Gorender

¹ Manchete de capa da edição comemorativa pela vitória na Copa de 1970 da *Veja*. *Veja*, nº 94 de 24/06/1970.

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do estado do Rio de Janeiro – UNIRIO. Bolsista Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal – CAPES.

Em 1970, enquanto eram vividos os momentos mais violentos da ditadura militar, os meios de comunicação divulgavam imagens do Brasil tomado por uma euforia nacionalista graças às repercussões do Milagre Econômico e da vitória na Copa de 1970.

Após o golpe de Estado dado pelos militares em 1964, foi instaurado um regime de exceção, no qual o Poder Executivo foi sendo ampliado em detrimento dos demais poderes. Muitas foram as arbitrariedades cometidas pelo governo estabelecido com a nova ordem política. Atos institucionais foram impostos, limitando as liberdades individuais, extinguindo partidos políticos, determinando o fechamento do Congresso, Assembléias Legislativas e Câmaras Municipais, estabelecendo eleições presidenciais indiretas. No entanto, os militares tiveram a preocupação de manter a estrutura das instituições políticas do regime anterior, o que poderia demonstrar as características democráticas do governo. Sonia Regina Mendonça e Virgínia Maria Fontes (1991) afirmam que da coexistência de instituições de duas ordens políticas, “uma ordem legal e uma de exceção” (p. 35), surgiram a instabilidade do regime e a falta de legitimidade de seus governantes.

Atentos a essas questões, o regime estabeleceu um aparato de comunicação, que contava com uma estrutura encarregada da propaganda política e paralelamente, órgãos responsáveis pela censura aos meios de comunicação.

A propaganda buscava estabelecer o consenso social e veicular um projeto de nação, a partir da divulgação de ideias de identidade nacional e participação do povo, demonstrando que os militares estavam comprometidos com os anseios da população e que colocariam o país no caminho do desenvolvimento (Carlos Fico, 1997). Nessa lógica, as campanhas de propaganda se apropriavam de tudo o que era popular e vitorioso e tinham como base estimular a popularidade do presidente e a promover os feitos do regime.

O estabelecimento de uma associação entre o futebol e a imagem do governo foi uma das estratégias adotadas na busca por ideais de identidade nacional. Desde a década de 20, o Poder Público aparece como um dos *financiadores* do futebol com a seleção brasileira, mas isso só se torna mais perceptível com Getúlio Vargas no Estado Novo. Assim, nos anos 30, surgem os primeiros narradores do estilo de jogo brasileiro, com discursos associados à formação de sentimentos nacionais. Nesse momento, a seleção começou a ser transformada em metáfora de nação no imaginário popular. Em 1970, o futebol estava extremamente difundido pelo país, transformado em espetáculo popular, em manifestação cultural do povo; instituído e *inventado* como *paixão nacional*, servindo aos interesses do governo estabelecido. A Copa de 70 ratificou a ideia surgida nas décadas anteriores de futebol como esporte nacional e de um estilo próprio e inerente ao brasileiro. Assim, foi apropriada a ideia de que a

habilidade futebolística e a vitória são atributos inerentes ao povo brasileiro.

Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1984) demonstram que a invenção de tradições visa “... inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição” (p. 9) e ocorre através do estabelecimento de uma continuidade entre passado e futuro. Segundo os autores, o esporte foi uma das formas de identificação utilizada durante a formação dos estados nacionais.

Na divulgação dos ideais do regime como nacionais, a imprensa foi fundamental. Além do controle dos meios de comunicação através da aliança entre censura e propaganda, que serviu para apoiar o exercício do poder político, os governantes contavam com a colaboração de parte desses veículos (Beatriz Kushnir, 2004).

Ana Paula Goulart Ribeiro (2004) discute como, com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a história, que sempre esteve vinculada ao discurso do poder e à memória, cedeu espaço para o jornalismo na construção da memória oficial. Segundo a autora, “... os meios de comunicação... passaram a ocupar uma posição institucional que lhes confere o direito de produzir enunciados em relação à realidade social aceitos como verdadeiros pelo consenso da sociedade” (p. 115). Assim, é possível entender as preocupações em controlar a mídia, justificadas já que os fatos divulgados nos jornais são aceitos como verdadeiros, incidindo nas representações sociais e participando da construção de memória e identidades sociais. Ao tutelar a imprensa, o governo tentava manter o controle dessa construção.

Reportagens mostravam o futebol como elemento da identidade nacional e relacionado ao regime. A partir disso, buscamos entender de que forma foi construída essa relação na revista *Veja*. Para o historiador Alves (2000), “A *Veja* participou de forma ativa do esforço legitimador da Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP)”. Criada em 1968, a Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República era responsável pela propaganda do governo.

Mediante a análise de construções discursivas de textos publicados na *Veja*, percebemos que a revista construiu seu discurso tendo como perspectiva sua inserção no panorama do período e levando em consideração o endurecimento do regime (ocorrido no governo de Emílio Garrastazu Médici), a censura e a propaganda política.

A partir das questões acima expostas foram desenvolvidas as questões que nortearam a análise: De que forma o futebol era significado nas matérias da revista *Veja*? Como foi construída pela revista a relação entre o governo e futebol?

Para entender como foi construída discursivamente a relação entre futebol e política nas práticas da mídia impressa do regime militar, foi desenvolvido um dispositivo de análise

com referencial teórico-metodológico na análise do discurso de vertente francesa.

A análise do discurso pretende estudar as construções ideológicas de um discurso e suas relações com a história e a sociedade em que esse discurso é produzido a partir de uma constituição multidisciplinar, que coloca em relação diversas áreas do conhecimento das ciências humanas. Segundo Eni Orlandi (1999) a análise do discurso “... visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos” (p. 26). As construções discursivas orientam a produção de sentidos sobre os acontecimentos e são controladas por questões históricas, sociais e ideológicas. Assim, as condições de produção de um discurso são fundamentais e, por isso, apresentadas como mais do que acontecimentos históricos, mas como condições que dão base para se entender a própria possibilidade de construção do discurso do período.

Futebol e patriotismo: elementos de integração

São constantes as referências à unidade da população que o futebol, enquanto esporte nacional, seria capaz de estabelecer, e a ordem com que as diversas classes sociais da sociedade brasileira se relacionavam. As construções visavam propagar a crença da igualdade e integração entre os brasileiros. Além disso, os textos remetem à ideia do futebol como elemento de identidade de toda a população em acordo com uma memória discursiva, que desde os anos trinta o vinculava aos sentimentos de nacionalidade, conforme sequência abaixo:

1. Uma arte popular e barata: o futebol não requer alfabetização, duas pedras fazem o gol, uma bola faz o jogo. Essa economia o tornou tão difundido. São mais de 10 000 partidas a cada domingo, da qual participam ou já participaram 85% dos brasileiros. **Toda a população, assim, é parte ativa no processo de criação dessa arte que é o futebol.**

Por isso, é possível o acordo entre o intelectual e o semi-alfabeto, sobre a beleza dêste ou daquele gol. **Todos têm direito e condição para opinar, e essas opiniões pouco divergem, na verdade.** Foi **a nação em peso** que obrigou, por exemplo, Zagalo a mudar o Selecionado na partida contra a Áustria. Se houvesse uma pesquisa nacional sobre os cinco ou dez melhores jogadores da atualidade, **a unanimidade seria impressionante** (Veja, nº 93 de 17/06/1970, Festividade e conflito, p. 56, grifos nossos).

O futebol, além de servir aos ideais do governo de busca por uma *alma nacional* (Fico, 1997), poderia demonstrar a grandeza do Brasil. Algumas das ideias divulgadas pelos militares tiveram suas bases ideológicas estabelecidas no Estado Novo, momento em que a forte presença do Estado imprimiu características patrióticas e ufanistas aos esportes. O governo pretendia estimular a identificação dos brasileiros através do estímulo a sentimentos

de reconhecimento entre os indivíduos. Ao estimular esses sentimentos, os militares atuaram conforme ditam Hobsbawm e Ranger (1997) sobre as invenções das tradições, que servem para manter e estimular sensação de pertencimento a um grupo, a uma comunidade.

O nacionalismo está baseado nas questões que fazem com que os indivíduos mantenham uma identificação em virtude da crença na condição de grupo, em virtude de origem e destino comuns. Além disso, o entusiasmo que o futebol traria no povo brasileiro poderia ser justificado pelo patriotismo, a vaidade da população enquanto comunidade. A ideia de patriotismo, o sentimento de pertencimento e o destino de grandeza do Brasil, presentes no discurso da *Veja*, podem ser vinculados à propaganda governamental, que exaltava o que era ser brasileiro, assim como a unidade do povo:

2. Talvez aqui interfira uma outra situação em que o entusiasmo está intimamente ligado a um conceito de superioridade, **o patriotismo. Um povo ainda jovem, de glórias poucas e esporádicas** – um vô de Bartolomeu de Gusmão, um vô de Santos-Dumont –, **se exaltaria ao ficar claro que é uma potência mundialmente respeitada pelo menos em uma atividade.** Então se explicariam as bandeiras ondulantes enroladas no corpo, o verde-e-amarelo que brota subitamente de dentro de um carro, nas mãos das pessoas, nas janelas e nas sacadas.

Que **brios patrióticos** andam fervorosos ficou evidenciado nas verdadeiras escaramuças promovidas pelos torcedores em Curitiba, onde o próprio **Hino Nacional foi uma das armas.** (Veja, nº 93 de 17/06/1970, Festividade e conflito, p. 56, grifos nossos)

3. **Ao fazerem a festa juntos nas ruas, gritando os mesmos nomes, cantando as mesmas canções ingênuas, abraçando-se, os brasileiros se sentem parte de uma grande comunidade.** (Veja, nº 93 de 17/06/1970, Festividade e conflito, p. 56, grifos nossos)

O patriotismo servia também como forma de legitimar as associações do futebol à guerra, que são recorrentes no discurso da revista. Sob essa perspectiva, uma guerra que ocorre em virtude dos interesses da nação. Além disso, essa associação deixa claro o caráter de militarização do regime. Muitas vezes o futebol é definido também como festa. Em ambos os casos, quando é definido como festa e como guerra, está presente a noção de coletividade. O texto da revista afirma que, como uma festa, o futebol não pode ser realizado sozinho, mas coletivamente. Como observado a seguir:

4. ... o presidente disse ao cronista Armando Nogueira... **“Futebol é uma guerra”** disse o general, “e numa guerra as regras só valem até certo ponto...” (VEJA, nº 78 de 04.03.1970, A garra das feras, p. 21, grifos nossos)

5. **O futebol é uma festa.** Uma orgia, ainda que casta... “Association”, o chamam internacionalmente – e **ninguém podia fazer uma festa**, principalmente essa, sozinho. (Veja, nº 93 de 17/06/1970, Festividade e conflito, p. 54, grifos nossos)

6. Mas o **futebol, ainda sendo uma festa, é também uma guerra.** Trata-se, antes e

acima de tudo, de liquidar o inimigo. Esse caráter ambíguo do futebol, essa contradição entre festividade e conflito, reflete-se também fora de campo de jogo. Nisso possivelmente reside o segredo **da euforia militante, da alegria combatente que tomou conta do país nos últimos dias**. (Veja, nº 93 de 17/06/1970, Festividade e conflito, p. 54, grifos nossos)

É necessário destacar que as construções discursivas que se referem ao esporte como guerra podem assentar sua significação no caráter de militarização do governo. Ou seja, as sequências remetem à militarização do país através do regime imposto e, nessa perspectiva, a *euforia* que toma o país após as vitórias da Copa de 1970 é *militante* ; e a *alegria*, *combatente*.

Na primeira sequência das acima apresentadas é o próprio presidente Médici que diz que o futebol é uma guerra. O fechamento de sua fala é que “numa guerra as regras só valem até certo ponto”. Destacando-se que a fala é do presidente do regime autoritário, responsável pelos anos em que a repressão imposta pela ditadura militar foi mais violenta, as construções tomam conotações mais representativas. Como afirma Kushnir (2004), “... o governo Médici (1969-1974), que legalizou o ilegalizável” (p. 48). Assim, pelos interesses do regime, na guerra contra o comunismo e a subversão, justificados pelo desenvolvimento, as regras também só valeram até certo ponto.

Médici: homem comum

Um sentido sempre presente se constrói a partir da relação entre a construção da imagem de Médici e do governo e a ideia do futebol como elemento da identidade do brasileiro. Isso acontece de tal forma que a edição da revista posterior à comemorativa do Tricampeonato Mundial trazia na capa a foto de uma estátua do presidente, com a manchete: *A nova imagem de Medici*. Duas reportagens faziam referência à capa e eram intituladas: *A imagem do sucesso*, que falava de como a rotina do presidente tinha sido modificada pela vitória do futebol e de que forma isso contribuiu para a popularidade do governo; e *O sucesso da imagem*, falando que a euforia pelo campeonato mundial foi maior do que a esperada e das repercussões do acontecimento.

Médici é apresentado em alguns textos da revista como homem comum, torcedor como qualquer outro brasileiro. O gosto popular do presidente, e o gosto pelo futebol, poderiam demonstrar como os ideais do governo estavam de acordo com os interesses da população, visto que o próprio presidente é um brasileiro como todos os outros. O general-presidente era associado ao cafezinho, ao cigarro e ao futebol, características que fariam dele um homem comum identificado com os brasileiros.

7. Para o **Presidente Garrastazu Medici (um dos 90 milhões de técnicos de futebol que vivem no Brasil)**... (Veja, nº 78 de 04.03.1970, p. 21, grifos nossos)

8. Tenho muita confiança na Seleção (...)
Quem fala assim é o **torcedor Emílio Garrastazu Médici**, que, **por ser também presidente da República**, pôde oferecer um almoço aos jogadores da Seleção... (Veja, nº 87 de 06.05.1970, p. 20, grifos nossos)

9. Na quarta-feira, **radinho de pilha na mão, fumando muito**, o presidente assistiu ao jogo contra a Áustria, no Maracanã. (Veja, nº 87 de 06.05.1970, p.20, grifos nossos)

De acordo com Fico (1997), “o presidente Médici (...) fruiria de alguma popularidade (...) graças à eficácia da propaganda (...) e aos desempenhos da economia e do futebol” (p. 9). Após a Copa do Mundo a imagem do presidente toma proporções ainda mais populares.

Estavam presentes no discurso da revista críticas, sentidos destoantes e deslizamentos, que, na maior parte das vezes aparecem de forma sutil. De acordo com Juliana Gazzotti (1998), a *Veja* “... era um ‘opositor de elite’, ou seja, não queria uma ruptura radical com a ordem social, política e econômica e, ao mesmo tempo, não queria o controle da liberdade de informar” (p. 206). As relações entre a imprensa e o governo eram estabelecidas considerando a estrutura comunicação, que controlava a divulgação de informações durante o período. De toda forma, parte da imprensa serviu de apoio ao exercício do poder durante o regime militar.

Considerações finais

O discurso da imprensa se constituiu como formador de opinião da população e lugar de construção de memória, pois a linguagem jornalística constrói sentidos, se caracterizando sempre como lugar de disputas políticas e ideológicas, que acaba por refletir as condições de produção do período. Foi possível observar que a revista *Veja* construiu seu discurso visando sua inserção no panorama do momento político que se apresentava, tendo em vista o endurecimento do governo Médici, a censura e a propaganda governamental.

Nessa lógica, as vitórias do futebol apareceram associadas aos governantes do pós-64. Apesar de existirem críticas e contradições na revista, muitos dos sentidos encontrados nas sequências analisadas podem ser associados ao discurso da propaganda política dos militares. Ao tomar como referência o trabalho desenvolvido por Fico em 1997, no livro *Reinventando o Otimismo*, é possível perceber que esses dois discursos, o da *Veja* e o do governo, se tocam em muitos momentos. Isso confere a ambos efeitos de unidade e coerência: um discurso, em seu dizer, legitima os enunciados do outro.

No entanto, ao contrário da normalidade transmitida pelo conteúdo da revista, o

período foi um momento de exceção que deixou marcas nas estruturas sociais, políticas e econômicas do Brasil principalmente em virtude da repressão, da tortura, da despolitização e do endividamento do país.

Referências bibliográficas:

ALVES, Ronaldo Sávio Paes. *Legitimação, publicidade e dominação ideológica no governo Médici (1969/1974) – A participação da Iniciativa Privada no Esforço de Legitimação Estudo de inserções publicitárias na Mídia Impressa*. Dissertação de mestrado apresentada à Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2000.

FICO, Carlos. *Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

GAZZOTTI, Juliana. *Imprensa e ditadura: a revista Veja e os governos militares (1968/1985)*. São Carlos, 1998. Dissertação (Mestrado) — UFSCar.

HOBBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 3ª edição. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997.

KUSHNIR, Beatriz. *Cães de guarda – Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

LOPES, José Sérgio Leite. *Classe, etnicidade e cor na formação do futebol brasileiro*. In: Batalha, Cláudio (e outros). “Cultura de Classe”. Campinas, Edunicamp, 2004.

MENDONÇA, Sônia Regina de e FONTES, Virgínia. *História do Brasil Recente – 1964-1980*. São Paulo: Ática, 1991.

_____. *Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999.

POLLAK, Michael. *Memória e Identidade Social*. In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, p. 200-212.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A mídia e o lugar da história*. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro Nepcom/UFRJ, 11; 25-44, mai/ago. 2000.