

A derrota do Brasil para o Uruguai no jogo final da Copa do Mundo de 1950 pelas páginas do jornalismo de revista brasileiro¹

Júlio César PENARIOL²

José Carlos MARQUES³

Universidade Estadual Paulista, São Paulo, SP

Resumo

Perder uma decisão de Copa do Mundo dentro do próprio país, no estádio especialmente construído para sediar o evento e completamente tomado por aproximadamente 200 mil torcedores, é um trauma que a seleção brasileira de futebol carrega até hoje em sua história. A derrota para o Uruguai em 1950, no Maracanã, também continua na memória dos torcedores e constantemente é lembrada pela imprensa atual do país. Mas e o jornalismo de revista brasileiro daquela época, que se fortalecia com a conquista de novos leitores e anunciantes, como será que noticiou esse fato esportivo? A partir de pesquisa documental, o artigo verificará como o revés naquela final foi retratado pelas duas revistas semanais de variedades mais lidas naqueles anos: *Revista da Semana* e *O Cruzeiro*.

Palavras-chave: futebol; imprensa brasileira; jornalismo de revista; Copa do Mundo.

Apresentação do tema e do problema de pesquisa

A goleada por 7 a 1 para a Alemanha sofrida pela seleção brasileira na semifinal da Copa do Mundo de 2014, realizada no Brasil, não foi o primeiro e certamente não será o último trauma que a modalidade terá ao longo da história. Uma das derrotas mais lamentadas até hoje por todos os que acompanham futebol, e também uma das mais revisitadas pela imprensa atual, foi o revés da seleção para o Uruguai por 2 a 1, de virada, na partida que decidia o título da primeira Copa do Mundo disputada em gramados brasileiros.

Em 1950, o Brasil foi responsável por organizar o Mundial, o quarto na história da FIFA. Naquele ano, vários países ainda se recuperavam da Segunda Guerra Mundial. O Brasil, por outro lado, não sofreu abalo estrutural com a guerra e, após o fim do Estado Novo e do governo do presidente Getúlio Vargas em 1945, via as instituições democráticas se reestruturarem. Era um período de renovação não só política, mas também econômica.

Por isso, a Copa de 1950 era encarada, pelo governo e pela própria imprensa da época, como uma oportunidade única de o país se mostrar ao mundo como uma nação

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC-Unesp e graduado em Jornalismo pela mesma instituição; email: jcpenariol@bol.com.br.

³ Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA – USP) e Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC-Unesp; email: zeca.marques@faac.unesp.br.

civilizada, moderna, em pleno desenvolvimento industrial e econômico, capaz de grandes realizações, não apenas na esfera esportiva. Esses objetivos não seriam obtidos somente com a organização impecável do torneio, mas também com o incentivo ao turismo – que depois verificaria-se que ele fracassou durante o Mundial – com a construção daquele que seria considerado o maior estádio do mundo, o Maracanã, e pela conquista inédita do título de campeão mundial pela seleção brasileira.

O Mundial de 1950 foi realizado no momento em que a expressão "país do futebol" começava, de fato, a tomar corpo no Brasil. Primeiro, porque o evento da FIFA foi organizado justamente quando a profissionalização da modalidade aqui no país alcançava nova dimensão, com o fortalecimento de clubes e campeonatos. A chegada de Getúlio Vargas à presidência do país duas décadas antes, em 1930, foi, ao poucos, dando um fim nas práticas amadoras futebolísticas. O governo varguista tinha como objetivos integrar a identidade brasileira e estimular a cidadania, estendendo direitos e deveres para uma maior parcela da população. Para que isso acontecesse também no esporte, ele criou uma política mais organizada, estruturada e centralizada. Tanto que, em 1933, nascia a Liga Carioca de Football, fundada por clubes do Rio de Janeiro, a primeira entidade futebolística a aceitar oficialmente a inscrição de atletas profissionais. Naquele mesmo ano, foi criada também a Associação Paulista de Esportes Atléticos, e juntamente com a entidade carioca, fundam a Federação Brasileira de Futebol, que apoiava o profissionalismo da modalidade.

Quando chega a década de 1950, o futebol já unia pessoas de todas as camadas sociais do país de maneira muito semelhante ao Carnaval, e nada menos que 17 campeonatos estaduais com boas doses de profissionalismo eram realizados de norte a sul. Meihy (1982, apud Helal) explica um pouco sobre o contexto do futebol no Brasil às vésperas do Mundial de 1950:

O futebol tornou-se uma indústria nacional, no fim da Segunda Guerra Mundial, fortemente regulada pelo governo. Jornais e rádios continuaram a manter sua popularidade. A urbanização produziu uma grande mudança: enquanto a diretoria permanecia no campo sagrado das elites, os associados eram de classe média, que foram atraídos ao clube por suas atividades sociais (bailes de carnaval, restaurantes, piscinas) e pelo status a eles oferecidos pela primeira vez. Os associados passaram de algumas centenas a milhares no início dos anos 40, e uma geração depois o Flamengo tinha 65.000 pessoas e o Corinthians 150.000 associados. O futebol não só afetou espaço para a classe média como afetou muito o público. Despertando interesses, produziu nos grupos o sentido da diversidade dentro das cidades e elos horizontais entre grupos em uma sociedade dominada pelos laços hierárquicos verticais. (MEIHY, 1982: 31, apud Helal 2008, p.7)

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Ibope em 1950 apontou alguns hábitos sobre o povo carioca no que diz respeito ao consumo do futebol. De acordo com o levantamento, 57,3% dos entrevistados disseram gostar de futebol naquele ano. Se considerarmos apenas o público masculino que foi ouvido, esse índice sobe para 71,4%, enquanto entre as mulheres cai para 43,2%. Deste universo de 57,3%, 88% revelaram que assistiam aos jogos do campeonato ou pelo rádio (principalmente) ou pela TV. Esses dados comprovam que o futebol era um produto que vinha caindo no gosto da população, e que a realização de uma Copa do Mundo no Brasil, àquela altura, ajudaria a popularizar ainda mais a modalidade.

Assim, dada a importância que o futebol assumia na sociedade brasileira naqueles anos, a relevância que aquela Copa tinha para o Brasil em termos esportivos, econômicos e históricos, este artigo buscará verificar como as revistas semanais brasileiras daquela época retrataram em suas páginas um dos episódios mais traumáticos da história da seleção brasileira, analisando ainda qual foi o comportamento desta mesma imprensa e o conteúdo dos textos por ela produzidos depois da derrota inesperada para o Uruguai.

Objetivos, metodologia e corpus da pesquisa

Primeiramente, este artigo pretende, a partir da pesquisa documental, verificar que tipos de textos (notas, reportagens, artigos de opinião, charges, fotos etc) quatro revistas semanais brasileiras que circulavam naqueles anos publicaram a respeito da derrota da seleção para os uruguaios na última partida da Copa do Mundo de 1950. Em seguida, faremos uma análise sobre o conteúdo desses textos para verificarmos como esses veículos abordaram o fato, ou seja, se consideraram o revés dentro de campo como um simples fato esportivo, ou se a perda do título foi entendida não apenas como uma derrota esportiva, mas também como um fracasso do Brasil enquanto país.

A escolha dos dois veículos para este artigo – a saber, *Revista da Semana* e *O Cruzeiro* – teve como critério o grau de representatividade e a importância que tinham dentro da sociedade daquela época. Quando falamos em representatividade utilizamos uma pesquisa realizada pelo Instituto Ibope em 1945 para justificar essa palavra. O levantamento feito pelo Instituto apontou as duas publicações lideravam o ranking das revistas mais lidas pelos brasileiros, com *O Cruzeiro* em primeiro lugar e *Revista da Semana* na segunda posição. A análise será feita nas edições do dia 29 de julho de 1950 dos veículos, haja vista que foi nesta data que publicaram o material referente ao jogo Brasil 1 x 2 Uruguai, disputado no dia 16 de julho daquele ano.

Fundamentação teórica

Quando organizou pela primeira vez a competição da FIFA, naquela metade de século, o Brasil vivia um momento de otimismo, dentro e fora dos gramados. O futebol, como já foi citado, vinha adquirindo uma importância enorme para a sociedade brasileira naquela metade de século, com a profissionalização da modalidade ocorrida especialmente no pós-Segunda Guerra, e, ao lado de outras manifestações sociais, como o carnaval, a música, a religião e a culinária, exaltava a cultura nacional.

Nos campos da política e economia, as transformações também eram grandes. Em 1945, após 15 anos sob o governo muitas vezes centralizador de Getúlio Vargas, o país começava um processo de redemocratização, com a organização de entidades sociais e políticas. Era um início da diversificação e do desenvolvimento da sua produção industrial, melhorando as taxas de emprego e investindo em obras de urbanização. Tudo isso influenciava diretamente nas condições de vida dos trabalhadores, que enxergavam um futuro muito mais promissor.

Diante deste cenário, segundo Fraga em '*A derrota do Jeca' na imprensa brasileira: nacionalismo, civilização e futebol na Copa do Mundo de 1950* (2009), nunca o sentimento de nacionalidade no Brasil esteve tão aflorado como em 1950, quando o país organizaria, pela primeira vez na sua história, a Copa do Mundo de Futebol e teria, de fato, uma chance real de conquistar o título inédito e mostrar as qualidades que tinha a todo o mundo. Seria a primeira oportunidade em que os brasileiros poderiam ver de perto sua seleção em campo contra as principais seleções da Europa, das Américas e até da Ásia. E é neste clima de otimismo que entra a imprensa. Os políticos e os organizadores do evento esportivo enxergavam nos meios de comunicação um canal essencial que poderia receber e assumir estes valores nacionalistas e levá-los à toda a população brasileira.

Com este panorama favorável, temos que levar em consideração a hipótese de que o novo ambiente social favoreceria o aparecimento dos discursos eufóricos por parte da imprensa, e tanto os jogos em si e a disputa de seleções nos gramados quanto o entorno da realização da Copa de 1950 devem ter predominado no conteúdo esportivo divulgado pelas revistas semanais da época. É de se supor, por exemplo, que a mídia tenha acompanhado a competição de perto, noticiando cada fato relacionado ao evento esportivo. E que o resultado final, a derrota do Brasil no último jogo para o Uruguai, tenha deixado marcas em toda a sociedade: na imprensa, na seleção, no futebol do país, no povo como um todo. Em artigo publicado na Revista USP, José Sebastião Witter (2003) aborda esses aspectos:

O ano de 1950 é um divisor de águas para o futebol, tanto por ser o momento da retomada do campeonato mundial, depois da Segunda Guerra Mundial, como por ele ser disputado no Brasil. Antes da grande disputa mundial no Maracanã outras três copas foram jogadas: no Uruguai, Itália e França. O Brasil vivia, nas décadas de 40 e 50, um período de crescimento em todos os setores e pôde, com maestria, construir o grande estádio para celebrar a nossa vitória, que não aconteceu, pois perdemos, no último jogo, para o Uruguai. Nunca se viu comoção maior que aquela, só comparável com a da morte de Getúlio Vargas. (p.165)

Não à toa, a inesperada derrota da seleção brasileira para o Uruguai naquele 16 de julho de 1950 é, até hoje, um dos acontecimentos esportivos mais comentados e não só aqui, mas em todos os cantos onde se discute a modalidade. Aspectos esportivos, históricos e sociais relacionados a este fato também são pesquisados por membros da academia. Afinal, aquela decisão representava muito mais do que a possibilidade de o Brasil conquistar o seu primeiro título mundial. Estava em jogo, como já dito, a chance de o país se mostrar ao resto do mundo como uma nação civilizada, desenvolvida, em crescimento, capaz de sediar um evento deste porte com a organização necessária para tal.

Mas antes de entrarmos, de fato, na análise das revistas, convém abordarmos as características básicas desse tipo de jornalismo. Na obra *Jornalismo de Revista* (2004), Marília Scalzo diz que várias palavras podem ajudar a definir o que é uma revista: veículo de comunicação, produto, negócio, marca, jornalismo e entretenimento, mas que nenhuma delas abrangeria completamente o universo que envolve uma revista e seus leitores. Isso porque a relação entre esses dois extremos do elo comunicacional – a revista em si e o seu público leitor – é feita de sentimentos, de erros e acertos, onde o consumidor deposita toda a confiança e expectativa em um objeto, enquanto os responsáveis pela produção deste objeto buscam, a todo custo, passar credibilidade por meio do conteúdo. "Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo", aponta Scalzo.

Já Marcia Benetti, em artigo publicado no livro *A revista e seu jornalismo* (2013), define o jornalismo de revista de uma maneira ainda mais ampla, abarcando características físicas do veículo, particularidades na forma de produção das notícias e de construção dos textos, relação com o leitor e até mesmo a função social que tem.

O jornalismo de revista é um discurso e um modo de conhecimento que: é segmentado por público e por interesse; é periódico; é durável e colecionável; tem características materiais e gráficas distintas dos demais impressos; exige uma marcante identidade visual; permite diferentes estilos de texto; recorre fortemente à sinestesia; estabelece uma relação direta com o leitor; trata de um leque amplo de temáticas e privilegia os temas de longa duração; está

subordinado a interesses econômicos, institucionais e editoriais; institui uma ordem hermenêutica do mundo; estabelece o que julga ser contemporâneo e adequado; indica modos de vivenciar o presente; define parâmetros de normalidade e de desvio; contribui para formar a opinião e o gosto; trabalha com uma ontologia das emoções. (BENETTI, 2013, p.55)

Essa definição usada por Benetti nos dá a dimensão da complexidade que é a produção de uma revista e, principalmente, a importância que tem dentro da sociedade e como o conteúdo que ela produz fornece ao leitor uma visão, mesmo que parcial, dos principais fatos e temas que são discutidos, no Brasil e no mundo. Trata-se, portanto, de um jornalismo diversificado e que estabelece fortes laços com os leitores.

Historicamente, o jornalismo impresso, tal qual a revista e o jornal, parece transmitir uma verdade mais "verdadeira" do que os outros veículos de comunicação, afinal, o que foi escrito pelo jornalista está impresso e pode ser guardado para sempre, como que para comprovar a história, para ser consultado sempre que necessário. Scalzo lembra também que a palavra escrita é o meio mais eficaz para transmitir informações mais complexas, que envolvem várias nuances. Com o papel cheio de letras e imagens em suas mãos, o leitor pode ler e reler tudo até entender a complexidade do fato. Até por isso, os veículos de comunicação impressos costumam ser a fonte das informações mais profundas e completas dos acontecimentos. Principalmente as revistas, em que o tempo de produção da notícia é maior do que no jornalismo diário, proporcionando mais possibilidades de se ouvir todas as fontes para esgotar o fato.

E é justamente a periodicidade o que ajuda a diferenciar o jornalismo de revista do jornalismo diário impresso. O "como", em revista, é muito mais importante do que o "onde e quando". "Até por causa de sua periodicidade – que varia entre semanal, quinzenal e mensal – elas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretanto, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura", diz a autora. Por isso, a revista colabora para a educação do leitor e também tem a função de entretê-lo. Essa dupla função, aliás, encontra explicação no nascimento do veículo de comunicação. Se o jornal nasceu, como fala Scalzo, com a marca do engajamento político, as revistas surgiram para ajudar a aprofundar os assuntos e complementar a educação das pessoas que não tinham tempo para ler um livro. Por esta razão, com o passar dos anos, as revistas apostaram na segmentação, produzindo conteúdos para públicos específicos e em formatos específicos.

Outra marca do jornalismo de revista é a importância da linguagem visual. Foi neste veículo de comunicação que a fotografia – e, posteriormente, o infografismo – ganharam

destaque, mostrando que não bastava preencher uma página com informações relevantes, se visualmente ela não era atraente. E mais do que isso: o casamento perfeito entre repórter e jornalista fotográfico provaram, nas revistas, que o trabalho em equipe era fundamental para informar e conquistar o leitor.

Em relação ao conteúdo, uma revista é composta por vários tipos de textos, verbais e não verbais, considerando aqui a definição de texto como tudo o que transmite uma mensagem. Matérias, entrevistas, cartas dos leitores, editoriais, seções, legendas, notas e reportagens são exemplos de textos verbais presentes em um veículo de comunicação impresso, enquanto fotos, ilustrações, quadrinhos, infográficos e charges são alguns dos textos não-verbais existentes.

Sobre a linguagem verbal, Scalzo aponta que a revista trata o leitor por você, tem intimidade com ele, até porque está dentro da casa dele, e muitas vezes é carregada junto com ele, por onde quer que ele ande. A segmentação do mercado de revistas, com publicações feitas exclusivamente para determinados públicos (homens, mulheres, jovens, crianças, idosos, religiosos, ambientalistas, empreendedores, esportistas, amantes de culinária etc), faz com que os produtores conheçam o rosto do leitor e, assim, falem diretamente com ele, tratando-o por "você", com títulos de matérias sem, necessariamente, um verbo de ação, como é no jornalismo diário. Como define Sérgio Vilas Boas (1996, p.34), a revista é "um lazer que mistura sedução, necessidade de haver personagens, 'espetáculos' etc". Cada texto é ajustado segundo seu público consumidor. Os jornalistas têm liberdade de estilo na hora de redigir textos para uma revista. É preciso que as palavras seduzam o leitor, explorem novos ângulos do fato, tragam novidades, e muitas vezes o profissional concilia as técnicas jornalísticas e as literárias para atingir seus objetivos.

Para finalizar este assunto, Scalzo cita uma pesquisa realizada nos Estados Unidos pela Online News Association, no final de 2001, sobre as características mais importantes de uma notícia, na avaliação dos internautas daquele site. Para eles, a novidade da notícia é apenas a quinta característica mais relevante, atrás de exatidão, completude, honestidade e fontes confiáveis. É justamente isso que uma revista precisa buscar constantemente.

Análise das revistas

As descrições das revistas serão feitas em ordem cronológicas, a partir do ano de criação de cada uma delas. Portanto, a primeira a ser analisada é *Revista da Semana*, a primeira do gênero semanal a surgir no Brasil, em 1900, e que existiu até 1962. Do seu

nascimento até 1915, pertenceu ao Jornal do Brasil e circulava encartada no periódico. Depois, foi comprada pela Companhia Editora Americana, quando recebeu maquinários modernos de impressão e passou a utilizar cores em suas páginas. Na edição de número 30 (29 de julho de 1950), a revista publicou um total de quatro textos sobre a derrota do Brasil para o Uruguai no jogo que decidia o título da Copa do Mundo. São eles:

– matéria "Elevação moral" (p.3) - O texto se apropria de palavras utilizadas pelo jornal uruguaio "El País" para elogiar o comportamento do torcedor brasileiro mesmo após a derrota para o Uruguai no jogo final, com frases como "recebendo a queda dos seus ídolos com a elevação moral que define os rasgos espirituais de um povo". Diz o texto ainda que a seleção brasileira caiu com "dignidade" e que a derrota "não diminui o Brasil", e que o jornal uruguaio destacou "a correção do público brasileiro e a cordial acolhida dispensada aos orientais antes, durante e mesmo depois de conhecido o resultado". Por fim, o autor pede que esse comportamento dos torcedores sirva de "exemplo cívico" para todo o país.

– seção "A personagem da semana" (p.4) - Apesar de trazer o presidente uruguaio Luis Batle Barris como homenageado após a conquista do título, a seção busca elogiar a torcida e o povo brasileiro, com expressões como "a educação esportiva de nossa terra se manteve digna de todos os louvores diante da derrota", assim como já fez na matéria anterior. Somente no fim é que o texto justifica a escolha do personagem, dizendo que o governo uruguaio não poupou esforços "para homenagear os seus patrícios no regresso triunfal". O texto cita que o presidente uruguaio fez tremular, ao lado da bandeira do seu país, a bandeira brasileira, num "emocionante exemplo de fraternidade e educação esportiva".

– matéria "País feliz, esse Brasil" (p.6-17) - A longa reportagem busca encontrar aspectos positivos na realização da Copa do Mundo pelo Brasil, mesmo com a derrota da seleção para o Uruguai. E a solução encontrada para isso foi tratar a perda do título como um "acidente" e elogiar a organização do Mundial, a postura do time brasileiro, o comportamento dos torcedores, e o estádio do Maracanã, legado que o evento deixou para o país. Por exemplo, logo primeiro parágrafo, o autor, Celestino Vieira, dá o tom exato do que viria a seguir. "De um acontecimento dessa natureza muitos proveitos podem tirar-se, muitas conclusões, dolorosas, sim, porém de futuro benefício". Em relação à própria derrota são usadas palavras que levam a crer que ela não foi "vergonhosa, irreparável e completa", pelo contrário, ela teria sido "honrosa". Claro que, ao longo das 12 páginas, em determinados momentos são feitas críticas ao clima de vitória antecipado que pairava sobre todos – torcedores, políticos e imprensa – antes do jogo contra o Uruguai, e para desaprovar

a atuação dos jogadores brasileiros, tanto no quesito falta de vontade quanto no quesito técnico, ao dizer, por exemplo, que o goleiro Barbosa teria levado "um frango". Mas, no geral, a reportagem traz termos positivos para falar sobre o estádio do Maracanã, principalmente para dizer que ele não ficaria abandonado após a Copa, e que outros campeonatos e partidas importantes, envolvendo até mesmo equipes estrangeiras, seriam realizados ali. O texto aponta que o local continuará sendo uma honra para o país e "o mundo continuará a interessar-se pelo estádio". Em relação à torcida, são usadas expressões como "entusiasmo", "hinos entoados em coro" e "tocados de fé e de esperança". Sobre a Copa, o texto destaca que "mais de 36 milhões de cruzeiros foram arrecadados no Brasil, durante o torneio", apontando que, em termos financeiros, o Mundial trouxe benefícios. Já quando se refere à seleção, o autor utiliza referências como "fomos ao fim, com dignidade e nobreza", "derrubamos, um por um, a todos os adversários que nos foram escalados e só perdemos para o derradeiro" e "perderam em condições honrosas".

– foto grande com o título "O bolo que ninguém comeu" (p.58) - Trata-se de uma foto tragicômica que traz a imagem de um bolo estilizado, em formato de campo de futebol e com jogadores representados por bonecos, e que seria partido pelos campeões mundiais brasileiros caso a seleção conquistasse o título. Mas como a seleção perdeu, ele teria ficado intacto. É uma brincadeira, portanto, com o favoritismo da seleção brasileira, considerada por todos – imprensa, torcedores, governantes – a grande candidata ao título, já que jogava pelo empate diante do Uruguai.

Como pudemos notar, *Revista da Semana* procura encontrar, basicamente, apenas aspectos positivos relacionados à decisão da Copa do Mundo, mesmo com a perda do título pela seleção brasileira, em um discurso alinhado ao do governo. No primeiro texto, o autor busca palavras escritas por um jornal uruguaio para mostrar as virtudes do povo e da seleção brasileira, apontando o bom comportamento dos torcedores após a derrota como um "exemplo cívico", pois, apesar da tristeza de todos, não houve nenhuma ocorrência policial relacionada à revolta desses torcedores. Ou seja, ao invés de chorarmos a derrota, deveríamos comemorar a maneira como a torcida presente no Maracanã encarou o fato, como se o bom comportamento não fosse o mínimo que se esperaria de pessoas civilizadas.

No segundo texto, além de também elogiar esse bom comportamento da torcida brasileira, o autor tenta mostrar que a relevância do futebol para uma sociedade é muito maior do que o resultado em campo. Na avaliação dele, o esporte aproxima nações vizinhas – no caso, brasileiros e uruguayos –, e afirma que tal atitude (o hasteamento da bandeira

brasileira pelo governo uruguaio durante a comemoração do título em seu país) deveria ser levada para outras esferas, como a política e a econômico, mostrando que a rivalidade do esporte existia apenas dentro das quatro linhas do gramado.

O terceiro texto também aponta para a mesma direção. Como vimos, o jornalista Celestino Vieira indica que a perda de um título que estava tão próximo da seleção brasileira não significaria a derrota do país, e que poderíamos colher muitos frutos após sediar o evento futebolístico de nível mundial. Nem em termos esportivos o autor acredita que houve uma tragédia, apesar de até hoje vimos a imprensa brasileira tratar o assunto como tal, pois ele diz que o time brasileiro deveria ficar feliz porque o Uruguai, ao conquistar seu segundo título mundial, seria "um dos maiores, senão o maior competidor" entre todas as seleções. Já o quarto texto, apesar de criticar a festa preparada dentro do Maracanã para comemorar a possível conquista brasileira, não faz grandes análises sobre o fato, deixando-o mais no aspecto cômico.

Lançada em 10 de dezembro de 1928, a revista *O Cruzeiro*, publicação dos *Diários Associados*, circulou até julho de 1975. Revista de informação, cultura e entretenimento, trazia um conteúdo variado e se dirigia a um amplo público leitor: homens e mulheres, jovens e idosos, sem muita preocupação em descobrir as preferências de cada público específico. Era uma publicação, sobretudo, moderna, contemporânea, feita para a família brasileira, como ela mesmo se definia. Na edição que chegou às bancas no dia 29 de julho de 1950, a publicação trouxe três textos a respeito da perda do título da Copa do Mundo pela seleção brasileira. São eles:

– artigo "Ufano-me do meu país" (p. 5) - Coube ao jornalista Austregésilo de Athayde, em artigo opinativo, escrever um texto com elogios ao Brasil enquanto país logo após a derrota diante dos uruguaios. A página pode ser considerada um consolo em um momento em que parte da população estava triste com o resultado em campo. O autor, em linhas gerais, exalta o estádio do Maracanã, descrito como "monumento", detentor de "perfeição técnica da estrutura". Ele lembra que o brasileiro sempre teve a sensação de ser inferior em relação a outras nações, mas que agora, com o novo estádio, "a gloriosa e consoladora sensação de possuir algo que é o 'maior do mundo', batendo os 'records' americanos nessa espécie de grandeza, talvez nos libertem dêsse complexo de mesquinhez". O artigo tem outros rompantes de ufanismo, como no trecho em que Austregésilo diz: "quando ando pelas outras terras, sejam da Europa ou da América, vou fazendo comparações que colocam o Brasil acima de tôdas". Ele celebra, por exemplo, algumas grandes igrejas brasileiras, como

a Candelária (quando a compara com o que já viu em Roma), escritores como Machado de Assis (quando o compara com literatos franceses), e volta a exaltar o "grandioso" Maracanã, já no fim do texto.

– matéria "Derrota da máscara" (p. 14 a 20) - Matéria longa, assinada por David Nasser, um dos principais jornalistas da revista naquela época, sobre a derrota por 2 a 1 do Brasil para o Uruguai no último jogo da Copa, resultado que garantiu o título mundial aos uruguaios. São sete páginas no total repletas de fotos (24 ao todo) que retratam momentos como lances da partida e, principalmente, a tristeza dos brasileiros (jogadores e torcedores) e as comemorações dos campeões (em menor quantidade). Em relação ao texto, o jornalista não descreve nada sobre como foi o duelo, e prefere fazer uma avaliação opinativa a respeito da derrota, tentando mostrar que o clima de euforia criado pela proximidade do título pelo Brasil (afinal, a seleção precisava apenas de um empate para isso) atrapalhou os planos da equipe. Segundo o autor, a culpa pela derrota era de todos: "Todos somos culpados. Que história é essa, agora, de descarregar sôbre os ombros de Bigode, de Barbosa, de Jair, de Flávio Costa, a responsabilidade por uma derrota que é tão nossa quanto deles e para a qual contribuímos e pela qual nos penitenciamos? A máscara estava atarrachada em nossos rostos, desde as goleadas, e o Brasil perdeu o campeonato do mundo naquela tarde em que esmagou o quadro da Espanha", escreveu, logo no primeiro parágrafo da matéria. E essa "responsabilização" pela perda do título se repete até o fim do texto. Ele critica a imprensa, que teria classificado a seleção brasileira como "imbatível, invencível em tôdas as suas linhas" e chamado os uruguaios de "homens velhos e cansados" antes da partida; desaprova a atitude de torcedores e comerciantes, que teriam mandado "bordar as faixas de campeões do mundo antes do jôgo"; e reclama da festa antecipada armada no estádio do Maracanã, palco do jogo, pelos governantes brasileiros, quando houve "desfiles cívicos" e "gritos de campeão" no alto-falante. Claro, ele não deixa de apontar o desempenho ruim dos atletas, que "não deram o que sabem, pararam em campo, não tiveram sangue, não tiveram raça, capacidade de lutar", mas considera que tudo isso só aconteceu pelos "elogios exagerados e pela super-estimação" da equipe. O único absolvido pelo jornalista é o técnico Flávio Costa, segundo ele, um profissional "competente, dedicado, sincero", e que tentou o tempo todo fazer com que os atletas "compreendessem o perigo da certeza de vitória". Em seguida, o autor passa a enaltecer a atuação da seleção uruguaia, "guerreira, carrancuda, estrategista", que soube usar da "velocidade, dos passes longos para atravessar as barreiras da defesa" brasileira. No fim, Nasser conclui que, apesar da tristeza, a derrota poderia fazer renascer o

futebol brasileiro, porque "todos os seus vícios, todos os seus êrros, tôdas as suas falhas se cristalizaram na derrota", e que isso ajudaria a seleção brasileira a ver que o esporte é mais "coletivo", e não "individual", pois "uma bola apenas para os onze exige homogeneidade, menos egoísmo de fazer 'goals'. E termina dizendo que "da estúpida tarde do Maracanã nascerá o futebol brasileiro sem máscara".

– matéria "Fibra, fôrça, sangue e peito" (p. 22 a 27) - Texto assinado pelo jornalista francês Jean Eskenazi, especialista em futebol e convidado pela revista brasileira para analisar a Copa. Aqui ele avalia as seleções uruguaia e brasileira, e a competição como um todo. São apresentadas fotos individuais (no estilo 3 x 4) de vários jogadores uruguaiois, imagens de torcedores presentes no Maracanã e de lances da partida final contra o Brasil. O texto começa com uma exaltação ao Mundial: "A 4ª Copa do Mundo foi o maior espetáculo de futebol que se pode imaginar". Em seguida, elogios também à seleção brasileira pelas vitórias por goleada contra Suécia e Espanha: "contra os suecos, os jogadores brasileiros dançaram um verdadeiro 'balet'; contra os espanhóis, foram mais extraordinários ainda", escreve. E ele não economiza nos adjetivos quando se refere ao time do Brasil: "mais surpreendente equipe de futebol de todos os tempos", "maestria inigualável", "uma verdadeira sinfonia fantástica" e "é muito raro assistir a perfeição na arte como no esporte". Na sequência, o francês traça um paralelo com o tênis, e usa uma frase gravada no muro da quadra em Wimbledon, na Inglaterra, um dos templos do tênis mundial, para analisar o que aconteceu no duelo final entre brasileiros e uruguaiois pela Copa do Mundo de futebol: "Saiba receber da mesma frente os dois mentirosos, que são o triunfo e a derrota". Ou seja, ele acredita que a seleção brasileira confiou demais nas vitórias fáceis que tinha conseguido nos duelos anteriores, já que, agora, após o fim do Mundial, "não é à equipe que pratica o melhor jôgo nesta sensacional Copa do Mundo que se confere os lauréis da vitória". Eskenazi, porém, desaprova a festa antecipada que foi vista no Maracanã antes da partida acabar: "Os que tinham um pouco de pressa, preparado o trono dos triunfadores, esqueceram-se de uma coisa: que o jôgo é sempre um jôgo, onde tudo é possível". Depois, cita duas provas de atletismo que tinha visto para novamente comparar com a derrota brasileira. Em ambas as corridas (Marcha Paris-Strasbourg e Maratona dos Jogos Olímpicos de Londres de 1948), lembra ele, os atletas que estavam à frente, próximos da vitória, foram surpreendidos na reta final por adversários considerados inferiores. No fim, ele atribui a perda do título ao nervosismo brasileiro ("seus nervos traíram mais que seu valor"), exalta a

vontade uruguaia ("soube compensar tôdas as suas faltas por uma impessoalidade, uma sobriedade e uma defesa realmente magníficas") e conclui: "A honra é do Brasil".

Como pudemos observar, *O Cruzeiro* publicou três textos sobre o duelo entre brasileiros e uruguaiois, sendo um artigo e duas matérias. Os textos que abrem e fecham o assunto são mais positivos, ou seja, a revista tenta deixar uma primeira e uma última impressão positiva sobre a participação do Brasil e a organização do Mundial.

No primeiro, o autor do artigo, Austregésilo de Athayde, tenta passar uma imagem de Brasil moderno, de país que tem, sim, apesar da derrota dentro de campo, diversos motivos para encher o povo de orgulho, tal como os governantes pregavam na época. A comparação que faz das igrejas e dos escritores existentes aqui no país com os que já viu fora do Brasil, além da exaltação exacerbada ao estádio do Maracanã, agora maior até que as arenas esportivas norte-americanas, como ele mesmo escreve, é uma clara tentativa de acabar com o complexo de inferioridade que sempre rondou os brasileiros. O jornalista e cronista sai do campo esportivo, já que, nele, o Brasil perdeu um título que parecia ganho, e vai para outras áreas em busca de marcas que possam mostrar que o país é, sim moderno e desenvolvido, exatamente a imagem que os governantes da época gostavam de propagar, apesar dos diversos problemas econômicos e principalmente sociais que aqui existiam.

O terceiro texto mostra, primeiro, a força e o poderio econômico que *O Cruzeiro* tinha dentro do mercado editorial nacional, pois a publicação buscou o renomado jornalista francês Jean Eskenazi, que escrevia para diversas publicações esportivas na Europa, para fazer a análise da Copa. Mas quem esperava por uma visão mais autônoma e menos alinhada com a do governo brasileiro, enganou-se, pois a matéria procura não execrar os jogadores da seleção pela derrota, pelo contrário, elogia as atuações que a equipe teve até a final (como nas goleadas contra Espanha e Suécia, pela fase final) e considera o futebol brasileiro um dos vencedores da Copa. Uma das coisas que mais chamam a atenção neste texto são as referências que o autor traz de outras modalidades para tentar explicar a derrota do Brasil, procurando achar paralelos no atletismo, por exemplo, para mostrar que, no esporte, nem sempre o melhor vence. Trata-se, portanto, de uma maneira de consolar o torcedor e até mesmo a imprensa brasileira.

Já o texto do meio é extremamente negativo, apontando vários problemas no comportamento da seleção, dentro de campo, e no da imprensa, dos torcedores e dos organizadores da Copa, fora dele, que teriam culminado na derrota diante do Uruguai. Ninguém é poupado pelo jornalista David Nasser. Na avaliação dele, como escreve desde o

título, a máscara de seleção campeã foi a grande causadora do revés. No fim, o autor até tenta trazer um aspecto bom da derrota ao dizer que, apesar de triste, o resultado na decisão poderia fazer renascer o futebol brasileiro, porque "todos os seus vícios, todos os seus êrros, tôdas as suas falhas se cristalizaram na derrota", e que isso ajudaria a seleção brasileira a ver que o esporte é mais "coletivo", e não "individual", pois "uma bola apenas para os onze exige homogeneidade, menos egoísmo de fazer 'goals'. Mas, como podemos notar, Nasser faz mais uma crítica ao time do Brasil, considerando-o muito individualista.

Considerações finais

Quando conquistou o direito de sediar a Copa do Mundo de 1950, o Brasil viu ali uma oportunidade de organizar um evento não apenas para, com o apoio da torcida, conquistar o primeiro título mundial da história da seleção, mas também uma rara chance de atrair turistas, ganhar a atenção da imprensa de vários países e divulgar algumas qualidades do povo e da nação brasileira. Por isso, o governo vendia a ideia de que o Brasil já era um país moderno, desenvolvido e estruturado, pronto para entrar em uma nova era mundial. A construção do estádio do Maracanã, na época o maior do mundo, foi o ponto alto desse planejamento brasileiro, mas talvez tenha sido o único legado que aquela Copa deixou.

A derrota da seleção para o Uruguai e a conseqüente perda do título não estava nos planos de ninguém, tanto é que, quando lemos qualquer notícia relacionada ao assunto hoje em dia, ele é tratado como uma tragédia, com a eleição de vários responsáveis para que ela tenha ocorrido. O goleiro Barbosa, por exemplo, foi por décadas considerado o principal culpado pelo revés por supostamente ter falhado no segundo gol uruguaio.

Portanto, o que é interessante pontuar neste artigo é que, se hoje olhamos para trás e consideramos o resultado da Copa de 1950 uma tragédia, pelo menos na visão das duas revistas semanais mais lidas naquela metade de século, a derrota e o Mundial em si não deixaram tantas marcas negativas para o país. Pelo material que *Revista da Semana* e *O Cruzeiro* produziram para a edição lançada dias depois do jogo, o saldo proporcionado pela competição foi extremamente positivo. Segundo os textos que os dois veículos publicaram, o Brasil conseguiu organizar um Mundial sem problemas; a seleção perdeu a final, mas o futebol brasileiro saiu fortalecido por ter praticado o jogo mais bonito de toda a Copa; a torcida nas arquibancadas teve um comportamento exemplar; o futebol aproximou os dois países vizinhos sul-americanos; o Maracanã continuaria sendo o maior palco de futebol do mundo e ajudaria a desenvolver ainda mais a modalidade dentro do país.

Obviamente que algumas críticas surgiram nos textos analisados, principalmente para apontar que os brasileiros (imprensa, torcida, governo, membros da própria seleção) criaram o famoso clima do "já ganhou" antes mesmo de a bola rolar, o que poderia ter atrapalhado o desempenho dos jogadores em campo. Mas a palavra tragédia não aparece em nenhuma linha das matérias e artigos. O conteúdo divulgado pelas revistas foi muito mais otimista, praticamente alinhado ao discurso dos governantes da época, que tentavam acabar com o complexo de inferioridade que sempre acompanhou o Brasil.

Por fim, é importante ressaltarmos ainda que nenhum das publicações analisa o que ocorreu dentro de campo, o jogo em si, pois o jornalismo de revista, como vimos, sempre se diferenciou do jornalismo impresso diário ao trazer outras visões sobre o fato, até porque, quando Revista da Semana e O Cruzeiro chegaram às bancas em 29 de julho, a derrota em si já era conhecida por todos os leitores. Daí a busca por olhar para a final da Copa com um olhar muito mais analítico e produzir textos que fizessem um balanço do que tinha sido aquele primeiro Mundial sediado em terras brasileiras.

Referências

DAMATTA, R. (org). **Universo do Futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

FARRUGIA, B, et al. **1950**: O preço de uma Copa. 1. ed. São Paulo: Letras do Brasil, 2013.

FRAGA, G. W. **A derrota do Jeca na imprensa brasileira: nacionalismo, civilização e futebol na Copa do Mundo de 1950**. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

HELAL, R.; SANTORO, M. A.; SOARES, A. J. **Futebol, imprensa e memória**. *Revista Fronteiras*, Unisinos (RS), v.6, n.1, 61-78, janeiro/2004.

MIRA, M. C.. **O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril**. Campinas: Unicamp, 1997.

SCALZO, M.. **Jornalismo de Revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

TAVARES, F. M.; SCHWABB, R. (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

VILAS BOAS, S.. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

WITTER, J. S. . **Futebol - um fenômeno universal do Século XX**. Revista USP, São Paulo, v. 58, p. 161-168, 2003.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.