

FUTEBOL, O BRASILEIRO E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO



IV SICCAL

[GT 5 - CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA]

Isabella Pinheiro Bonafonte
Universidade Nove de Julho (Uninove)

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

Hoje o futebol é o esporte mais popular do Brasil, por todos os lugares as pessoas expressam sua paixão de maneiras variadas e encantadoras. Porém não foi sempre assim, antes as notícias esportivas que recebiam mais espaço em jornais eram sobre turfe, por exemplo e o futebol não significava nada para a população brasileira. Porém, quando Charles Miller voltou ao Brasil, trouxe uma bola e com ela o esporte que se enraizou no nosso país. Como muitos dizem “não é só futebol”, atualmente aquele futebol elitizado e europeu trazido por Miller foi moldado e ajustado com características que são de fato nossas. Essa relação será o objeto de estudo deste projeto assim como a relação que foi criada entre o futebol e o veículo de comunicação da época em que o esporte chegou ao Brasil: o jornal impresso.

Palavras-chave: Futebol. Time. Brasil. Brasileiro. Jornal impresso.

Today, soccer is the most popular sport in Brazil, people everywhere express their passion in different and amazing ways. However wasn't always that way. Before, the sports news that had most space on the newspaper was about turf for example, and soccer didn't mean nothing for the brazilian population. But when Charles Miler got back to Brazil, bringing a ball, he brought with her the sport that got rooted in the country. As many people say “It's not just football”, nowadays, that old and elite soccer that Charles Miller brought was molded and adjusted with features that are truly brazilian. That relationship will be the study object of this project, just like the relationship created between soccer and the newspaper, that was the communication channel by the time soccer came to Brazil.

Keywords: Soccer. Football Team. Brazil. Journal.

Hoy el futbol es el deporte más popular en Brasil, por todos los lugares las personas expresan su pasión de maneras diferentes y encantadoras. Sin embargo, no fue siempre así, antes las noticias deportivas que tenían más tiempo en el noticiero eram turfe, por ejemplo y el futbol no significaba nada la poblacion brasileña. Sin debargo, cuando Charles miller volvió a Brasil, trajo una pelota y con ella el deporte se firmo en nuestro país. Como dicen muchos “no es solo futbol”, actualmente aquel futbol europeo que trajo Miller fue cambiado y ajustado con características que son de verdad nuestras. Esta relación es el objeto de estudio de este proyecto, tal cual la relación que fue creada entre el futbol y la comunicacion de la epoca en que el deporte lleo a Brasil: el periodico.

Palabras clave: Futbol. Equipo. Brasil. Brasileño. Periodico.

Introdução

O presente estudo analisa o jornal impresso O Estado de S. Paulo no período de 1900 a 1910, juntamente com parte da sua trajetória e evolução, numa tentativa de perceber as prioridades de suas pautas no âmbito esportivo.

É possível notar que, ao longo da história deste meio de comunicação, a participação do futebol, que cresceu de tamanha maneira e que se tornou uma expressão cultural no país.

O esporte passou a ser aclamado pelo público e por isso teve seu mérito no crescimento da audiência dos jornais, colaborando desta forma com o crescimento que pode ser observado no veículo, incluindo sua tiragem.

O futebol se tornou uma alavanca propulsora dos veículos de comunicação e, mais do que isso, uma paixão nacional. O brasileiro adotou o futebol para si e o moldou de uma forma que tivesse suas características expressadas ali.

Por conta desta participação, é relevante avaliar o público destes veículos, pois houve uma grande mudança do leitor inicial até a propagação e popularização e isto foi um processo muito importante.

Afinal, o futebol se entrelaçou na cultura do brasileiro de uma forma que passou a fazer parte da identidade de grande parte da população.

Hoje, podemos ver discussões sobre futebol em quase todos os lugares que vamos,

mas isso começou de uma maneira muito diferente. Quando Charles Miller chegou ao Brasil, trazendo consigo um esporte e uma cultura totalmente ingleses, certamente não imaginava que estava criando o que muitos chamam hoje de “país do futebol”.

Futebol, o brasileiro e os meios de comunicação

O futebol é o esporte mais popular do Brasil, com o passar dos anos o esporte se enraizou na cultura do que hoje é conhecido como “País do futebol”. Porém, para que o futebol alcançasse tamanha popularidade foi preciso um grande período de mudanças e desenvolvimento.

Curiosamente, o período de desenvolvimento do futebol do Brasil foi semelhante ao de um meio de comunicação, por um tempo. Este meio de comunicação é o Jornal Impresso.

Ante de mais nada, é preciso entender o meio de comunicação que será tratado: o Jornal Impresso. O veículo chegou ao Brasil na década de 1800 e foi gradativamente conquistando o seu devido espaço.

O primeiro jornal impresso do Brasil, a “Gazeta Esportiva”, localizada no Rio de Janeiro e fundada no ano de 1808. Entretanto convém ressaltar que o jornalismo era feito de uma forma muito diferente da que conhecemos nos dias de hoje.

Na época, não havia uma linguagem jornalística própria para a escrita do jornal,

os textos eram redigidos de forma lírica e com longos parágrafos, em sua maioria, eram bem similares às crônicas, tipo de texto altamente utilizado na época.

Portanto, a leitura do jornal era extremamente diferenciada da que conhecemos, tanto em relação a estrutura do texto e leveza da leitura quanto a facilidade de compreensão.

As informações não eram dispostas de forma direta e objetiva, usando técnicas que visam melhorar o entendimento do leitor e a clareza do discurso. Isso era feito de forma proposital, a fim de selecionar os leitores.

O lead e a pirâmide invertida só vieram a ser adotados muitos anos depois, portanto a informação principal ficava diluída no meio do texto fazendo com que o leitor tivesse que lê-lo por completo para poder ter total compreensão do assunto abordado.

Estas características levavam o texto a ser mais mais extenso, além de ter uma abordagem mais subjetiva.

É interessante verificar o paralelismo entre o esforço técnico de produção, na imprensa, e o progresso dos meios de comunicação e de transporte. Afetando o problema fundamental da grande imprensa, que é o do volume e espaço geográfico em que a notícia, ou a informação, ou a doutrinação tem oportunidade. (SODRÉ, Nelson Werneck, 1966, pág 1)

Com o passar do tempo, os jornais tiveram de encontrar um meio para criar sua própria identidade, o que significava

distanciar-se do texto lírico para então constituir uma nova forma de se comunicar com o leitor.

O período que se deu após os anos 1900 foi essencial para a evolução do veículo. Avanços tecnológicos facilitaram a produção das tiragens dos jornais e com isso a veio o surgimento de novos veículos e a renovação dos que já existiam.

As agências de notícias permitiam que acontecimentos internacionais fossem publicadas, mesmo sem que o veículo tivesse acesso a notícia diretamente, facilitando o acesso à informação e também o crescimento do conteúdo publicado.

Fora isso foram instalados os primeiros centros telefônicos, um sistema que na época era pioneiro na América do Sul. O telégrafo, inventado no final da década de 1800, mas popularizado no Brasil após o ano 1900.

Isso foi um enorme facilitador da comunicação, impulsionando os jornais. A melhoria da tecnologia permitiu também que a tiragem dos jornais fosse aumentada e isso ampliou a possibilidade do crescimento de vendas.

Entre as inovações de nossa imprensa no início do século XX, com relação à literatura, podemos distinguir as seguintes: a decadência do folhetim, que evoluiu para a crônica de uma coluna focalizando apenas um assunto, e daí para a reportagem; o emprego mas generalizado da entrevista, muito pouco utilizada até 1900; e a crítica literária em caráter mais regular e permanente. (BROCA, Brito. A vida literária no Brasil – 1900. 4ªed, 2004, pág 289)

O cenário era propício para o crescimento do jornal e foi o que de fato aconteceu. Famílias de empreendedores, viam no veículo uma oportunidade para fundar o seu legado e começaram a fundar novos jornais, usando de seus recursos para trazer novas tecnologias.

O gradativo processo de profissionalização dos jornais impressos, juntamente com a adoção de técnicas próprias e a vendagem em intenso crescimento, teve início logo nas primeiras décadas do século XX.

As práticas e os processos jornalísticos em torno da proliferação de funções profissionais nas redações se ampliaram drasticamente a partir dos anos 1890, ainda que limitados aos mais importantes periódicos em termos de difusão. Os jornais passarão a se constituir como verdadeiras fábricas de notícias, tal o nível de estruturação administrativa, política e econômica que conseguiram atingir. (BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil*, 2007. pág 66)

É justamente dentro deste período que o futebol conquista enfim a sua popularização e sucessivamente o aumento de sua relevância, isto veio acompanhado de alterações ao esporte que chegou da Inglaterra com Charles Miller.

O esporte também teve o seu árduo processo de profissionalização paralela a todas estas facilidades que surgiram para o jornal impresso que facilitaram o seu crescimento.

Da mesma forma que os jornais impressos e suas redações passaram também por um processo de mudanças e

melhorias durante um longo período, a população viu a elite perder a imensa exclusividade que tinha sobre o esporte, os times serem obrigados a tornarem todos os seus atletas assalariados e assim tornarem-se também um negócio, com transferências de atletas entre clubes, por exemplo.

O jornal impresso e o clube de futebol eram agora dois negócios, cada um com a suas particularidades e representatividade descobriram que juntos, poderiam fazer uma parceria vantajosa para ambos.

Num momento prévio a chegada do futebol ao Brasil, a editoria de esportes do jornal *O Estado de S. Paulo*, objeto de análise do presente estudo, resumia-se a notícias de três esportes essencialmente, estes eram turfe, regatas e ciclismo. Não havia até então citações significativas sobre futebol.

Inicialmente trazido por Charles Miler ao Brasil, o “football” era um esporte extremamente elitizado. Naquela época, estava fadado a ser restrito apenas a pessoas de alta classe social. Um futebol trazido da Europa e jogado como nos seus países de origem, sem personalizá-lo para o Brasil ou o brasileiro, sem dar a ele a face e o estilo do país em que havia chegado.

Os jogadores eram sempre homens brancos de alto poder aquisitivo, assim como os frequentadores dos estádios. As arquibancadas eram tomadas por pessoas elegantes e muito bem vestidas isso simbolizava que o esporte era da elite e não estava aberto para as outras classes.

Negros não eram bem vindos na prática do “football”, nem tampouco as classes

sociais menos favorecidas, isso valia não só para os jogadores, mas também para quem ficava nas arquibancadas assistindo as partidas.

Pelo público presente aos jogos, percebia-se que a estratégia de cobrar ingressos, idealizada por Costinha e seus amigos, dera o resultado esperado. O povo das ruas e dos bairros pobres não era bem vindo, e o que se divulgava nos jornais era a presença de nobres senhoras e senhores trajando finas toaletes importadas de Paris e elegantes chapéus de coco e palheta. O que se deduzia desse cenário é que o futebol só poderia ser assistido e praticado por gente da alta sociedade. (Ribeiro André, *Os Donos do Espetáculo*, 2007. pág 26)

No início a Ponte Preta aceitava negros em sua equipe e em funções internas do time, mas foi o Bangu que teve o primeiro atleta negro em campo vestido a camisa do clube o jogador era Francisco Carregal. Porém, em 1907 foi publicada uma nota proibindo que as pessoas que fossem “de cor” fizessem parte dos atletas que praticavam futebol.

Com a proibição, jogadores negros se “disfarçavam” para entrar em campo com toucas, para não deixar seus cabelos a mostra, e farinha outros pós da cor branca, para que eles parecessem brancos.

O futebol foi trazido ao Brasil pela elite e deveria permanecer entre a elite, para que isso fosse cumprido, algumas medidas foram tomadas também dentro dos jornais para se referir ao futebol, de forma que o público atingido fosse apenas aquele que lhes era interessante.

As nomenclaturas referentes ao esporte seriam todas em inglês, como “football”, “team”, “corner”, entre outros, os preços dos ingressos eram caríssimos, como um meio de selecionar o público presente nas partidas.

As arquibancadas deveriam ser um “reflexo da alta sociedade”, contendo apenas pessoas bem elegantes e bem vestidas, que se portassem de forma correta.

A propagação do esporte foi tamanha que em 1902 Cardim, juntamente com Antônio Casemiro da Costa, conhecido como Costinha e Charles Miller fundaram a Liga Paulista de Futebol. A Liga era formada por 5 times: SPAC, Paulistano, Germânia, Internacional e Mackenzie.

No Rio de Janeiro, o campeonato Estadual foi fundado apenas em 1906, por Paulo Barreto. A seleção dos times que de fato iriam participar do projeto ainda era extremamente rígida e excluía muitos dos interessados.

Seis times faziam parte do Campeonato Carioca: Fluminense, Botafogo, Bangu, Payssandu, Athletic e Rio Cricket.

André Ribeiro constatou em sua obra “Os Donos do Espetáculo” que um ano depois da fundação da liga no Rio de Janeiro haviam 60 times interessados em participar da competição.

É imprescindível ressaltar que neste momento o esporte não era profissionalizado e isso também era um meio de afastar as classes sociais mais baixas das competições, pois era preciso apresentar a carteira de trabalho e comprovar renda antes de ser

aceito para fazer parte dos times. Caso o jogador não cumprisse com as exigências ou não se enquadrasse no estereótipo não era aceito.

Após da fundação das ligas, os jornais impressos passaram a aumentar a atenção voltada ao futebol com a ajuda da influência dos próprios fundadores, que eram simultaneamente nomes influentes dentro das redações.

Além disso, trazer a elite, que acompanhava os jogos das arquibancadas e via seus representantes em campo, como um público para os jornais era também de grande interesse.

Mário Cardim foi uma peça extremamente importante para a propagação do futebol, seu papel político era essencial, ele redigia sobre a Liga Paulista nas páginas do Estado de S. Paulo. Ele mesmo transmitia informações de jogos para jornalistas em outros estados. O jornalista fornecia notícias e apoio para que o avanço não se limitasse apenas ao estado de São Paulo.

Na época, os principais jornais em São Paulo eram O Estado de S. Paulo, Correio Paulistano e A Platea. No rio eram: Jornal do Comércio, Jornal do Brasil, Correio da Manhã, O paiz e Gazeta de Notícias.

Como um auxílio aos jornalistas menos experientes no assunto, Cardim escreveu em 1904 o “Guia de Football”, determinando padrões como o modo de referir-se aos jogadores e aos lances sempre em inglês. O guia ainda selecionava o leitor do conteúdo, pois exigia conhecimento de outra língua além de termos extremamente técnicos.

Entretanto, para compreender por completo o modo como o futebol foi tratado nas páginas dos principais jornais do país é preciso compreender previamente como o público brasileiro recebeu o esporte e criou uma relação com o mesmo.

Veeck tentou explicar esta conexão entre o torcedor e o futebol a partir da expectativa.

o esporte é carregado de emoção em que as pessoas rememoram os acontecimentos passados e anseiam pelo que está por vir.” Ele ainda acrescenta, “essa expectativa e a incapacidade dos espectadores de influenciar e prever o resultado são alguns dos motivos pelos quais as emoções podem ser tão intensas em um evento esportivo. (VEECK, 1962, apud MORGAN, 2008, p.20)

Porém, este laço vai mais além do que expectativa para o jogo seguinte e o resultado em campo. Para o torcedor brasileiro, passou a ser uma questão de identificação.

Gylberto Freire publicou no Diário de Pernambuco em 1938 o texto Foot Ball Mulato, que abriu portas para outras definições que vieram a surgir mais tarde, como o futebol arte.

O texto Foot Ball Mulato¹ levou muito além a discussão cultural do futebol falando sobre questões como o preconceito racial e defendendo que o futebol jogado aqui levava os traços do brasileiro.

Isso desconstruiu o modelo de futebol europeu, trazido para o Brasil anos atrás.

1 Confira o texto completo no Anexo 1.

O futebol se enraizou no Brasil de tal forma, que a população adotou-o como parte de sua cultura e mudou as características do jogo, adaptando-o para nosso jeito de jogar futebol, este era o jeito do brasileiro.

O nosso estilo de jogar foot-ball me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de espontaneidade individual em que se exprime o mesmo mulatismo de que Nilo Peçanha foi até hoje a melhor afirmação na arte política. Os nossos passes, os nossos pitu's, os nossos despistamentos, os nossos floreios com a bola, o alguma coisa de dança e de capoeiragem que marca o estilo brasileiro de jogar foot-ball, que arredonda e adoça o jogo inventado pelos ingleses e por eles e por outros europeus jogado tão angulosamente, tudo isso parece exprimir de modo interessantíssimo para os psicólogos e os sociólogos o mulatismo flamboyant e ao mesmo tempo malandro que está hoje em tudo que é afirmação verdadeira do Brasil. (Freire, Gylberto Football Mulato, 1938)

O texto de Gylberto Freire mostra como as características do futebol se uniram às características do povo brasileiro, personalizando o esporte e dando a ele um estilo, uma cara: a nossa cara.

O autor apontou em seu texto que as características levadas para o futebol são as mesmas que definem o brasileiro. Isso ilustra o quanto o esporte foi adotado no Brasil, que se tornou o país do futebol.

O contraste pode ser alongado: o nosso foot-ball mulato, com seus floreios

artísticos, cuja eficiência – menos na defesa do que no ataque – ficou demonstrada brilhantemente nos encontros deste ano com os poloneses e os tchecoslovacos é uma expressão de nossa formação social democrática como nenhuma. (Freire, Gylberto Football Mulato, pág 1)

José Lins Rego também fez uma observação sobre o esporte que mostra o quanto ele foi importante. No documentário “Toda as Cores do futebol Catarinense”, afirmou na reportagem “Todas as Cores do Futebol Catarinense” que “O conhecimento do Brasil passa pelo futebol”.

Com isso, pode-se perceber a ligação do futebol e do modo que é jogado no Brasil com o brasileiro e sua ideologia. Isso explica como o esporte foi aclamado pelos leitores dos jornais e a influência que foi posta nos meios de comunicação.

O objetivo do presente estudo é apontar o iminente crescimento que houve quando se trata de futebol nas páginas de *O Estado de S. Paulo*. Para o recorte metodológico, foi definido um período entre 1900 e 1910, onde foi encontrado o maior índice de menção das palavras até então.

Além da análise a partir da mensuração das palavras, também foi possível perceber dois grandes aumentos na tiragem do jornal durante o período analisado, que aconteceram em 1908 e 1912.

A terceira análise foi a das páginas dos jornais e o espaço que foi oferecido ao futebol em diferentes períodos com um intervalo de 4 anos. Esta análise teve a função de exemplificar por meio do espaço conquistado o quanto o futebol

crescia na época. O primeiro período em 1901, quando o esporte era recém chegado e ainda não havia conquistado muito espaço. Já o segundo período foi em 1905, quando o aumento da aparição já era perceptível, mesmo com um esporte ainda recente no país e sendo tratado como um objeto completamente estrangeiro.

A análise quantitativa das palavras teve um intervalo significativo para que que pudesse se ter uma demonstração mais ampla do aumento de fato do uso das palavras relacionadas, foi colhido um gráfico anual com as informações fornecidas pelo acervo do jornal. Enquanto os anos em que houve o aumento não foram de fato anos escolhidos para análise, mas sim os primeiros em que houve um aumento tão grande na tiragem do Estado de S. Paulo.

Com base em uma análise quantitativa do material colhido do jornal O Estado de São Paulo no período entre seu ano de chegada ao país, que foi 1900 e o período em que se tornou notável, em 1910, pode-se concluir que, de fato, houve um grande aumento na menção das palavras que se referiam a futebol.

Na década de 1900, primeira em que esteve no país, a palavra Football teve 1236 aparições nas páginas do *O Estado de S. Paulo*. Já na década de 1910, foram 2246 vezes, quase o dobro do período anterior.

Outras palavras usadas para referir-se ao esporte também tiveram um significativo salto em quantidade em que foram encontradas nessas duas décadas.

A palavra "Goal" foi mencionada 5 vezes em toda a década de 1890. Já na

seguinte, foram 449 menções e, em 1910, ela esteve presente 519 vezes nas reportagens do jornal.

Já team, outra palavra-chave importante para referir-se aos clubes de futebol recém-criados, foi encontrado 844 vezes na década de 1900 e 1476 na de 1910.

Não só no número de menções, como observado no tópico anterior, há uma grande diferença no espaço que cabia ao esporte nas páginas do jornal das décadas do início do século XX. (Confira a página do jornal no anexo 3).

Pode-se observar uma página do jornal com a editoria de esporte, que se limitava a apenas meia coluna, sem oferecer nenhuma atenção específica ao futebol.

Não muito tempo depois, em 1905, o quadro já era outro. Apenas 5 anos após a chegada no futebol no Brasil, já havia menções dele nas páginas de um dos principais jornais de São Paulo. A matéria ocupava quase uma coluna inteira e falava de todos os jogos que aconteceriam naquele dia.

Verifica-se que, em apenas 4 anos, houve um salto enorme em relação à quantidade de informação presente nas páginas do jornal e isso só foi aumentando com o tempo.

O futebol passou por um longo e duro processo de profissionalização, assim como as redações dos jornais e os dois foram aliados um do outro nestes processos.

Porém, aquele futebol trazido por Charles Miller, o football, tornou-se futebol e os termos usados para falar do esporte foram ganhando sua versão em português.

O texto em anexo “football mulato”, de Gylberto Freire, já mostra o esporte como um aspecto da cultura brasileira, mas não da elite brasileira, e sim do brasileiro negro, que jogava futebol com seus pés descalços no chão.

Mas, antes de tudo isso, antes de sair da bolha da elite, antes de ganhar os “ade-reços” e características do Brasil, o futebol já havia se tornado importante e já havia conquistado o seu espaço midiático.

A aparição das palavras relacionadas a futebol tiveram um aumento considerável, mas este não foi o único crescimento observado neste estudo.

As vendas de *O Estado de S. Paulo* também tiveram sua parcela de aumento, o que desencadeou no aumento da tiragem do jornal.

Em 1908 o Estadão teve um aumento de sua tiragem de 10.000 para 18.000 exemplares por ano. E, apenas 4 anos depois, em 1912, houve um novo aumento da produção, desta vez para 35 mil jornais por ano, chegando próximo ao dobro de exemplares em 4 anos.

Considerações finais

Os números apresentados puderam ilustrar com clareza o que, de fato *O Estado de S. Paulo* inseriu em seu cotidiano o assunto “futebol”. No mesmo período, o jornal teve dois grandes aumentos de sua tiragem, o que nunca tinha acontecido antes numa proporção tão grande.

Por outro lado, também foi demonstrado que o futebol foi muito aceito pelo público de forma geral. Num primeiro momento apenas pela elite, um público muito interessante para o Estado de S. Paulo. Depois, o esporte deixou de ser elitizado e passou a ser “do povo”.

Isso fez com que o público não tivesse mais a mesma seleção de antes, o que fez com que ele crescesse ainda mais, pois agora não eram apenas pessoas de alta classe social que tinham interesse no conteúdo.

Paralelo a isso, a presença do e assuntos relacionados a futebol passou a ser constantemente encontrado nas páginas de *O Estado de S. Paulo*, em quantidade cada vez mais significativa.

A presença do futebol no cotidiano da população e então nas páginas do jornal aumentou gradativamente, mas, após o período analisado em buscas de palavras em inglês o número foi diminuindo.

Isso porque a mudança dos termos foi acontecendo também gradativamente do inglês para português. Termos antes usados na língua estrangeira para referir-se aos lances, jogadas e posições foram traduzidas para o português, acessível para qualquer tipo de leitor, aceitando qualquer tipo de público que tivesse interesse em consumir aquele conteúdo.

Outras mudanças também aconteceram nos jornais e no modo com que os textos lá publicados eram redigidos. Iniciou-se uma busca por identidade, pelo texto jornalístico, que fugia da crônica e do lírico, que eram seletivos, para alcançar todo tipo de público.

Ou seja, as mudanças internas que ocorreram também mostraram que o público estava sendo incluído e não mais apenas selecionado pelo *Estado de S. Paulo*.

Hoje o esporte, que antes tinha uma coluna ganhou nos principais jornais um caderno, além da criação de jornais específicos para o assunto. Todo esse processo que aconteceu levou o veículo a melhorias que culminaram no jornal que vemos hoje, com diversos assuntos e muitos deles de interesse tanto público quanto do público. ■

[ISABELLA BONAFONTE]

Graduada em Comunicação Social -
Jornalismo pela Universidade Nove de
Julho, em 2018. Redatora do site Torcedores.
E-mail: isabella.bonafonte@gmail.com

Referências

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa** – Brasil 1900 a 2000, Rio de Janeiro, Mauad, 2007. Disponível em https://books.google.com.br/books?id=hrfdMgW9_twC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Marialva+Barbosa%22&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjv3d-a7LPbAhWEDZAKHU9fDg4Q6AEINDAC#v=onepage&q&f=false. Acesso em 19 de dezembro de 2018

BROCA, Brito. A vida literária no Brasil – 1900. 4ªed, 2004

CAMPOS, André; RAMOS, Paulo; SANTOS, Amanda - **A Influência da Mídia no Esporte**. 1 Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 28 a 30 de maio de 2015, Universidade Federal do Amapá, Macapá, AP. Disponível em <http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2015/resumos/R44-0620-1.pdf>. Acesso em 04 de fevereiro de 2018

FREYRE, Gilberto. **Foot Ball Mulato**. publicado no Estado de São Paulo na edição de 17 de Junho de 1938 (<http://docshistory.blogspot.com/2013/02/football-mulato.html>); acesso em 24 de outubro de 2017

LAZARSELD E MERTON. **Comunicação de Massa, Gosto popular e Ação Social Organizada**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1948

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo**. Terceiro Nome, 2007;

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Mauad, 4 edição 1999. Disponível em https://books.google.com.br/books?id=GmRTJgaQ1WkC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em 04 de dezembro de 2017

MIRANDA, C.M. “**Estratégias de contra-agendamento em websites e blogs: Exemplos de participação do público na mídia**”. Apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010 Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1761-1.pdf>, acesso em 16 de fevereiro de 2018.

SILVA, Luis Martins. **Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação – a notícia cidadã**. Tese de doutorado apresentada Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2009. Disponível em <http://repositorio.unb.br/handle/10482/5325>. Acessado em 04 de fevereiro de 2018.

Anexo 1

Football Mulato

Um repórter me perguntou anteontem o que eu achava das “admiráveis performances brasileiras nos campos de Strasburgo e Bordeaux.”

Respondi ao repórter – que depois inventou ter conversado comigo em plena praça pública, entre solavancos da multidão patriótica na própria tarde da vitória dos brasileiros contra os tchecoslovacos – que uma das condições dos nossos triunfos, este ano, me parecia a coragem, que afinal tivemos completa, de mandar à Europa um team fortemente afro-brasileiro. Brancos, alguns, é certo; mas um grande número de pretalhães bem brasileiros e mulatos ainda mais brasileiros.

Porque a escolha de jogadores brasileiros para os encontros internacionais andou por algum tempo obedecendo ao mesmo critério do Barão de Rio Branco quando senhor-todo-poderoso do Itamaraty: nada de pretos nem de mulatos chapados; só brancos ou então mulatos tão claros que parecessem brancos ou, quando muito caboclos, deviam ser enviados ao estrangeiro. Mulatos do tipo do ilustre Domício da Gama a quem o Eça de Queiroz costumava chamar, na intimidade, de “mulato cor-de-rosa”.

Morto Rio Branco, desaparecia o critério anti-brasileiro do Brasil se fingir de República de arianos perante os estrangeiros distantes que só nos conhecessem através de ministros ruivos ou de secretários de legação de olhos azuis. E de tal modo desaparecia o falso e injusto critério da seleção de louros que o próprio Barão seria substituído por mulatos ilustres – um deles o grande brasileiro que foi Nilo Peçanha

Nilo Peçanha... Assistindo também anteontem à fita que reproduz o jogo dos brasileiros contra os poloneses, foi de quem me lembrei – de Nilo Peçanha. Porque o nosso estilo de foot-ball lembra seu estilo político

O nosso estilo de jogar foot-ball me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de espontaneidade individual em que se exprime o mesmo mulatismo de que Nilo Peçanha foi até hoje a melhor afirmação na arte política

Os nossos passes, os nossos pitu's, os nossos despistamentos, os nossos floreios com a bola, o alguma coisa de dança e de capoeiragem que marca o estilo brasileiro de jogar foot-ball, que arredonda e adoça o jogo inventado pelos ingleses e por eles e por outros europeus jogado tão angulosamente, tudo isso parece exprimir de modo interessantíssimo para os psicólogos e os sociólogos o mulatismo flamboyant e ao mesmo tempo malandro que está hoje em tudo que é afirmação verdadeira do Brasil.

Acaba de se definir de maneira inconfundível um estilo brasileiro de foot-ball; e esse estilo é mais uma expressão do nosso mulatismo ágil em assimilar, dominar, amolecer em dança, em curvas ou em músicas técnicas européias ou norte-americanas mais angulosas para o nosso gosto: sejam alas de jogo ou de arquitetura. Porque é um mulatismo, o nosso – psicologicamente, ser brasileiro é ser mulato – inimigo do formalismo apolíneo – para usarmos com alguma pedanteria a classificação de Spengler – e dionisíaco a seu jeito – o grande jeitão mulato. Inimigo do formalismo apolíneo e amigo das variações; deliciando-se em manhas moleironas, mineiras a que se sucedem surpresas de agilidade. A arte do songa-monga.

Uma arte que não se abandona nunca à disciplina do método científico mas procura reunir ao suficiente de combinação de esforços e de efeitos em massa a liberdade para a variação, para o floreio, para o improviso. Até mesmo a liberdade para a ostentação ou para a exibição do talento individual num jogo de que os europeus têm procurado eliminar quase todo o floreio artístico, quase toda a variação individual, quase toda a espontaneidade pessoal para acentuar a beleza dos efeitos geométricos e a pureza de técnica científica. Sente-se nesse contraste o choque do mulatismo brasileiro com o arianismo europeu. É claro que mulatismo e arianismo são considerados não como expressões étnicas mas como expressões psico-sociais condicionadas por influências de tempo e de espaço sociais.

O contraste pode ser alongado: o nosso foot-ball mulato, com seus floreios artísticos, cuja eficiência – menos na defesa do que no ataque – ficou demonstrada brilhantemente nos encontros deste ano com os poloneses e os tchecoslovacos é uma expressão de nossa formação social democrática como nenhuma

Rebelde a excessos de ordenação interna e externa; a excessos de uniformização, de standartização; a totalitarismos que façam desaparecer a variação individual ou espontaneidade pessoal.

No foot-ball, como na política, o mulatismo brasileiro se faz marcar por um gosto de flexão, de surpresa, de floreio que lembra passos de dança e de capoeiragem. Mas sobretudo de dança. Dança dionisíaca. Dança que permita o improviso, a diversidade, a espontaneidade individual. Dança lírica.

Enquanto o foot-ball europeu é uma expressão apolínea – no sentido spengleriano – de método científico e de esporte socialista em que a pessoa humana resulta mecanizada e subordinada ao todo – o brasileiro é uma forma de dança, em que a pessoa humana se destaca e brilha.

O mulato brasileiro deseuropeisou o foot-ball dando-lhe curvas, arredondados e graças de dança. Foi precisamente o que sentiu o cronista europeu que chamou aos jogadores brasileiros de “bailarinos da bola”. Nós dançamos com a bola.

Havelock Ellis – que o meu amigo Agrippino Grieco não sei porque supõe um simples Mantegazza inglês, quando Ellis é, na verdade, um dos pensadores mais lúcidos e um dos humanistas mais completos do nosso tempo – se visse o team brasileiro jogar foot-ball acrescentaria talvez um capítulo ao seu ensaio magnífico sobre a dança e a vida.

O estilo mulato, afro-brasileiro, de foot-ball é uma forma de dança dionisíaca.”

Gilberto Freyre, Diário de Pernambuco, 17 de junho de 1938.