

DE LA MAGIA A LA MERDE. LA MIRADA DE LA PRENSA ARGENTINA SOBRE LA SELECCIÓN BRASILEÑA DE FÚTBOL EN EL MUNDIAL 2006

Ronaldo Helal¹ Álvaro do Cabo²

RESUMEN: En este artículo se ofrece un análisis del discurso de la prensa Argentina sobre la selección brasileña de fútbol durante el Mundial 2006. Se presenta aquí un análisis de las notas periodísticas publicadas en los diarios Clarín, La Nación y Olé, desde el 01/06/2006 hasta el 09/07/2006.

PALABRAS CLAVE (KEY WORDS): Fútbol, Identidad, Selección, Brasil, Argentina.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este artículo es analizar el discurso de la prensa Argentina sobre la selección brasileña de fútbol durante el Mundial 2006. De esta forma, presentaremos un análisis de las notas periodísticas publicadas en los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Olé*,³ desde el 01/06/2006 hasta el 09/07/2006. Investigaremos las narrativas periodísticas acerca de la selección brasileña en tres momentos distintos: a) antes de la competencia: b) durante los partidos disputados por Brasil durante el Mundial y c) tras la eliminación brasileña para la selección francesa en los cuartos-de-final.

Países vecinos y con tradición de rivalidad que se vuelve más intensa en el campo deportivo,⁴ Brasil y Argentina son muy semejantes en las maneras como se utilizaron del fútbol para “construir” el sentido de pertenecer a la nación. Como Helal (2007) demostró en otra ocasión, existe en la Argentina un sentimiento dominante: el fútbol brasileño es superior al argentino; Brasil es una fábrica de craques, Argentina de grandes jugadores. El fútbol brasileño, según el propio Maradona, estaría un escaloncito arriba del argentino.⁵

Helal (2007) observó también que, en muchos Mundiales, la prensa argentina “hinchaba” por Brasil cuando este jugaba contra un equipo europeo, principalmente cuando la selección argentina ya no estaba más en la competencia, sin que hubiera reciprocidad de parte de Brasil.⁶ Además, en un terreno en donde las rivalidades están más exacerbadas,

como es el caso de la relación Brasil-Argentina en el universo futbolístico, fueron evidenciados varios estereotipos en la mirada de “uno” para el “otro” y viceversa. En la mirada de la prensa argentina sobre el fútbol brasileño, los estereotipos dominantes están asociados a características como “alegría”, “diversión” y “habilidad” como marcas intrínsecas del fútbol brasileño, denominado por ellos como “jogo bonito”, escrito así, en portugués (Helal. 2007).

Sin embargo, con la globalización y, por ende, con la conciencia argentina – por medio de lecturas de los diarios brasileños en internet y en notas de los corresponsales argentinos en Brasil - de que los brasileños generalmente “hinchan” contra Argentina, cuestionamos: ¿Será que los argentinos siguen “hinchando” por Brasil cuando este juega contra un equipo europeo? ¿Estaríamos, hoy día, observando un cambio en la mirada argentina sobre el fútbol brasileño o el cambio estaría centrado exclusivamente en los afectos, o sea en la actitud de “hinchar” o “no hinchar” por Brasil? Nuestra hipótesis es que hubo una agudización de la rivalidad, principalmente después del surgimiento de los diarios *Olé* en la Argentina y *Lance!* en Brasil, a partir de 1996. Asimismo, los argentinos demuestran una admiración explícita al fútbol brasileño, aunque ya no “hinchan” más por Brasil como antes. Las informaciones de no reciprocidad del “otro lado” habrían generado un cambio de actitud por parte de los argentinos.

La selección brasileña de fútbol era la favorita a la conquista del Mundial 2006 en Alemania. Además de ser el único equipo penta-campeón, título conquistado en el Mundial 2002, Brasil tenía jugadores considerados “fenomenales” por la mayoría de la prensa mundial, como Ronaldinho Gaúcho, Kaká y Ronaldo, ídolos en equipos europeos. Más allá de este hecho, el equipo brasileño estaba jugando bien en los partidos amistosos y de beneficencias y el año anterior había sido campeón de la Copa de las Confederaciones en Alemania, una competencia que reúne los equipos vencedores de los principales campeonatos continentales. Brasil logró el título de este campeonato venciendo en la final justo el equipo argentino por 4 a 1,⁷ lo que hizo aumentar aún más el favoritismo de Brasil en el medio futbolístico.

El equipo argentino, por su vez, también era un equipo muy fuerte, que poseía grandes jugadores como Riquelme, Messi, Sorín, todos atletas reconocidos internacionalmente. Sin embargo, su valor estaba en un según nivel debido a las expectativas y los elogios contundentes a Brasil, incluso entre los periodistas argentinos.

1) FAVORITISMO, FIESTA Y ALEGRÍA – LA EXPECTATIVA DE LA “MAGIA” ANTES DEL MUNDIAL

“Un equipo que parece tenerlo todo: solidez, variantes, potencia, juego, magia, gol. Un equipo que, sin vericuetos tácticos y con mucha circulación de pelota irá por el hexacampeonato. Un equipo que atrapa. Convoca. Emociona. Enamora. El encanto verdeamarelo nace en los pies de sus cracks y su seducción es a priori, de índole visual: Brasil entra por los ojos”.⁸

Con esta declaración de “amor” al fútbol brasileño el cronista Miguel Bossio del *Clarín* presenta la selección brasileña en crónica titulada “El candidato que enamora”, publicada en el suplemento especial que presentaba todos los equipos que participarían del Mundial 2006. El mismo suplemento publica en la tapa un análisis del periodista Miguel Ángel Bertolotto sobre las expectativas del campeonato que estaba para comenzar. En la crónica, cuyo título es: “Argentina Cree, Brasil asusta, todos sueñan”, la calificación de Brasil como el candidato de todos, demuestra el favoritismo de la selección brasileña:

“Si le puede ganar a Brasil? Ese es el desafío capital. Y no sólo de Argentina. Para la cátedra, para los espectadores, para la opinión unánime – hasta para los mismísimos adversarios, que lo respetan y los temen como a nadie- , el cuadrado que lidera el mágico Ronaldinho es el candidato de todos. Nadie (o casi) imagina un campeón que no sea Brasil en la final del domingo 9 de Julio en Berlín. Las otras 31 selecciones pelearán para ver quien es segunda, se suele escuchar de bocas sin distinción de nacionalidades”⁹

El diario deportivo *Olé*, conocido por su ironía y la manera con que estimula tanto las rivalidades de la selección Argentina con Brasil y con Inglaterra como en las disputas locales, sobretodo en el “superclásico”, Boca Juniors x River Plate, también considera Brasil como el gran favorito. Sin embargo, *Olé* registra el exagerado clima de “fiesta” que

existía en la concentración en Weggis, Suiza y un embarazoso episodio ocurrido con algunos jugadores que se quedaron hasta la madrugada en una discoteca suiza. El día 02 de junio, la nota en *Olé* sobre Brasil decía: “Quien podrá parar este Carnaval antes del 9 de Julio? Ya están de fiesta”¹⁰ registrando la participación de Ronaldo, Dida, Júlio César, Emerson, Adriano, Robinho y Roberto Carlos en una discoteca en Lucerna, pero, a la vez, afirmando que la selección también se divierte durante el día, ya que el clima de desconcentración en los entrenamientos antes del inicio de la Copa era muy grande. O sea, la nota mezcla elogios por el talento de los jugadores de Brasil con críticas sutiles a la “fiesta” en la discoteca que algunos jugadores de la selección participaron en la noche anterior. Es una nota que, suponemos, también hubiera sido publicada en los diarios brasileños con el mismo tono. No observamos, hasta este momento, provocación a Brasil. Los elogios a la selección son el tono que predomina, aunque hayan registrado el embarazoso episodio.

Las notas, de una manera general, evidencian el favoritismo de Brasil, y las fotos de ambos los diarios (*Clarín* y *Olé*) explotan las risas de Ronaldinho Gaúcho y los juguetes durante los últimos entrenamientos antes de dejaren la concentración en Suiza y disputaren el ultimo partido amistoso contra Nueva Zelandia. Lo que podemos concluir es que la idea de “alegría brasileña” estaba muy presente y fue bastante utilizada en los diarios argentinos. No eran sólo narrativas de favoritismo del equipo. Había un tono de encantamiento y una expectativa de que Brasil iría mostrar su conocido “jogo bonito”.

La cobertura de Brasil en *Olé* registraba los entrenamientos y los esquemas tácticos, Eran notas que podríamos calificar como siendo las de un periodismo más neutral e investigativo. Sin embargo, en el alto de las páginas referentes a Brasil, aparecía siempre el irónico mensaje: “Atención: Esta página contiene mensajes satánicos”. O sea, los periodistas escriben notas supuestamente imparciales – y muchas veces favorables a Brasil, pero la edición de las mismas sigue su línea de burla contra Brasil. Podríamos destacar como ejemplo, la nota del día 04 de julio, cuando el peso del ataque brasileño es destacado en el titular: “Ya gana por peso. El dúo de ataque de Brasil suma 169 kilos y es el más pesado de Alemania. ¿Argentina? Liviano”¹¹. Asimismo, el texto de la nota es muy

favorable al fútbol brasileño.¹² Se queda claro que la provocación de *Olé* a Brasil está más centrada en la edición de las notas y no en las notas en sí mismas, que se mezclan entre un periodismo más imparcial e investigativo y otro más favorable a Brasil.

La goleada brasileña por 4 a 0 en el partido contra Nueva Zelanda fue analizada por la prensa argentina como una demostración más de fuerza de Brasil. Las notas en los principales diarios, incluso en *Olé*, exaltan la actuación de la selección brasileña. Los titulares en los diarios alardeaban el fútbol de la selección. En *La Nación*, el titular fue: “En su última prueba, Brasil fue la síntesis del brillo y la efectividad”¹³. En *Clarín* el énfasis está en el favoritismo: “A media máquina, Brasil igual golea. Creó 20 situaciones y despachó a Nueva Zelanda con un 4-0. Lleva 25 goles en tres amistosos y da la sensación de que nada le cuesta esfuerzo”¹⁴. *Olé* se utiliza del estereotipo de que el brillo del fútbol brasileño es debido a los negros del equipo: “Los All Scratch. Otra exhibición del Penta, esta vez ante Nueva Zelanda y con el estilo arrollador de los All Blacks”. Su corresponsal, Antonio Serpa, inicia su crónica indagando: “Todavía estamos a tiempo de evitar el papelón. El papelón dos demás, por supuesto. Hace falta jugar este Mundial? ¿Es serio? No parece haber competencia para este Brasil en el camino hacia otra Copa”¹⁵

De una manera general, observamos que en las notas anteriores al Mundial el tono que predomina muestra una exaltación a la selección brasileña, al “fútbol-arte” asociado a la figura de Ronaldinho Gaúcho, a la alegría del equipo durante los entrenamientos, a los jugueteos cotidianos y al favoritismo de Brasil. Además, Ronaldinho es comparado con el mayor ídolo argentino, Diego Maradona. El equipo del diario *Olé*, por ejemplo, le entregó a Ronaldinho una camisa de Maradona autografiada al brasileiro. Este episodio resultó en una nota exaltando al jugador brasileño y la afirmación de que él es el “verdadero 10 de los días actuales”, y que podría superar, incluso, a Maradona. Para muchos argentinos Maradona fue mejor que Pelé, pero en este debate sobre el mejor de la historia, aparece aquí una variable risueña. ¿Ronaldinho Gaúcho podría llegar a ser mejor que ambos?

El día 9 de junio empieza la Copa y en las notas sobre Brasil, los tres diarios analizados resaltan el clima de “fiesta” del último entrenamiento, la impresionante marca de 25.000

personas presentes que hubieran pagado hasta 50 euros por entradas que deberían ser gratuitas, la ausencia de Ronaldo y el amplio favoritismo de Brasil para conquistar el título de campeón. El diario *Olé*, por ejemplo, tituló: “Fiebre Amarilla. Sin un engripado Ronaldo, Brasil reunió seis veces más gente que Argentina y dejó embobados a fanáticos que compraron entradas...! gratuitas!”¹⁶

2) DESENCANTO, DELIRIO, DECEPCIÓN Y BURLA – “LA MERDE”

Durante la Copa, la cobertura de los diarios argentinos acerca de los equipos se concentraba en los partidos disputados. Sin embargo, la selección brasileña era el único equipo extranjero que generaba notas diarias, aunque las notas más contundentes aparecían en los días posteriores a sus partidos. Este dato indica que la atención de la prensa argentina estaba muy volcada a Brasil. Eso no quiere decir que la prensa “hinchaba” por Brasil, sino que había una expectativa de saber lo que pasaba con el equipo rival y supuestamente por ver los que ellos denominan de “jogo bonito”.

Las dudas con relación a la “magia” de la selección brasileña surgen inmediatamente tras su estreno. Los periodistas no sólo destacan la mala actuación del equipo, pero principalmente la ausencia de fiesta y brillo. La tapa de *Olé* busca desmitificar la superioridad de los jugadores brasileños en el titular, con foto de Kaká celebrando su gol, que decía: “SON HUMANOS. Brasil es de este planeta. Croacia lo dominó pero no tuvo llegada. La diferencia fue el golazo de Kaká: 1-0. Ronaldo no la tocó y salió, Ronaldinho hizo poco (...)”¹⁷. Asimismo, la foto de Kaká con las flechas a su alrededor y el subtítulo confirman el proceso de desmitificación: “tienen dos manos, también ojos...orejas y se les hinchan las venas cuando gritan gol”.¹⁸

La condición de humanidad de los jugadores brasileños inicia un proceso de desencantamiento de los periodistas con la “gran favorita”. En el análisis táctico del partido, el cronista Antonio Serpa sigue considerando Brasil como un fuerte candidato, aunque hayan surgido dudas sobre algunos jugadores y el conocido “cuadrado mágico”¹⁹. Lo más destacado de las notas de *Olé* había sido la ausencia del elemento que a los argentinos más les gusta en Brasil, el “jogo bonito”: “ KAKÁNDIDATO. Apagados los

demás, sólo Kaká se encendió y Brasil se quedó con la victoria mostrando la chapa, pero nada del **jogo bonito**".²⁰ (Los destacados son nuestros).

La tapa de *Clarín* también demuestra que la expectativa alrededor del "brillante" fútbol brasileño no fue correspondida: "Brasil ganó, pero sin la fiesta prometida. Definió con un golazo de Kaká. Debió luchar más de lo esperado ante el duro equipo croata. Le faltaron brillo y llegadas de gol. Y sus estrellas no funcionan a pleno"²¹. En la crónica del partido, escrita por el corresponsal Miguel Bossio, surgen las dudas con el "cuadrado mágico" y la ausencia del *jogo bonito*, aunque él seguía esperando mejora del equipo brasileño. El periodista empieza su análisis con una metáfora al muro de Berlín: "Así como entre 1961 y 1989 hubo aquí un Muro que encerró mucho más que desencuentros, ayer subía a escena un cuadrado, mágico, que encarcelaba una promesa: dar espectáculo para lo que vieran desde los cuatro costados. El problema para Brasil, fue que se iluminó apenas uno de los cuatro costados"²². El final de la crónica demuestra el respeto del cronista por los jugadores a pesar de la decepción con el partido y sobretodo con una frase de Cafu. "Pasó el estreno más esperado, aunque que no de la forma esperada. 'Es tiempo del *jogo práctico*, no del *jogo bonito*' filosofa Cafu. Brasil fue un mínimo triunfo y nada más. Tampoco es para que ande llorando detrás de los muros. Como va a llorar Brasil si aún tiene tres ases bajo la manga que todavía ni utilizó...!"²³

Del mismo modo, Los titulares de *La Nación* destacan la ausencia de brillo del equipo de Brasil: "Brasil dejó una pálida imagen. Derrotó por 1 a 0 a Croacia, pero su juego no alcanzó el brillo esperado"²⁴. "Brasil dejó el brillo para otra ocasión y logró un triunfo austero"²⁵. En la misma edición, el periodista Juan Pablo Varsky al exaltar el desempeño de Kaká describe varios estereotipos sobre jugadores brasileños en su crónica "Kaká, el craque que no parece brasileño":

"No parece brasileño. No sabe bailar samba. No sale de noche. No le gustan las discotecas. No tiene una vida privada escandalosa. No participa de los carnavales. No es fanático de la playa. No polemiza con sus entrenadores. No llega tarde a las prácticas. No le gusta tocar para atrás. No es individualista.....No parece brasileño. Nació en Brasilia, probablemente la ciudad menos futbolera del Brasil. No padeció la pobreza durante su infancia"²⁶

La imagen estereotipada del brasileño como un tipo “fiestero”, fanático por Carnaval y playa, de fútbol individualista y de origen pobre, contrastaría con el religioso hijo de padres de clase media, que tuvo una buena escolaridad, representado por Kaká. Observemos que, subyacente al texto de esta narrativa, se encuentra un ejemplo de uno de los estereotipos “construidos” sobre los jugadores brasileños, como craques debido a factores intrínsecos y étnicos, descalificando los intensos entrenamientos que muchos son submetidos a lo largo de sus carreras profesionales.²⁷ Kaká sería aquí el antagonista de la supuesta “brasilidad”.

Un dato publicado en *Olé* dos días después de este partido demuestra la expectativa de Argentina por ver el estreno brasileño que tuvo un rating expresivo en un martes a la tarde. La información fue vehiculada en una nota bajo el titular “Brasil es argentino” y explicita una vez más el estereotipo que está directamente asociado al fútbol brasileño: el “jogo bonito”.

“La expectativa por ver el debut de Brasil superó todo lo imaginado en nuestro país: el partido con Croacia, que transmitió Canal 13 midió 34,8 puntos, un martes a las cuatro de la tarde. Y tuvo un pico de 43,5. Algunos lo habrán para verlo perder, pero la mayoría para disfrutar de un jogo bonito que por el momento no apareció. 34,8 puntos por Canal 13. Es lo que marcó Brasil vs. Croacia, en lo que fue la tercer medición más alta del año después del partido Argentina y los Martin Fierro. Por su parte Italia-Ghana hizo 20,3 (Canal 13) y Francia vs Suiza 12,3 (América).²⁸ (Los destacados son nuestros)

La expectativa sobre los partidos de Brasil y las esperadas exhibiciones “espectaculares” continuarán siendo reclamadas, incluso, en declaraciones de algunos jugadores. El día 15 de junio, Ronaldinho escribe en *Clarín* como columnista especial una crónica titulada: “El mundo espera más de nosotros, y se lo daremos” donde llega a afirmar de manera enfática:

“Esta victoria nos dará tranquilidad para demostrar nuestro potencial. Todo los jugadores contribuimos a la victoria, todos trabajamos para que Brasil ganara el encuentro. Es verdad que el mundo esperaba más de Brasil, eso es bueno, porque en el primer partido ganamos y ahora tenemos todo el Mundial para darle al mundo todo lo que espera de Brasil”²⁹

Registremos el espacio ofrecido por *Clarín* para una columna exclusiva a un jugador brasileño en sus ediciones durante la Copa. Un dato que, creemos, sea desconocido de la

mayoría de los brasileños es que Pelé fue columnista de *Clarín* durante varios mundiales. Además, en todos los Mundiales desde 1970 se observó que siempre hubo un columnista brasileño escribiendo en los diarios argentinos pero no encontramos reciprocidad por parte de los diarios brasileños (Helal. 2007). ¿Por qué? ¿Qué significa esta ausencia de un cronista argentino en la prensa brasileña? ¿“El otro” no podría tener “voz” en el universo La frustración por la ausencia del “bello” fútbol que debería ser presentado por los jugadores de Brasil hizo el periodista Daniel Arcucci, de *La Nación*, afirmar: “En ninguno de los encuentros ni en Berlín, ni en Munich, Brasil fue Brasil... Habrá que ver si, una vez más, Brasil es fiel a su historia.”

La expectativa del “jogo bonito”, de la magia, predomina a pesar de las rivalidades y se queda claro que el hecho de Brasil no estar jugando bien no sólo intensifica provocaciones y críticas, pero, a la vez, les causan desencanto a los medios especializados argentinos. ¿Se les causan desencanto, estarían los argentinos todavía “hinchando” por Brasil en el año 2006?

En nota de *Clarín* dos días después del partido que confirmó la clasificación de Brasil para los octavos de final, observamos el registro: “Esperando el **jogo bonito**. El técnico Parreira y los jugadores admiten que es mas importante ganar y avanzar hacia el título que dar espectáculo.”³⁰ (Los destacados son nuestros).

“del uno”? Asimismo, este “uno” tiene “voz” en el universo del “otro”. ¿Será que “el otro” argentino “construido” por los brasileños tiene una importancia mayor, tal vez por ser el único “otro”?

Otra victoria brasileña con un desempeño débil intensifica el proceso de desencantamiento de los argentinos con el “cuadrado mágico”, como vamos a observar a través de las capas y de los titulares de los tres diarios analizados. *Clarín* afirma: “Brasil gana, pero la magia no aparece. Derrotó 2-0 Australia y pasó a octavos de final. La dupla Ronaldo-Ronaldinho sigue sin funcionar. Fue un partido muy parejo: Australia estuvo varias veces cerca del empate”.³¹ En *La Nación* el titular principal dice: “Brasil sin el sello del campeón. Se clasificó con un opaco éxito ante Australia por 2-0”³². El titular de *Olé*: “Es Penta y

espanta. Australia lo complicó y Brasil jugó mal, pero te emboca en cualquier momento, ganó 2-0, se clasificó sin goles en contra y Roberto Carlos dijo: “ No necesitamos seis, con uno o dos goles llegamos a la final”.³³ En las notas específicas sobre el partido son resaltadas las provocaciones de Roberto Carlos, que dos días antes habría respondido a un periodista argentino que “sólo hablaba de Brasil pues era el virtual campeón del mundo (2002) de la América (2004) y de la Copa de las Confederaciones (2005)”. Este registro es curioso, ya que, de una manera general, uno de los estereotipos “construidos” en Brasil sobre los argentinos es la “soberbia”. ¿Sería este registro una retaliación de los argentinos? A fin de cuentas, ¿quién es soberbio?

El corresponsal de *Clarín* Miguel Bossio analiza el partido desde un punto de vista irónico. Según él, los os craques brasileños Ronaldo y Ronaldinho estarían sin magia, perdidos en el Cuadrado de las bermudas:

“Cualquiera lo imaginaba perfecto, con esas perfecciones dignas de mirarla desde los cuatro costados. Pero resultó que no, que el Cuadrado Mágico de los brasileños sigue en problemas: cero encantamiento, poca lucidez, alguna que otra Duda. Como si, en vez de Mágico pareciera el Cuadrado de las Bermudas, con gente perdida en su interior. Ronaldo y Ronaldinho? Sí, justamente ellos son los que siguen desapareciendo en el tan mentado Cuadrado de ataque...”³⁴ (Los destacados son del diario)

Resaltemos que el según partido de Brasil tuvo el mayor rating hasta entonces con una medición de 38,3 puntos, superando, incluso los canales que transmitieron el partido de la Argentina, en lo cual el mayor rating fue de 31,9. No obstante, es importante aclarar que mientras el partido Brasil x Australia era transmitido en un sólo canal (Telefé), los partidos argentinos eran vehiculados en cuatro canales privados (Canal 13, Telefé, Canal 9 y América) y la suma de los cuatros daría una medición de 69,5 puntos.³⁵

Brasil al enfrentar Japón en el tercer partido da primera fase, ya estaba clasificado para los octavos de final y, por eso, jugó este partido con muchos jugadores suplentes. Sin embargo, este fue considerado el mejor partido de la selección. La buena actuación sumada a los dos goles de Ronaldo generaron un “delirio efímero” entre los periodistas argentinos. El esperado “jogo bonito” habría aparecido. El tono de las notas cambia inmediatamente y vuelven a exaltar el “mágico” fútbol brasileño. *Clarín* afirma en nota con el titular:

“Volvió el show. Brasil pasó a octavos con puntaje ideal y ante los japoneses de Zico, cerró la primera fase a toda orquesta con fútbol y goles.

Por fin subió a escena el tan esperado show do Brasil. Se fue a casa la copia trucha de Ronaldo y volvió el verdadero, el implacable. Hubo espectáculo. Taquitos. Asistencias de Ronaldinho. Jogo bonito y gambetas. Goles para tirar para arriba. Clasificación con puntaje ideal (el martes se la verá con Ghana, también acá en Dortmund). Alegría, primera cuota de la deuda paga y fiesta”³⁶ (Los destacados son nuestros)

El esperado “jogo bonito” al fines de cuentas surgió. Estaba siendo paga la deuda brasileña de dar “alegría” y “espectáculo” a través de la pelota. El corresponsal de *Olé*, Antonio Serpa que, aún en las débiles actuaciones brasileñas seguía creyendo en el equipo de Brasil, va a afirmar de manera vehemente en su artículo “El banco Mundial”:

“Hay un estilo que no se rompe. Una escuela que, con leves diferencia humanas, produce en cadenas folhas secas, gambetas, cambios de frente de 50 metros, sombreros, canos, tacos... Una técnica exquisita. Y así como no se notan diferencias a lo largo de los años, tampoco los hay entre titulares y suplentes..... No hay riqueza como la de Brasil. Es el Banco Mundial, el que tiene billetes de todos colores”.³⁷

En la tapa de *Olé* el titular después de este partido decía: “Son Galácticos”, contrastando con el titular de la tapa tras el estreno contra Croacia que decía que “Son Humanos”..³⁸ El encantamiento por la selección brasileña retornara. Brasil volvía a ser el gran favorito. ¿Sería la redención a través del retorno del “jogo bonito”?

El encantamiento fue efímero. El partido contra Gana por los octavos de final no permite la continuación de estas narrativas de exaltación a Brasil. A pesar de haber ganado por 3 a 0, la selección no jugó bien. Con eso, el tono de decepción e ironía vuelve en las narrativas periodísticas en los diarios argentinos. Independiente del buen resultado, ¿dónde estaba el espectáculo? ¿Dónde estaba el “jogo bonito”?

La tapa más irónica y estereotipada de *Olé* fue la que salió publicada el día posterior a esto partido. Ahí había una fotografía de un “culo” de una “mulata”, vistiendo un micro short con la bandera brasileña y a su lado un hincha con un pandero y que la miraba fijamente al culo de la “mulata”, con el siguiente título: “O mais grande do mundo”. Arriba, en letras

gigantescas, algunas informaciones sobre el partido: “Brasil jugó mal, pero tiene la suerte del hexacampeón: Ghana lo dominó pero no emborcó el arco. Ronaldo hizo un gol y llegó a 15. Record en mundiales: 3-0.”³⁹ En las notas internas, la decepción se mezclaba con ironía a Brasil, en narrativas como: “El Penta goleó a Ghana y confirmó que puede ser Hexa sin el juego bonito”⁴⁰ o “¿Por que juega feo?”⁴¹ y la burla, aunque cargada del estereotipo de la alegría, sobre la actuación de Ronaldinho “¿Y la sonrisa dónde está?”.⁴²

En *Clarín*, el delirio que surgió por la actuación de Brasil contra Japón dio lugar, otra vez, al discurso desencantado, aunque seguían creyendo en la conquista del equipo: “Verás que todo es mentira... No hubo 3 goles de diferencia con Ghana. El cuadrado mágico impresiona mucho pero resuelve poco. El joga bonito le interesa, aunque digan que no. Brasil, pregona que no es candidato, pero sigue siendo el mas favorito de todos.”⁴³

Después de la victoria sobre Gana, Brasil tendría de jugar los cuartos de final contra Francia, que había ganado de Brasil en la final de 1998 - el ultimo partido perdido por Brasil en una Copa del Mundo. Francia tenía Zinedine Zidane, que a pesar de estar en final de su carrera era conocido como “el verdugo” de aquel partido. En los días anteriores al partido, la memoria de este partido fue accionada. La mayoría de las notas versan sobre el 12 de julio de 1998 y su repercusión en Brasil. El partido pasa a ser tratado como una revancha.

Además, la expectativa era muy grande en relación al partido de Argentina contra Alemania. Con la derrota argentina en los penales un día antes del juego de Brasil, la atención se volvió para el Brasil-Francia. Los argentinos se habían “caído de pie” como afirmó la tapa de *Olé* y la prensa exaltaba el comportamiento del equipo que salió de la competencia sin perder partido algún. Hubo también registros de los titulares de los diarios brasileños “celebrando” la derrota Argentina.

Sospechamos que fueron estos registros que llevaron la prensa argentina que tanto “ama” al “jogo bonito” brasileño a festejar la derrota de Brasil. El titular de *Olé* decía: “MERDEAMARELA. Zidane, igual que en el 98, le dio un baile histórico a Brasil, con Ronaldo, Ronaldinho y Kaká, y el Penta quedó pintado, fuera de Alemania. Hoy cantamos

la Marsellesa. Francia, suerte en la semi.”⁴⁴ Ya *Clarín* publicó: “Francia le dio pasaje de vuelta al Pentacampeón. Zidane y Compañía le ganaron, como en el 98, y con un gol de Henry despidieron al máximo candidato. Fracaso de Brasil, que se va del Mundial, en la misma instancia que Argentina, pero derrotado en los 90 minutos. Zidane volvió una noche y brindó con fútbol champagne”.⁴⁵ La irónica crónica de *Clarín* al comentar el revés brasileño demuestra que los argentinos, de esta vez, “hincharon” contra Brasil:

“El sentir argentino, desesperado de dolor por los manotazos de Lehman y la eliminación del Mundial decidió cortar por lo sano. Nada de tecito, nada de aspirinas, nada de vahos con eucaliptus. Con ojos aún llorosos, más el corazón partido al medio por una tibia Alemania, el pueblo de Ayala, Sorín, y Crespo se encontró con un vecino llamado Brasil. Vecino que sin saber, era farmacéutico y tenía un santo remedio llamado a dios Penta.”⁴⁶ (Los destacados son del diario).

El “jogo bonito” que tanto les gusta a los argentinos no surgió y, de esta forma, fue más fácil burlar y “hinchar” contra Brasil. La celebración de la derrota de Brasil sirvió también para confortar la eliminación de la selección argentina en el día anterior.

CONSIDERACIONES FINALES (O CASI)

La tesis propuesta por Helal (2007) a partir de una frase del sociólogo Pablo Alabarces de que los “argentinos odian amar” a los brasileños ocurre cuando Brasil posee equipos que “juegan bonito”. Sin embargo, entendemos que el amor puede ser diluido cuando la selección brasileña exhibe un fútbol ajeno a lo que los argentinos consideran como siendo intrínseco a su “tradición”, principalmente en un momento donde la rivalidad está más agudizada. De parte de Brasil sospechamos que “el argentino” es “el otro” “construido” con mucha intensidad en las últimas décadas como una necesidad brasileña para marcar su alteridad. Esta “construcción” aparece en los diarios brasileños que, hoy día, pueden ser leídos en internet. Este hecho habría provocado un cambio de actitud de los argentinos en relación a Brasil, aunque la admiración al fútbol rival siga apareciendo de manera explícita. De hecho, observamos que las expectativas sobre los partidos de Brasil estaban siempre direccionadas a la idea del “jogo bonito”, que sería la marca del fútbol brasileño.

Es muy difícil, en este contexto, que la prensa argentina haga un análisis racional, basado en criterios tácticos del equipo brasileño. Se puede observar por las notas en los diarios durante el Mundial 2006, que los temas transitan por Carnaval, por los esperados shows brasileños y la “fiesta” que no ocurrió. La mala campaña del equipo disiparon todo el favoritismo anterior al Mundial. En el enfrentamiento contra Japón observamos un efímero “delirio” y ante la derrota contra Francia la transformación de “la magia” en “la merde”

O sea, con la eliminación, Brasil fue rebajado a la “merde”. Las expectativas sobre el “jogo bonito” y el incremento de las rivalidades hicieron con que la campaña de Brasil fuera ridicularizada al final. ¿Como se esperar poco de la “patria de botines”? El “más grande del mundo” sería sólo el “culo” de la hinchada brasileña?

REFERENCIAS

Helal, R. “Jogo Bonito y Fútbol Criollo. La relación futbolística Brasil-Argentina en los medios de comunicación”. In Grimson, Alejandro (compilador). *Pasiones Nacionales: Política y Cultura en Brasil y Argentina*. Buenos Aires, Editorial Edhasa, 2007

Jacks, N; Machado, M; Muller, K. – *Hermanos, pero no mucho: el periodismo narra la paradoxa de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina*. Buenos Aires, La Crujía, 2004

Lovisoló, H. y Helal R. “Pelé y Maradona: periodismo y contradicciones entre los héroes y las sociedades”. Trabajo aceptado para el grupo de trabajo “Sociología Del Deporte, Ocio y Tiempo Libre del XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, 2009.

Soares, A y Helal, R. e Santoro, M. “Futebol, Imprensa e Memória”. *Revista Fronteiras, volume 6*. São Leopoldo, Unisinos, 2004.

Diarios *C.*, *La Nación* y *Olé*. Desde el 01/06/2006 hasta el 09/06/2006.

NOTAS:

¹ Ronaldo, Helal: Profesor de La Facultad de Comunicación Social de la Universidad del Estado de Río de Janeiro. Su correo es: rhelal@globo.com

² Alumno del Programa de Posgrado de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad del Estado de Río de Janeiro.

³ El material utilizado fue recopilado por Ronaldo Helal, durante el período que realizaba su posdoctorado en la Universidad de Buenos Aires.

⁴ Sobre la formación histórica de la rivalidad entre Brasil y Argentina y sus reflejos en la “construcción” del “argentino” en los diarios de Santa Catarina y Porto Alegre, véase Jacks, N., Machado, M., e Muller, K. (2004).

⁵ Los discursos retóricos se estructuran bajo la forma polémica. Véase Lovisoló y Helal (2009).

⁶ Excepto en el Mundial 1986, cuando se observó una preferencia por Argentina en los diarios brasileños, principalmente por el encantamiento al fútbol de Maradona.

⁷ Sobre la narrativa argentina acerca de este partido, véase, otra vez, Helal (2007).

⁸ Clarín. Suplemento deportivo mundial. 01/06/2006, página 52

⁹ Idem, página 2.

¹⁰ Olé. 02/06/2006, página 12

¹¹ Olé. 04/06/2006, página 17

¹² Olé, idem.

¹³ La Nación. Cuaderno deportivo mundial 05/06/2006, página 12

¹⁴ Clarín. Cuaderno el deportivo mundial. 05/06/2006, página 14.

¹⁵ Olé. 05/06/2006, página 16.

¹⁶ Olé. 09/06/2006, página 24.

¹⁷ Olé. 14/06/2006, página 1.

¹⁸ Idem.

¹⁹ El conocido “cuadrado mágico” era el ataque del equipo brasileño formado por Kaká, Ronaldinho Gaúcho, Adriano y Ronaldo, además de Robinho cuando entraba en el lugar de uno de los titulares.

²⁰ Olé. 14/06/2006, páginas 24-25.

²¹ Clarín. 14/06/2006, página 1.

²² Idem, página 10.

²³ Idem. Ibidem

²⁴ La Nación. 14/06/2006, página 1

²⁵ Idem. Cuaderno deportivo mundial, página 10

²⁶ Idem, página 20.

²⁷ Esto ocurre también en la prensa brasileña. Véase, por ejemplo, Soares, Helal y Santoro (2003) para un análisis sobre el accionamiento de una memoria “romántica” y “mistificada” de la selección brasileña de 1970 en los Mundiales de 1998 y 2002.

²⁸ Olé – 15/06/2006, página 3.

²⁹ Clarín. 15/06/2006, página 3.

³⁰ Clarín 21/06/2006, página 22

³¹ Clarín. 19/06/2006, página 1

³² La Nación. 19/06/2006, página 1.

³³ Olé. 19/06/2006 página 1

³⁴ Clarín. 19/06/2006, página 12.

³⁵ Clarín. 20/06/2006. Cuaderno Espectáculos. página 3.

³⁶ Clarín, 23/06/2006, página 11.

³⁷ Olé. 23/06/2006, página 23. Este tipo de nota fue observada muchas veces en la investigación de Helal (2007), que la etiquetó como siendo parte de la categoría “Brasil es siempre Brasil”.

³⁸ Idem, página 24.

³⁹ Olé. 28/06/2006, página 1.

⁴⁰ Idem, página 22

⁴¹ Idem, página 25

⁴² Idem, página 26

⁴³ Clarín. 28/06/2006, página 12.

⁴⁴ Olé. 02/06/2006, página 1

⁴⁵ Clarín. 02/06/2006. Cuaderno deportivo mundial, página 2

⁴⁶ Idem.