



UFC

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

INSTITUTO DE CULTURA E ARTE

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

GUILHERME FREITAS CONRADO

“TODO DIA É UM 7 A 1 DIFERENTE”:

O DESASTRE DO FUTEBOL BRASILEIRO E SUA

RESSIGNIFICAÇÃO COMO MEME NO JORNALISMO ONLINE

FORTALEZA

2021

Guilherme Freitas Conrado

“TODO DIA É UM 7 A 1 DIFERENTE”:
O DESASTRE DO FUTEBOL BRASILEIRO E SUA RESSIGNIFICAÇÃO
COMO MEME NO JORNALISMO ONLINE

Monografia apresentada ao Curso de
Comunicação Social - Jornalismo do Instituto de
Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará
como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena
Lucas

FORTALEZA

2021

Guilherme Freitas Conrado

“TODO DIA É UM 7 A 1 DIFERENTE”:
O DESASTRE DO FUTEBOL BRASILEIRO E SUA RESSIGNIFICAÇÃO COMO MEME
NO JORNALISMO ONLINE

Monografia apresentada ao Curso de
Comunicação Social - Jornalismo do Instituto de
Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará
como requisito para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo.

Aprovada em: 14/04/21

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Thais Jorge de Freitas
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C764“ Conrado, Guilherme.

“TODO DIA É UM 7 A 1 DIFERENTE”: o desastre do futebol brasileiro e sua ressignificação como meme no jornalismo online / Guilherme Conrado. – 2021.

67 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Curso de Comunicação Social (Jornalismo), Fortaleza, 2021.

Orientação: Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas.

1. Copa do Mundo de 2014. 2. 7 a 1. 3. meme. 4. jornalismo online. I. Título.

CDD 070.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais,
À minha vó,
Aos meus amigos,
À minha namorada,
À universidade pública.

“Em vez de dizer que o Brasil se faz reconhecer pelo seu poderio futebolístico, mas não pelas coisas de fato importantes, é o caso de reconhecer que talvez seja difícil alguma coisa ‘de fato importante’ acontecer se não formos sequer capazes de compreender o sentido da importância que o futebol ganhou no Brasil”

(José Miguel Wisnik, *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*, 2008)

“O jogo é adaptável aos mais variados regimes políticos, economias e traços culturais. O futebol assimila as diferenças ideológicas e religiosas e os usos e costumes. Sofre influências, mas segue adiante. Tem uma ideologia própria, forma uma sociedade mundial própria, supraterritorial e sem demagogias. O futebol abre portas, provoca relacionamentos e estimula diálogos em qualquer idioma”

(José Eduardo Carvalho, *150 anos de futebol - Geopolítica*, 2015)

RESUMO

A derrota da Seleção Brasileira por 7 a 1 para a Alemanha na semifinal da Copa do Mundo de 2014 escancarou abismos de qualidade de jogo, de preparação e organização no futebol brasileiro. Além disso, deixou marcas discursivas no vocabulário popular, relacionando de forma irônica o placar como sinônimo de decepção, tristeza e indignação, ao ponto da expressão "todo dia é um 7 a 1 diferente" continuar sendo propagada nas redes sociais. Diante desse comportamento comunicacional, o presente trabalho se debruça na compreensão do impacto social do resultado da partida no Brasil devido à dimensão que o esporte atingiu nos habitantes à luz de Wisnik (2008), Júnior (2017) e outros autores. A pesquisa também tenta entender como o termo "7 a 1" e suas variações foram replicados e recriados com base no fenômeno dos memes na internet (Dawkins, 1979; Horta, 2015), assim como sua apropriação por veículos de comunicação. O objetivo deste estudo é observar como esse meme específico foi utilizado nos títulos de oito exemplos recortados, entre matérias e artigos de opinião, por meio de análises comparativas entre seus conteúdos. A partir disso, constatamos que a expressão "7 a 1" sofreu uma ressignificação ao longo dos anos ao ponto de ser considerada como termo já legitimado por seu sentido como meme e exposta com naturalidade até nos jornais sem contextualizar o leitor de sua associação ao assunto principal da publicação, demonstrando uma maneira de praticar um jornalismo menos engessado e mais próximo ao público.

Palavras-chave: Copa do Mundo de 2014; 7 a 1; meme; jornalismo online

ABSTRACT

The defeat of the Brazilian team by 7 to 1 to Germany in the 2014 World Cup semi-final opened wide gaps concerning game quality, preparation and organization in Brazilian football. In addition, it left discursive marks in the popular vocabulary, ironically relating the scoreboard as a synonym for disappointment, sadness and indignation, making the expression "every day is a different 7 to 1" to continue being propagated on social networks. Given this communicational behavior, the present work focuses on understanding the social impact of the match result in Brazil due to the dimension that the sport reached in the inhabitants in the light of Wisnik (2008), Júnior (2017) and other authors. The research also tries to understand how the term "7 a 1" and its variations were replicated and recreated based of the phenomenon of memes on the internet (Dawkins, 1979; Horta, 2015), as well as its appropriation by means of communication vehicles. The objective of this study is to observe how this specific meme was used in the titles of eight examples, including articles and opinion articles, through comparative analysis between its contents. From this, we found that the expression "7 to 1" has undergone a new meaning over the years to the point of being considered as a term already legitimized by its meaning as a meme and naturally exposed even in the newspapers without contextualizing the reader of its association with the main subject of the publication, demonstrating a way to practice journalism that is less plastered and closer to the public.

Keywords: World Cup 2014: 7 vs 1; meme; online journalism

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1** - Futebol de estilo prosaico
- Figura 2** - Futebol de estilo poético
- Figura 3** - Exemplo de meme sobre Filosofia
- Figura 4** - Exemplo do “meme do Chico Buarque”
- Figura 5** - Tweet do perfil do Mineirão
- Figura 6** - Tweet do perfil do Jota Quest
- Figura 7** - Tweet do perfil Mulher Imprensa
- Figura 8** - Publicação no Facebook do Catraca Livre
- Figura 9** - Publicação no perfil do Quebrando Tabu
- Figura 10** - Publicação no perfil do Universo Carl Sagan
- Figura 11**- Publicação no perfil do Bahia Notícias
- Figura 12** - Podcast do Cristãos Cansados
- Figura 13** - Matéria do Fora de Campo
- Figura 14** - Matéria do UOL
- Figura 15** - Editorial do Agora São Paulo, do UOL
- Figura 16** - Artigo de opinião no Gazeta do Povo
- Figura 17** - Matéria do GloboEsporte
- Figura 18** - Matéria do Goiás 24horas
- Figura 19** - Matéria do Terraço Econômico
- Figura 20** - Artigo de opinião no Mídia Ninja

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações: derrota 7 a 1

Quadro 2 - Google Acadêmico: derrota 7 a 1

Quadro 3 - Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações: Copa do Mundo 2014

Quadro 4 - Google Acadêmico: Copa do Mundo 2014

Quadro 5 - Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações: meme jornalismo

Quadro 6 - Google Acadêmico: meme jornalismo

Quadro 7 - Resultado das análises do *corpus* da pesquisa

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. ESTADO DA ARTE	12
2.1. Palavra-chave: derrota 7 a 1	12
2.1.1. Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações	12
2.1.2. Google Acadêmico	13
2.2. Palavra-chave: “Copa do Mundo 2014”	13
2.2.1. Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações	13
2.2.2. Google Acadêmico	14
2.3. Palavra-chave: “meme jornalismo”	15
2.3.1. Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações	15
2.3.2. Google Acadêmico	15
3. O FUTEBOL COMO EXPOENTE SOCIAL NO BRASIL	18
3.1. O apito inicial nas várzeas canarinhas	18
3.2. A construção da imagem do “país do futebol”	20
3.2.1. Da prosa à poesia: a arte entre as linhas do campo	22
3.3. Semifinal da Copa do Mundo de 2014: o “país do futebol” vem abaixo	24
4. “TODO DIA É UM 7 A 1 DIFERENTE”: A CRIAÇÃO DO MEME	29
4.1. Uso do meme “7 a 1” na web	33
5. METODOLOGIA	39
5.1. O gancho do título	41
6. ANÁLISE DAS APROPRIAÇÕES DO MEME “7 A 1” E SUAS VARIAÇÕES NO JORNALISMO ONLINE	43
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58
APÊNDICES	61

1. INTRODUÇÃO

“E lá vem mais, e lá vem mais! Olha a bola tocada... Virou passeio. Gol da Alemanha! E lá vêm eles de novo, olha só que absurdo! A chance de mais um gol... Gol da Alemanha!”. Talvez todo brasileiro, fã de esporte ou não, conheça de onde vêm essas palavras. A narração do jornalista esportivo da Rede Globo, Galvão Bueno, eternizou o que, para muitos, era uma tragédia anunciada durante a Copa do Mundo de 2014.

A eliminação da Seleção Brasileira diante da Alemanha é um marco na história do esporte mundial. O autoproclamado “país do futebol” foi derrotado por 7 a 1 em uma semifinal da maior competição do planeta. E pior: a humilhação foi em seu quintal, com mais de 58 mil torcedores presentes no Estádio Mineirão, em Belo Horizonte, e outros milhões acompanhando pela televisão, no dia 8 de julho de 2014.

O resultado elástico repercutiu por dias pelo mundo e por semanas no Brasil, todos surpresos pelo baixo nível do futebol apresentado pela equipe canarina. A derrota foi motivo de piada principalmente entre os brasileiros e pelo amplo alcance das redes sociais, o vocábulo “7 a 1” passou a ganhar novos significados, sendo sinônimo de fracasso e de decepção.

Comecei a estudar de fato sobre a história do futebol naquele ano, antes da Copa. Entender as características das principais equipes tanto dentro quanto fora de campo era entusiasmante. Meses depois, decidi que seguiria os caminhos do Jornalismo como profissão. Ao entrar na graduação, já sabia que queria trabalhar e fechar esse ciclo com o esporte.

A faísca para o possível tema da pesquisa surgiu durante uma conversa com um professor de Linguística no Carnaval de 2018. A obra “Veneno Remédio”, de José Miguel Wisnik, me foi apresentada, com seus passeios entre as reflexões na Sociologia, Antropologia, Linguística, Literatura, Música e Psicanálise. Os conceitos de “futebol prosa” e “futebol poesia” de Pier Paolo Pasolini saltaram aos olhos e incentivaram um estudo sobre o jogo de futebol como forma de linguagem.

Ao delimitar um *corpus* voltado às expressões originadas no meio futebolístico, busquei mergulhar nas teorias da Sociolinguística, inclusive participando de aulas no Curso de Letras da UFC. Porém, por ser uma seara diferente da que me habituei, tentei alterar o tema da pesquisa para algo mais próximo ao Jornalismo. Com a orientação do professor Ricardo Jorge, vi que analisar os títulos de matérias ou artigos de opinião de veículos de

Comunicação seria mais adequado. E o *corpus* escolhido, ainda ligado às expressões trazidas do jogo, é o “7 a 1” e sua variação “todo dia é um 7 a 1 diferente”.

Acompanhei todo o processo de desenvolvimento do meme, desde de seu fato original (a semifinal), as repercussões nos dias seguintes através da mídia e das redes sociais, sua ressignificação como um meme e sua consistência ao longo da década de 2010, sempre aparecendo em discursos mais irônicos e críticos na internet. Esses foram os principais fatores pela preferência frente a outros termos.

Enquanto buscava estudos relacionados ao tema principal, o efeito foi de surpresa ao perceber os poucos trabalhos abordando o impacto daquela semifinal de Copa com o jornalismo online. No entanto, ao que concerne o fenômeno de memes na web, foram localizados alguns artigos e dissertações que contribuíram para a discussão teórica desta pesquisa. Os resultados destas buscas estão reunidos no Estado da Arte do Capítulo 2 deste texto.

Com objeto definido, surgiram os questionamentos levantados antes e durante as leituras para auxiliar neste trabalho monográfico: o primeiro, mais geral - e talvez o mais importante -, é voltado para o tamanho da relação “*povo brasileiro-futebol*”. Como esse esporte se inseriu com tanta profundidade no dia a dia dos cidadãos deste país de dimensão continental? Por que a Seleção Brasileira ganhou um status tão alto? Por que sua derrota para a Alemanha teve tanto peso no conceito esportivo mundial? Esses pontos foram discutidos no Capítulo 3 com o aporte teórico de autores como Wisnik (2008) e Júnior (2017), além do complemento de Leite (2020) em forma de recortes de entrevista.

A segunda questão, no Capítulo 4, se refere ao uso dos memes, propondo uma definição à ótica inicial de Dawkins (1979) e a atualizada de Horta (2015) para entender o comportamento dos usuários da internet diante deste fenômeno recente e de imenso potencial de estudo. Trouxemos exemplos da replicação e recriação do meme “7 a 1” e sua variante nas redes sociais como forma de expor suas várias conexões com assuntos distantes do futebol.

O último questionamento trabalha na apropriação por parte da imprensa da expressão “7 a 1” nas matérias e artigos de opinião, com destaque para sua presença nos títulos. Através da análise do conteúdo de forma comparativa entre oito casos escolhidos, como antecipada no Capítulo 5, nos detivemos à investigação no capítulo final (6) quanto às escolhas dos autores dos textos pelo meme nos títulos, se contextualizam o leitor do significado da derrota da

Seleção ao assunto principal nas publicações e se a opção por esse uso foi tentativa de mudança no método jornalístico a fim de aproximar o público do veículo.

Esperamos que a presente monografia possa instigar, direta ou indiretamente, futuras pesquisas sobre as expressões transportadas e ressignificadas do futebol, assim como seu potencial como meme e suas aplicações no jornalismo digital. Da mesma forma que um jogo de futebol pode seguir inúmeros caminhos durante os 90 minutos, o esporte possui abundância de temas muito interessantes, que merecem uma exploração aprofundada, mas que estão esperando a oportunidade de tocar na bola.

2. ESTADO DA ARTE

Os trabalhos catalogados abaixo buscam expor pesquisas precedentes de temas e abordagens semelhantes aos estudados aqui. As palavras-chave usadas para filtrar os resultados foram: “derrota 7 a 1”; “Copa do Mundo 2014” e “meme jornalismo”. As plataformas utilizadas foram a Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações, e o Google Acadêmico devido à sua ampla variedade de assuntos e pela fácil descoberta.

É importante frisar que nem todos os títulos destacados têm tanta proximidade com o foco desta pesquisa, mas exploram, de certa forma, pontos válidos para a construção deste trabalho. Trabalhos sob a ótica da Linguística, por exemplo, fogem levemente do foco principal, porém se conectam à Comunicação, permanecendo, portanto, como textos a receberem atenção.

O conteúdo e teor da discussão na maioria dos textos foram verificados e alguns foram trazidos para a monografia, servindo como suporte tanto para o leitor quanto para os autores nesta fase inicial.

2.1. Palavra-chave: *derrota 7 a 1*

2.1.1. Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações

Apenas um trabalho relativo à palavra-chave e com proximidade ao tema da pesquisa (Jornalismo) foi encontrado no modo de busca geral para todos os campos. A dissertação de Carlos (2016) se assemelha por abordar as capas de jornais impressos um dia após o resultado na semifinal da Copa.

Quadro 1 - Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações: *derrota 7 a 1*

Título	Autor	Tipo	Ano	Conceito
Fotojornalismo esportivo e cobertura da derrota: uma análise das representações	Neide Maria Carlos	Dissertação	2016	Recorte de imagens usadas nos jornais impressos do dia após a semifinal para

do Brasil 1 x 7 Alemanha em jornais brasileiros				identificar o sentimento da população através de análise do discurso
--	--	--	--	---

2.1.2. Google Acadêmico

Somente um trabalho relativo à palavra-chave e com proximidade ao tema da pesquisa foi encontrado no modo de busca avançado com intervalo de pesquisa entre os anos de 2014 e de 2021. Andréa (2016) recorta e analisa as conexões entre as discussões dos usuários do Twitter horas depois do 7 a 1.

Quadro 2 - Google Acadêmico: *derrota 7 a 1*

Título	Autor	Tipo	Ano	Conceito
#vergonhabrasil : controvérsias midiatizadas no Twitter durante e após o jogo Brasil 1 x 7 Alemanha	Carlos d'Andréa	Artigo	2016	Análise de retweets no Twitter durante a partida entre Brasil e Alemanha e o teor do debate gerado a partir do resultado negativo à luz da Teoria Ator-Rede

2.2. Palavra-chave: “Copa do Mundo 2014”

2.2.1. Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações

Apenas um trabalho relativo à palavra-chave e com proximidade do tema da pesquisa foi encontrado no modo de busca geral para todos os campos. Porém, a dissertação de Bezerra (2016) estuda a argumentação da mídia sob a luz da Linguística.

Quadro 3 - Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações: *Copa do Mundo 2014*

Título	Autor	Tipo	Ano	Conceito
Argumentação na mídia impressa: a copa do mundo de 2014	Ana Cláudia Dévara Bezerra	Dissertação	2016	Explorar as diferentes opiniões geradas pela mídia durante a cobertura da Copa do Mundo de 2014 referente a temas de dentro e de fora do campo de futebol sob a ótica da Linguística

2.2.2. Google Acadêmico

Dois trabalhos relativos à mesma pesquisa de Zago (2016) foram encontrados no modo de busca avançado com intervalo de pesquisa entre os anos de 2014 e de 2021. A tese examina, dentre outros assuntos, memes gerados nas redes sociais a partir de ocorrências específicas na Copa.

Quadro 4 - Google Acadêmico: *Copa do Mundo 2014*

Título	Autor	Tipo	Ano	Conceito
Enquanto você lia este título, a Alemanha fez mais um gol: a Copa da zoeira nos sites de rede social	Gabriela da Silva Zago	Artigo	2014	Nuances humorísticas dos comentários acerca do jogo da Seleção Brasileira na semifinal da Copa nas redes sociais
Circulação e recirculação de	Gabriela da Silva Zago	Tese	2014	Rede de conexões no

narrativas do acontecimento no jornalismo em rede: a Copa do Mundo de 2014 no twitter				Twitter diante de fatos específicos durante a Copa
---	--	--	--	--

2.3. Palavra-chave: “meme jornalismo”

2.3.1. Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações

Dois trabalhos foram encontrados acerca da linguagem dos memes na internet no modo de busca geral para todos os campos. Os novos métodos de leitura e comunicação online alavancados pelos memes foram os pontos principais tratados, à ótica da Linguística.

Quadro 5 - Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações: *meme jornalismo*

Título	Autor	Tipo	Ano	Conceito
A leitura de memes em tecnologias digitais	Idjane Mendes de Freitas	Dissertação	2018	Ampliação da estratégia de leitura em ambientes digitais para entender a evolução do “meme”
O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica	Natália Botelho Horta	Dissertação	2015	Entender a gramática do meme como nova linguagem no meio cultural online

2.3.2. Google Acadêmico

Um total de quatro trabalhos relativos ao uso dos memes na prática jornalística foi encontrado no modo de busca avançado com intervalo de pesquisa entre os anos de 2014 e de

2021. A palavra-chave rendeu o mais número de resultados deste Estado da Arte pela sua insurgência recente no meio virtual.

Quadro 6 - Google Acadêmico: *meme jornalismo*

Título	Autor	Tipo	Ano	Conceito
Comunicação, jornalismo e transformações convergentes	Liana Vidigal Rocha e Sérgio Ricardo Soares Farias Silva	Livro	2019	Mudanças recentes na prática do jornalismo convergente através das plataformas multimídia
ONDE A ZOEIRA ENCONTRA SEU LIMITE: uma análise do uso de memes no jornalismo do Estadão	Ivson Souza e Rodrigo Martins Aragão	Artigo	2016	Relações entre a difusão dos memes na internet com a prática jornalística focada no Estadão
O MEME COMO VIRALIZADOR DE CULTURA E INFORMAÇÃO	Lucas Renan Domingos e Karina Woehl de Farias	Artigo	2019	Uso dos memes por parte dos veículos de jornalismo online para atingir novos públicos
RELAÇÃO JORNALISMO E MEMES: UMA ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE MEMES NO PORTAL ONLINE G1	Crystian Oliveira e Livia Freo Saggin	Artigo	2018	Uso do G1 sobre memes para gerar humor e engajamento nas notícias

Dentre os resultados das buscas, por exemplo, da palavra-chave “derrota 7 a 1”, apareceram trabalhos de Bioquímica, além de artigos das áreas de Turismo, Economia,

Arquitetura e Urbanismo com a palavra-chave “Copa do Mundo 2014”, expondo a gama de recortes de pesquisa aplicados ao evento.

Foi possível observar que praticamente não houve conexão entre o “meme do 7 a 1” e “uso no jornalismo” de fato nos títulos achados, mas sim no registro dessa relação nas redes sociais, comportamento também analisado neste trabalho, embora com menos destaque.

O tema “meme”, por exemplo, apareceu em maior volume (um livro e dois artigos) na busca em comparação aos textos acerca de jornalismo esportivo, pontuando seu potencial integrador no campo da Comunicação convergente atual e na rede de possibilidades de abordagem do fenômeno.

Em vista dos resultados analisados nesse Estado da Arte, consideramos que esse trabalho pode contribuir para pesquisas futuras tanto no âmbito esportivo, com foco no futebol, quanto para o uso de memes no jornalismo digital.

Considerando o ineditismo da relação “meme do 7 a 1” com a prática jornalística, buscamos, nos próximos capítulos, guiar os leitores quanto: 1) à importância do futebol no meio popular e seu impacto social no Brasil, usando a Seleção como protagonista; 2) a difusão de memes futebolísticos nas redes sociais a partir da derrota canarina na semifinal da Copa do Mundo de 2014; 3) a apropriação do meme “7 a 1” e suas variações pelo jornalismo digital nos títulos de matérias ou artigos de opiniões.

3. O FUTEBOL COMO EXPOENTE SOCIAL NO BRASIL

Para o pontapé inicial do texto, é conveniente construir um panorama da chegada do futebol ao solo brasileiro, ainda no Século XIX, e sua expansão nacional ao longo dos anos, ganhando destaque como lazer, competição e depois profissão, derrubando muros sociais e incluindo cada vez mais cidadãos de diferentes classes do país.

Em seguida, mostramos os motivos da Seleção Brasileira de futebol ter conquistado o status de melhor do mundo, com um futebol referência por sua qualidade e criatividade, mas que veio abaixo após a derrota por 7 a 1 contra a Alemanha na semifinal da Copa do Mundo de 2014, sediada no Brasil.

A partir disso, discutimos os efeitos nas redes sociais do resultado histórico, com a criação de memes e sua amplitude no campo digital, chegando a ser utilizado como recurso discursivo por jornalistas.

3.1. O apito inicial nas várzeas canarinhas

O esporte, como impulso para o movimento da massa, contribui como formador de caráter através das experiências tanto dentro quanto fora de seu ambiente. Por vezes, os acontecimentos de uma partida têm maior peso no imaginário popular do que no jogo em particular. O resultado de uma disputa pode influir até em aspectos econômicos e políticos de uma cidade, região ou país. Com o futebol não é diferente.

Popularizado em terras canarinhas em 1894 por Charles Miller, brasileiro que estudava na Inglaterra, local onde o esporte foi criado, a prática rapidamente ganhou adeptos nas várzeas da América do Sul.

O primeiro jogo de futebol em solo brasileiro é considerado como sendo entre São Paulo Railway 4 x 2 São Paulo Gaz Company, na Várzea do Carmo, na capital paulista. No grupo dos vencedores, formado por nativos, Miller estava presente contra a equipe formada por britânicos.

Nas fotos do evento marcante, o escritor e jornalista uruguaio Eduardo Galeano descreveu os participantes do confronto trajados tal qual guerreiros antes de uma batalha.

O contágio não se fez esperar. Mais cedo que tarde, os cavalheiros da sociedade local puseram-se a praticar aquela loucura inglesa. Importaram de Londres as camisetas, as chuteiras, as grossas caneleiras e as calças, que iam do peito até abaixo dos joelhos. As bolas de futebol já não chamavam a atenção da alfândega, que a princípio não sabia como classificar tais espécimes (GALEANO, 1995)

Praticado num primeiro momento pela burguesia local, os subúrbios logo aprenderam as regras do jogo e montaram seus campos de disputa.

No cenário brasileiro, o modo como o jogo se inseriu no meio popular foi distinto de outros lugares, como na Europa, onde “constituiu-se, historicamente, numa forma de fuga que se abriu ao proletariado” enquanto que, em solo brasileiro, “serviu de canal para uma ‘relação autêntica intra-humana’... Lá, faz esquecer uma dura realidade. Aqui é realidade” (FLUSSER, 1998, *apud* WISNIK, 2008).

Sendo o Brasil um local onde o esporte é intrínseco à sociedade, as maneiras como ambos se influenciam e se absorvem são intensas e oferecem um extenso leque para pesquisas. De acordo com o historiador Hilário Franco Júnior, para entender essa relação:

não basta vê-lo como fenômeno social, é necessário igualmente observá-lo enquanto fenômeno cultural. Não nos referimos, contudo, às conexões óbvias existentes entre diferentes produtos culturais de um mesmo momento histórico, como jornalismo, literatura, cinema, música e futebol. Não porque tais relações não sejam significativas, mas porque elas estão no plano já comentado da conjuntura... É preciso, então, ir além e pensar o futebol não apenas como manifestação cultural, e sim como cultura *à part entiere* (CAMPOS e ALFONSI *apud* FRANCO JÚNIOR, 2017)

O confronto nos campos de terra batida logo migrou para o campo semântico e exigiu novas batalhas fora das quatro linhas para aqueles que externavam na bola seus obstáculos sociais. O verbo “driblar” como uma finta corporal incorporou outros significados a partir dessa relação, como aponta Coelho:

No início da relação do craque brasileiro - e mesmo do perna de pau - com a bola, o primeiro adversário não é o zagueiro, mas a condição de vida. Pode ser a moita isolada no campo de terra, o chão duro do asfalto ou o charque da terra molhada pelo temporal. Talvez seja a água na beira da praia ou na margem do rio, o Solimões ou o Guaíba. Driblar cada uma dessas circunstâncias forjou o jogador brasileiro e sua escola (COELHO, 2018).

Superar cada dificuldade estrutural de um país ainda em desenvolvimento contribuiu para a amálgama de talentos de todas as regiões e idades em times antes amadores para então profissionais, criando empregos e gerando renda para quem não tinha oportunidades de se inserir em outras camadas da sociedade. Para essas pessoas, a bola no pé era um instrumento de escrita de suas histórias, por mais que apenas durante breves minutos, uma forma de expressar sua linguagem sem limites. Na visão do compositor e ensaísta José Miguel Wisnik, o futebol ultrapassa o plano esportivo:

é uma disputa de diversas camadas do ser humano, uma ‘arena de um diálogo’ polêmico e plural, corporal, não-verbal, onde valem prosa e poesia, leveza e força, argumento e parábola, silogismo e elipse. Batalha dos gêneros pela posse do significante e pelo seu transpasse em gol (WISNIK. 2008)

Fora do gramado, as diferenças econômicas continuavam apesar do crescimento do esporte, mas dentro de campo, a fome pela bola era a mesma e o arsenal para lutar de igual para igual contra os adversários só aumentava com a popularização de um estilo de jogo que se tornou objetivo de potências mundiais.

3.2. A construção da imagem do “país do futebol”

O sucesso nas quatro linhas projetou o Brasil nos anos seguintes no cenário esportivo, surpreendendo pela falta de organização nas categorias de base ou nas competições locais em um país muito dividido. A paixão pelo jogo era o combustível suficiente para deixar de lado as desigualdades nacionais, pelo menos pelas duas horas que envolvem o torcedor no evento, como pontua o antropólogo Roberto da Matta:

Vencendo espaços, que de outra maneira seriam intransponíveis, esse esporte une pessoas distantes entre si na hierarquia social, ao mesmo tempo que separa os que estão próximos nesta escala. Parafraseando Oswald de Andrade, poderíamos dizer que o futebol nos une. Socialmente. Economicamente. Filosoficamente. Do presidente da República ao engraxate, este é o país do futebol (DA MATTA, 1982)

Com a profissionalização do futebol no Brasil em 1933, a discrepância entre as camadas sociais que competiam foi aos poucos diminuindo. O atleta recebia o salário de acordo com sua qualidade dentro de campo, não pela sua cor de pele ou local de morada.

Tal medida, imposta pela Confederação Brasileira de Desportos (CBD), futura CBF, fundada em 1914, propiciou a descoberta de talentos da história do esporte nacional, como o zagueiro Domingos da Guia e o atacante Leônidas da Silva, jogadores negros que ganharam projeção na década de 1930.

O status de ambos os levou para a Seleção Brasileira de Futebol, criada no mesmo ano da CBD, pela qual defenderam suas cores na Copa do Mundo de 1938. Domingos e Leônidas foram destaque na campanha do grupo brasileiro, 3º colocado geral.

O desempenho da Seleção cresceu ao longo da primeira metade do século XX, antes da 1ª grande conquista: a Copa do Mundo de 1958. Zagallo, Didi, Garrincha e Pelé trouxeram a tal sonhada honraria máxima do futebol às terras canarinhas com um futebol atraente e com o protagonismo do maior camisa 10 de todos os tempos. Uma marcante mudança também de representatividade, como pontua Farias:

A seleção campeã do mundo apresentava grande identificação com a população, afinal, na composição da equipe estavam brancos, negros, mulatos, homens de modestas origens e condições de vida, igual o grosso dos brasileiros. O time e a conquista eram importantes para um povo que por décadas se vira alvo de um complexo de inferioridade e que tinha condenada sua mestiçagem pelos setores dominantes. A presença dos jogadores negros, especialmente Garrincha e Pelé, fazia desmoronar os argumentos racistas. Após serem culpabilizados por ‘perder’ as copas de 1950 e de 1954, os negros e mestiços eram agora redimidos e o estilo de jogar nacional, o autoproclamado ‘futebol-arte’, o qual chegara a ser tachado de ‘irresponsável’, tornava-se definitivamente consagrado (FARIAS, 2014).

O bicampeonato em 1962 selou o impacto daquele time na história do esporte. Dentre os atletas no plantel, apenas Pelé permaneceu para o icônico triunfo em 1970, naquela que, ainda hoje, instiga discussões sobre a detentora do status de “a maior seleção de futebol que já se viu”.

Treinado pelo ex-jogador Mauro Zagallo, o grupo se sagrou tricampeão diante da 2ª maior força do futebol no período: a Itália. Sendo a 1ª Copa televisionada com cores pelo mundo, o evento marcou a memória dos fãs e alavancou a audiência, impressionada pelos homens de amarelo e de verde “dançando” em campo.

Pela ampla cobertura midiática dos melhores jogadores do país, a aproximação com a torcida contribuiu para o status da equipe ser elevado, brilhando em campo e fora dele como o maior espetáculo brasileiro na época “e, como todo espetáculo, ele possui uma linguagem.

De fato, duas linguagens: uma enquanto produto televisivo, outra como arte performática” (SILVEIRA e SILVA, 2010).

“Mais do que o jogo, mais do que o clube, busca-se no futebol a emoção, uma forte sensação de vida”, explica Franco Júnior (2017) sobre o magnetismo que o esporte bem jogado envolve. A Seleção Brasileira goleou os italianos por 4 a 1 e virou sinônimo de futebol-arte pela habilidade de seu grupo, com tabelas rápidas e potente ímpeto ofensivo.

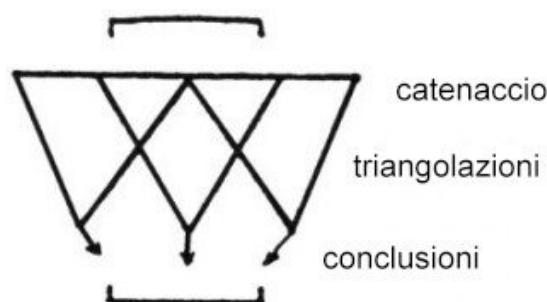
3.2.1. Da prosa à poesia: a arte entre as linhas do campo

Em 1971, o cineasta e escritor italiano Pier Paolo Pasolini escreveu um artigo para o jornal *Il Giorno* no qual defendia a existência de dois tipos de futebol jogados no mundo: o futebol prosa e o futebol poesia.

O futebol prosa seria, como o gênero textual, de um estilo definido, fechado, pragmático. Um bloco de texto justificado, como abordou o italiano “A retranca e a triangulação é futebol de prosa: baseia-se na sintaxe, isto é, no jogo coletivo e organizado, na execução racional do código” (PASOLINI, 1971).

As ações de uma equipe durante a partida seriam tão previsíveis como um ponto final em um texto para o começo de um novo parágrafo. A origem do futebol prosaico seria, então, “o do chamado sistema (o futebol europeu)”.

Figura 1 - Futebol de estilo prosaico¹

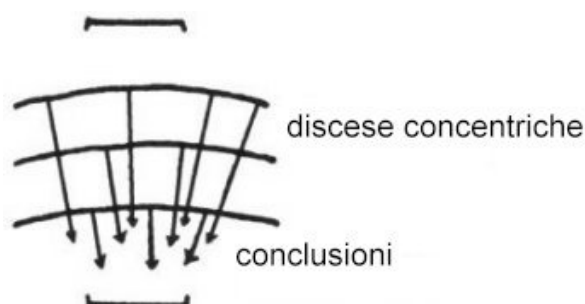


¹ Tradução própria: *catenaccio* se refere a um estilo de jogo mais defensivo, fechado, derivado do termo em italiano *catena* (corrente); *triangolazioni* se refere ao ato de formar triângulos em campo com as posições dos atletas, em busca de um jogo posicional mais aplicado; *conclusioni* se refere às conclusões em gol, ao ato de finalizar em busca de balançar as redes adversárias

Já o futebol poesia era caracterizado como imprevisível, livre, contra o paradigma. Uma poesia sem estrutura fixa.

O futebol de poesia é o latino-americano. Esquema que, para ser realizado, demanda uma capacidade monstruosa de driblar (coisa que na Europa é esnobada em nome da ‘prosa coletiva’): nele, o gol pode ser inventado por qualquer um e de qualquer posição (PASOLINI, 1971).

Figura 2 - Futebol de estilo poético²



A coragem pelo criativo seria o diferencial. Poucos times se arriscariam a esse estilo. E a Seleção Brasileira seria uma das únicas. “Se o drible e o gol são o momento individualista-poético do futebol, o futebol brasileiro é, portanto, um futebol de poesia”, concluiu o autor.

Pelos obstáculos físicos, como terreno irregular, sem grama e espaços reduzidos para o jogo, as características de inovação foram desenvolvidas pelos jovens que brincavam nos campinhos e nos becos pelo Brasil.

O balançar das redes no futebol poético, portanto:

resultaria não de triangulações metodicamente concatenadas ou de cruzamentos com causa e efeito, mas de irrupções individualistas e de aproximações em ondas concêntricas, de cruzamentos paradoxais das causas com os efeitos, podemos dizer, cujo desenho intrincado dificilmente se deixaria reduzir a uma fórmula (WISNIK, 2008)

² Tradução própria: *discese concentriche* se refere a uma descida concêntrica, ou seja, uma inclinação menos formalista pelo modo horizontal de jogar e sim mais livre para quebrar as linhas de atletas e partir para o centro em busca do gol

Esses comportamentos já existiam em nosso futebol antes da Copa de 1970, porém, devido ao enorme alcance pela TV, enfim outros cantos do mundo constataram que, de fato, o brasileiro tratava a bola de uma maneira singular, sempre na direção do gol, como diz Coelho:

O futebol é um retrato do Brasil, uma mescla de raças e culturas, mesmo num país que fala português no Oiapoque ao Chuí. Escola brasileira é buscar o gol em todas as circunstâncias, seja na Bahia, seja no Rio Grande do Sul. Escola brasileira é o drible” (COELHO, 2018).

A comprovação da superioridade técnica naquela década marcou a imagem do jogador canarinho e de seus esquetes como, a partir de então, devendo sempre exibir um tom poético em seus lances e garantir um espetáculo animado aos torcedores. O escritor uruguaio Eduardo Galeano, apaixonado pelo esporte, projetava a influência do estilo nas quatro linhas em outros ícones do Brasil.

Assim nasceu um estilo aberto à fantasia, que prefere o prazer ao resultado. De Friedenreich em diante, o futebol brasileiro que é brasileiro de verdade não tem ângulos retos, do mesmo jeito que as montanhas do Rio de Janeiro e os edifícios de Oscar Niemeyer (GALEANO, 1995)

Referência de qualidade, o futebol brasileiro viveu períodos de glória que trouxeram orgulho aos habitantes e visibilidade mundo afora. Porém, uma hegemonia não dura para sempre, e o status de número 1 seria arrancado em 2014. O que ninguém poderia imaginar é que isso ocorre da forma como foi: uma das maiores humilhações esportivas da história.

3.3. Semifinal da Copa do Mundo de 2014: o “país do futebol” vem abaixo

Mais de 40 anos depois e um pentacampeonato em 2002, o Brasil recebeu pela 2ª vez o maior evento do mundo. Em 1950, a derrota para o Uruguai na final, em um Maracanã com mais de 100 mil pessoas, traumatizou torcedores da velha guarda e marcou época como o “fantasma do Maracanazo”. O momento de superar essa memória enfim havia chegado.

Já em 2014, as expectativas eram as melhores possíveis: em casa, com o título da Copa das Confederações no ano anterior conquistado diante da atual campeã mundial, a Espanha, por 3 a 0, inflava o espírito vencedor do brasileiro para um hexa cada vez mais

próximo. A pressão popular e da mídia, conseqüentemente, crescia antes de qualquer partida, no aguardo de um jogo envolvente impulsionado por milhares de torcedores nas arquibancadas, como explica Guedes:

Há um processo, crescentemente intensificado, nos meses que antecedem à realização das copas do mundo, preparando e estimulando este sentimento de nacionalismo. São facilmente encontráveis, a cada passo, em todas as versões da mídia, narrativas históricas sobre as copas do mundo, evocando heróis e vilões, sucessos e fracassos dos selecionados brasileiros, além de reportagens que acompanham, minuciosamente, todos os passos do atual selecionado (GUEDES, 2014)

Como nas edições passadas, a união em dias de jogos da Seleção se intensificava até mesmo por aqueles que não acompanham ou gostam do esporte. O importante era a festa, assistir junto aos amigos em quase duas horas de diversão e de críticas. O país parou sempre que o uniforme canarinho estava em campo.

Os 11 atletas não eram apenas jogadores naqueles momentos: eram a representação de cada brasileiro que almejava alguns minutos de felicidade e de um orgulho por um país que entraria em colapso político nos anos seguintes.

São incontáveis as propagandas que exaltam o sentimento nacional, colaborando na construção das representações coletivas sobre um Brasil mestiço, misturado, unificado pelo seu futebol, representado como único e peculiar. Amalgamando o 'povo brasileiro' à seleção nacional, a alquimia se completa (*ibid*, 2014)

O dia 8 de julho, pela semifinal da Copa do Mundo, se configurava contra uma batalha simbólica contra a Alemanha, potência não só nos esportes, mas na economia e liderança global.

Técnico campeão mundial pelo Brasil em 2002 justamente diante da Alemanha, Luiz Felipe Scolari, conhecido como Felipão, não tinha para o confronto seu capitão, o zagueiro Thiago Silva, e seu principal jogador, o atacante Neymar. As ausências geraram especulações de seus possíveis substitutos e de qual estratégia usar contra uma Alemanha consistente e envolvente com a bola.

Para o jornalista da ESPN, Juca Kfourri, Felipão revelou suas intenções para a tática durante a partida:

A insegurança era tanta que na antevéspera do jogo o telefone tocou e, de novo, era o Felipão.

- Tu achas que eu vou me defender ou atacar amanhã? - perguntou.

- Se te conheço, vais defender - respondi.
- Pois te enganas. Vou pra cima deles. Se perdermos, pelo menos vocês não vão poder dizer que me acovardei. (KFOURI, 2017)

O Estádio Mineirão, em Belo Horizonte, definiria o finalista da Copa e o destino do que se tornaria o capítulo mais obscuro da história da Seleção Brasileira. O apito inicial do jogo mostrou a equipe da casa aguerrida e com fome de atacar, mas instável emocionalmente e limitada de ideias nas quatro linhas.

Aos 28 minutos do 1º tempo, o placar já era 5 a 0 para o time alemão. Quatro dos cinco gols foram anotados em apenas seis minutos. Os visitantes ditavam o ritmo sem dificuldades e poderiam ter feito muito mais.

Após o 5º gol, o narrador da Rede Globo, Galvão Bueno, relatou com voz de lamentação o que todos percebiam: “Toma-se o caminho do maior vexame brasileiro de todos esses 84 anos de Copa do Mundo”.

O placar final de 7 a 1 eliminou o Brasil e entrou para os anais do futebol como uma das maiores humilhações que uma equipe já sofreu em campo. A televisão mostrava vários torcedores no estádio em prantos, sem acreditar no que presenciaram. Em campo, os representantes brasileiros também choravam. A chance de dar alegria ao povo brasileiro virou um show de horrores. O antigo “fantasma do Maracanazo” foi superado com folgas pela catástrofe no Mineirão, como comenta o jornalista Sérgio Rodrigues:

Para um país periférico de escassas glórias internacionais, dependente de façanhas esportivas e musicais para afirmar seu orgulho no concerto das nações, a goleada alemã em Belo Horizonte representou um trauma difícil de medir (RODRIGUES, 2020)

Apesar dos números no marcador impressionarem, vencer a Alemanha já era vista como missão complicada para a mídia esportiva. O drama para passar do Chile nas oitavas de final, nos pênaltis, e o desempenho durante a fase de grupos, alertavam sobre um time que não era tão bom quanto imaginado, como pontua Roberto Leite, ex-editor do núcleo de Esportes do Sistema Verdes Mares:

Se fizermos um histórico daquela seleção, vemos que ter chegado na semifinal já foi um feito absurdo, não por qualidade. O Brasil já era uma azarão de alguma forma. Os resultados eram ruins. A própria Copa das Confederações de 2013, o Brasil ganhou

no susto de uma Espanha já decadente, uma geração velha. O Felipão era muito mais um motivador do que um técnico, e uma Copa você não ganha só com isso, mesmo com grandes jogadores. Aquele jogo teve uma proporção muito pesada para o futebol. O Brasil ficou como uma espécie de farsa. Ninguém imaginava esse placar (LEITE, 2020)

Marca de uma tragédia anunciada, o resultado foi a síntese de uma cultura de futebol ultrapassada, de métodos que precisavam ser revistos. A Alemanha dominou o então “país do futebol” com autoridade, atuando de maneira veloz, leve e inteligente.

Um futebol poético, como o Brasil um dia executou. Os alemães não tiraram apenas o sorriso dos brasileiros, mas ‘roubaram’ a identidade tão exaltada de uma Seleção claramente inferior em 2014. Um alerta para mudanças estruturais no futebol canarinho, como comentou o jornalista Leonardo Miranda, do GloboEsporte.com:

O 7 a 1 não foi só um jogo isolado ou ‘apagão’. Foi um aviso. Um sinal de que algo estava errado aqui, de que o futebol e o mundo tinham mudado. Esse jogo escancarou nosso abismo tático, de gestão e principalmente de cultura. No futebol e fora dele (MIRANDA, 2020)

A queda na Copa gerou reflexões tanto no esporte quanto em outras esferas acerca da organização da seleção alemã, que investiu desde a derrota na final de 2002 em melhorar o futebol local, elevando o nível do campeonato nacional e de seus clubes. Os bons frutos foram colhidos anos depois.

Diante de um clima tenso às vésperas das eleições nacionais, o Brasil projetou em campo a desordem de um povo que buscava conseguir pelo famoso “jeitinho brasileiro” chegar ao hexacampeonato, porém esbarrou em uma construção forte de um grupo de profissionais que estudaram mais para vencer. Uma cicatriz verde e amarela que jamais será esquecida.

O Mineirazo diante da Alemanha provocou forte impacto emocional e talvez tenha entrado no imaginário brasileiro para ficar. Assim, é preciso vê-lo na sua real dimensão, pois no futebol, como na vida e na história, as grandes vitórias e as grandes derrotas não são fatos isolados, são expressões de algo que largamente as ultrapassa (FRANCO JÚNIOR, 2017)

Isto posto, é possível entender que o ideal brasileiro na figura da “melhor seleção do mundo” caiu por terra em poucos dias, gerando inúmeros debates acerca da estrutura do futebol nacional desde as categorias de base até o topo, em uma Copa. O fato correu o mundo

e, para os jornais nacionais, era inevitável não repercutir o confronto nos dias seguintes, como lembra Leite:

Lembro que, durante uma semana, só conseguimos falar disso. Foi um resultado tão indigno que nenhum jornalista que viu ou cobriu aquele jogo não teve um sentimento mais torcedor do que jornalista. Todo jornalista perdeu a razão em algum momento ali, deixou o emocional se pronunciar mais do que o racional. Pode-se notar que, em alguns textos, dão uma derrapada (LEITE, 2020)

Apesar das reflexões sobre os métodos esportivos ultrapassados, o placar na semifinal serviu como combustível para reações irônicas na internet, com publicações cheias de ironia e levando o resultado como piada, motivo tanto para rir quanto para chorar.

4. “TODO DIA É UM 7 A 1 DIFERENTE”: A CRIAÇÃO DO MEME

Com base no exposto nos capítulos anteriores, nos deteremos agora a estudar que tipos de reações foram compartilhadas nas redes sociais a partir da partida entre Brasil e Alemanha em busca de entender suas variações formais e simbólicas no meio digital. A expressão “7 a 1” pode ser considerada um meme e constituição como tal contribuiu para a popularidade nos anos seguintes? De que modo isso era recebido pelo público?

O resultado na partida como fato esportivo logo ganhou uma dimensão maior no Brasil através das redes sociais como uma metáfora para fracasso, decepção, humilhação etc. Assim como outras expressões transportadas do futebol, vide “*you não está com essa bola toda*”, “*you é bola murcha*”, “*vou fazer o meio campo*”, “*eu não faço o seu jogo*” e “*coloquei fulano para escanteio*”, o “todo dia é um 7 a 1 diferente” passou a integrar o vocabulário popular primeiramente no meio esportivo.

Um mesmo movimento ou finta realizado pelo atleta em campo recebe variações dependendo da região no Brasil:

Chapéu, lençol, carretilha, lambreta, meia-lua, drible da vaca, letra, chaleira, bomba, petardo... As expressões definem como se joga, cada cidade e região com sua gíria, seu nome próprio para o que mais caracteriza o futebol brasileiro: o improviso (COELHO, 2018)

Esse comportamento linguístico articulado ao longo do tempo é elemento recorrente na língua portuguesa, absorvendo ditos de um nicho específico e constituindo alternativas semânticas diversas para certos contextos.

Por ser um elemento enraizado na cultura brasileira, o futebol se torna um facilitador desse processo pragmático da língua, como exemplifica Bezerra:

Por exemplo: ‘*no meu emprego, estou na marca do pênalti*’. É um negócio espetacular para definir uma situação de perda do emprego. Essas expressões ganharam o mundo. É mais uma forma de provar que o futebol é importante para o brasileiro. No meio do povo é que você usa. Esses ditos populares são facilmente entendidos. Essa linguagem é viva, é boa e compreendida (BEZERRA, 2020)

Logo o desastre esportivo recebeu atualizações formais nas redes sociais, passando para um tom jocoso que ainda carrega o sentido trágico em sua essência. Desse modo, se

configurou como um meme, termo criado pelo cientista Richard Dawkins em 1976, com origem na genética, abreviado do termo mimeme (cópia).

“Viralizar um meme”, em outras palavras, é propagá-lo como um vírus pela população, sem controle e passível de mutações, se adaptando ao ambiente organicamente. Da mesma forma que se discute na ciência se um vírus pode ser considerado um ser vivo, não há uma certeza no campo da Comunicação acerca da definição correta para os memes. Vivo ou não, se alimenta de outras fontes, se reproduz e evolui no processo, tal qual um parasita, como explica Dawkins:

Quando você planta um meme fértil em minha mente, você literalmente parasita meu cérebro, transformando-o num veículo para a propagação do meme, exatamente como um vírus pode parasitar o mecanismo genético de uma célula hospedeira (DAWKINS, 1979)

A expansão da internet nos últimos anos, chegando a milhões de novos usuários, criou um terreno fértil para a vida do meme, cada vez mais estudado e manipulado na visão de quem o consome, se acomodando e mudando de forma ao prazer de seu portador, como “uma unidade de cultura, um comportamento ou uma ideia que pode ser passado de pessoa para pessoa” segundo Toledo (2009, *apud* Lima e Rocha 2019).

As alterações em suas configurações variam a depender do desejo de quem o domina, mas sempre com um núcleo que remete à sua formação original. Um meme sobre filosofia, por exemplo, pode ser usado em ambientes voltados para a sociologia ou para política, sem nunca perder sua essência filosófica.

Na concepção de Horta (2015), o ritmo de repetição do meme joga com os limites do que aquele elemento se caracteriza e, para esse papel, “exige-se uma produção textual desenfreada baseada na *recriação* a partir de outros textos, uma recriação que é paródica, por assim dizer” (HORTA, 2015). Porém, a autenticidade da réplica continua ao mesmo tempo que conduz um sentido primordial e produz um novo, uma vez que:

o repetitivo não está associado a uma ideia de falta de originalidade, pois a repetição envolve sempre um elemento que figura em todas as réplicas conectando-as e a criação de algo diferente (*ibid*, 2015)

Essa atitude de “sequestrar”, como se refere Dawkins (2013), da ideia essencial por parte do autor do meme, é o apoio de que o novo encaixe do mesmo irá funcionar quando saltar para outras terras. Porém, seu manipulador deve ter noção dos limites de significância e de compreensão do seu produto antes de jogá-lo para um campo ainda inexplorado.

Em vez de modificar-se ao acaso, em vez de se propagar na forma de uma seleção darwiniana, os memes da internet são deliberadamente alterados pela criatividade humana. Na versão sequestrada, mutações são esboçadas, não aleatoriamente, com o total conhecimento da pessoa que está realizando a mutação (DAWKINS, 2013 *apud* SOUZA e ARAGÃO, 2016)

Pulando de usuário para usuário, o meme precisa que o novo portador entenda seu código para melhor se assentar, senão seus efeitos não serão os mesmos. Façamos uma comparação com um vírus que infecta animais: quando um antígeno ataca células de um organismo que ainda não o conhecia, sua ação é mais eficiente pois o indivíduo não possui memórias de uma infecção passada e dificulta uma resposta imunológica para o patógeno.

Entretanto, com um meme o efeito é contrário: se o usuário nunca teve contato com o código do vírus, as reações serão inexistentes. De certa forma, o indivíduo necessita já ter desenvolvido células de memória para o funcionamento do meme, dependente de um referencial, como pontua Chagas:

Como produto cultural, um meme depende de um repertório cultural extraído de relações sociais, memórias, referências históricas, geográficas, econômicas, e de aspectos conjunturais específicos (CHAGAS, 2017, *apud* VASCONCELLOS, 2017)

A comparação visa um didatismo para que o leitor entenda os processos de compreensão dos memes. Embora um vírus em um animal traga efeitos negativos, o meme é inofensivo e é aplicado pelos usuários da internet como forma de trazer leveza e riso para o ambiente, vide os exemplos abaixo.

Figura 3 - Exemplo de meme sobre Filosofia



Figura 4 - Exemplo do “meme do Chico Buarque”



Pelo seu potencial multiplicador com base no tragicômico, a multiplicidade do “7 a 1” em redes como Facebook, Twitter, Instagram e WhatsApp ganhou força depois de julho de 2014, mantendo seu princípio de piada pelos últimos anos, fator fundamental para a contínua popularidade no campo da internet, como explica Zago:

os sites de rede social permitem que uma ideia se propague no tempo (longevidade), inúmeras vezes (fecundidade) e em cópias iguais ou similares ao original (fidelidade das cópias), tornando-se um terreno fértil para a propagação de memes (ZAGO, 2014)

Embora as percepções de um meme variem conforme o espaço e o contexto em que é utilizado, o “7 a 1” extrapolou o meio do futebol e cravou lugar no vocabulário popular em meios distintos pela internet.

Para entender um meme, o indivíduo precisa estar no mesmo círculo de pessoas que conseguem decifrar determinada mensagem, que nem sempre são claras para quem está fora do contexto. Por isso, os memes só funcionam em contextos específicos, por carregarem consigo características daquele ambiente cultural em que ocorreu o processo (MARTINO, 2014, *apud* ALVES, 2019)


Portanto, o “círculo” citado por Martino (2014) para compreender um meme pode ser considerado, no caso do “7 a 1”, como “o povo brasileiro”, atingindo um nível de alcance imenso adquirido de forma natural principalmente por sua repetição e recriação na internet.

4. 1. Uso do meme “7 a 1” na web

Para exemplificar os vários usos do meme “7 a 1” nas redes sociais, esta pesquisa recolheu casos em que a expressão foi aplicada por perfis tanto pelo seu humor quanto por sua tragicidade. O confronto pela semifinal no Mineirão bateu recordes no Twitter na época, se tornando o evento esportivo mais tuitado da história³, com picos chegando a 580 mil tweets por minuto.


O filtro aplicado na busca remete ao período entre 2014 e 2021 nas redes Twitter e Facebook, através do mecanismo de pesquisa *#7a1*. A escolha por essas redes se deu pelo alto número de usuários brasileiros nos últimos anos e pela facilidade para criar, reproduzir e interagir com as publicações feitas nos sites. Na maioria dos casos citados abaixo, os perfis replicaram matérias ou imagens com breves comentários próprios criticando ou ironizando o ocorrido compartilhado.

³ "Brasil e Alemanha é o jogo mais tuitado da história", Zero Hora, 09 de julho de 2014. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/tecnologia/noticia/2014/07/Brasil-e-Alemanha-e-o-jogo-mais-tuitado-da-historia-4547055.html>

Figura 5 - Tweet do perfil do Mineirão

Estádio Mineirão ✓
@Mineirao


Para quem acha que todo dia é um 7 a 1 diferente, amanhã vamos anunciar uma goleada para nós, brasileiros. TEREMOS MUITO MAIS NOVIDADES POR AÍ!
[#GoleadaDoBem](#)



Marcelo Bechler ✓ @marcelobechler · 2 de jun de 2018
Notícia do @Esp_Interativo: Alemães vão promover "revanche do bem" do 7x1: esporteinterativo.com.br/posts/30552-la...

2:37 PM · 4 de jun de 2018 · [Twitter Web Client](#)

2 Retweets 31 Curtidas

Figura 6 - Tweet do perfil do Jota Quest

Jota Quest ✓
@jotaquest

De dar dó essa situação da CBF. CPI, eleição, julgamento em Nova Iorque. Todo dia é um 7 a 1 diferente [@SporTV](#)

10:48 PM · 16 de dez de 2015 · [Twitter for iPhone](#)

1 Retweetar 12 Curtidas

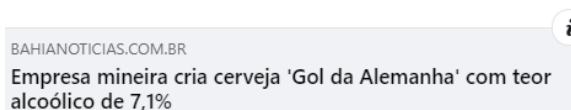
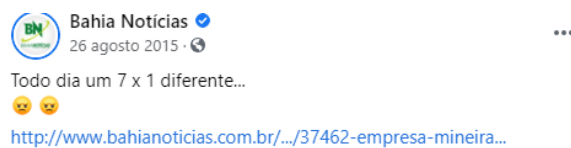
Figura 7 - Tweet do perfil Mulher Imprensa



Figura 8 - Publicação no Facebook do Catraca Livre



Figura 9 - Publicação no perfil do Quebrando Tabu**Figura 10** - Publicação no perfil do Universo Carl Sagan

Figura 11 - Publicação no perfil do Bahia Notícias

É possível observar que o meme “7 a 1” foi usado nos últimos anos como instrumento discursivo nos comentários que compartilham notícias esportivas, como na Figura 5 e na Figura 6, naqueles referentes a fatos econômicos (preço da gasolina), como na Figura 7, e nos referentes às decisões de diferentes esferas da política nacional (Senado e Supremo Tribunal Federal), como nas Figuras 8 e 10.

Além disso, a expressão rende aplicações em tom de brincadeira até mesmo para empresas locais, como na Figura 11, em que uma empresa desenvolve uma cerveja com teor alcoólico de 7,1%, uma referência ao resultado da semifinal.

Enfim, a reprodução do meme gera atividades entre quem interage nas redes sociais, usufruindo de sua polissemia como modelo de situação de tristeza, de raiva e de graça. As duas primeiras circunstâncias são as mais comuns neste caso, como observa Leite:

Todo mundo compartilha essa expressão hoje, no contexto brasileiro. Acabou se tornando tão nossa que, se vier alguém de fora, tem que explicar a existência. Se tornou sinônimo de fracasso, de decepção. De certa forma, o 7 a 1 transcende o futebol e pode ser usado em qualquer momento da sua vida em uma fase ruim, de vários empecilhos (LEITE, 2020)

Tendo em vista a dimensão semântica da expressão “7 a 1”, é importante observar a partir de que critérios ela passou a ser aplicada além do universo das redes sociais e sobre quais outros temas tem sido associada.

Analisar essas escolhas discursivas é o ponto principal deste trabalho monográfico em busca de compreender um padrão de comportamento textual em um ponto mais específico (“todo dia é um 7 a 1 diferente”) para contribuir nos estudos mais gerais da polivalência dos memes.

5. METODOLOGIA

Após a contextualização histórica e teórica acerca da força do futebol para o brasileiro e seus comportamentos nas redes sociais a partir da difusão do meme “7 a 1”, vamos focar em sua função como instrumento discursivo para jornalistas.

Uma notícia virar meme não é novidade no meio do jornalismo digital. Porém, o caminho inverso é menos usual. Nos últimos anos, os memes rendem matérias por si só. As ressignificações replicadas nas redes sociais ganham tanta projeção que é inevitável não serem notadas e veiculadas na mídia moderna.

Essas matérias, inclusive, “bombam” entre os leitores por tratarem justamente deles mesmos. A aproximação com o público se torna uma tendência para gerar audiência e estreitar a relação jornal-leitor.

Para gerar essa proximidade de forma orgânica, o humor é um elemento útil e eficiente neste aspecto, aderindo às novas formas de comunicação desenvolvidas nas redes e as transportando para o meio jornalístico. O meme é um exemplo claro desse comportamento por sua facilidade de difusão e captação de sentido, como afirma Vasconcellos:

Usados com grande frequência pela população em geral, os memes também se apresentam como uma ferramenta narrativa para o jornalismo. Como a narrativa jornalística precisa, em sua linguagem, também acompanhar novas formas de comunicação entre seus públicos, a introdução dos memes como elementos de comunicação na cultura digital faz com que eles sejam uma proposta narrativa viável – e, em alguns aspectos, desejável – para os jornais. (VASCONCELLOS, 2017)

Essa narrativa baseada no tom jocoso hoje é estimulada em muitos meios de comunicação por “dar voz à cultura participativa”, pautando “o público que gera e reproduz essa linguagem leve e descontraída” (LIMA E ROCHA, 2019).

Apesar de se enquadrar, em sua origem, em uma editoria de “Entretenimento”, as matérias sobre memes não se limitam mais à área por sua capacidade de mutação, se encaixando perfeitamente para qualquer cenário.

Por sua relação com o “desgosto” e a “tristeza, como citado no capítulo anterior, o meme “7 a 1” ultrapassa as zonas de editorias clássicas (ex: Saúde, Segurança, Internacional, etc) por se referir a estados de decepção por quais todas elas cobrem.

Em um jornalismo opinativo, o “7 a 1” é mais usado por causa da abordagem menos formal e, apesar de ainda se conectar primariamente a um esporte, confia no compromisso de que o leitor compreenda seu simbolismo no texto, conforme exemplifica Bezerra:

O 7 a 1 serve como símbolo do que não dá certo, do que não funciona. Por isso se diz que todo dia é um 7 a 1 para o futebol brasileiro, pelas coisas que não funcionam, pelo retrocesso, pela forma como o futebol brasileiro é administrado (BEZERRA, 2020)

Portanto, no restante desta pesquisa, o objetivo é expor as várias aplicações do meme “7 a 1” para chamar o público a ler as matérias de jornais, sejam elas colunas de opinião ou artigos mais factuais, e analisar de que maneiras a significância de seu símbolo foi explorada pelos autores.

Esta pesquisa exploratória foi realizada sob uma abordagem qualitativa através da análise do conteúdo nos títulos das notícias coletadas, além de duas entrevistas com jornalistas esportivos sobre o uso de expressões originárias do meio futebolístico. O conteúdo das conversas foi integrado ao longo do texto como referencial bibliográfico e transcrito na íntegra como apêndices. A primeira entrevista, com Wilton Bezerra, foi feita presencialmente em fevereiro de 2020, gravada e decupada em seguida. Já a segunda, com Roberto Leite, foi realizada via áudios através de aplicativo de mensagens online, em junho de 2020.

O filtro de pesquisa para coleta dos exemplos foi realizado com a ferramenta de busca avançada do Google, nos intervalos de tempo entre 2014 e 2021. A presença de imagens ilustrativas não foi considerada como fator para o recorte, apenas o conteúdo escrito nos prints dos títulos que possuem a expressão “7 a 1” ou variações, como “todo dia é um 7 a 1 diferente”.

O propósito das análises é observar de que maneira os autores dos oito artigos abordaram o significado do meme e se o contexto do jogo do Brasil foi apresentando no corpo do texto para que os leitores entendessem a referência no título, assim como recorrências ou padrões nesses fenômenos.

Além disso, também examinamos a relação que o conteúdo principal das matérias tem com a temática esportiva ou de memes e como se encaixa nos assuntos das respectivas editoriais, levando em conta uma análise comparativa entre as variantes da expressão em foco.

5.1. O gancho do título

Antes de nos determos às análises em si, é interessante pontuarmos o peso do elemento principal dos prints das notícias coletadas: o título, a primeira impressão e, por vezes, a única que leitores terão de uma informação da notícia.

Um dos elementos mais difíceis de ser definido devido aos parâmetros de indexação dos mecanismos de busca online em constante mudança, a frase estampada nas matérias deve não apenas resumir o conteúdo principal do texto em questão, mas “puxar” o público para clicar no link.

O foco aqui está neste elemento no meio da web e suas particularidades pelas facilidades de replicações nas redes e maior alcance que o jornal impresso, desconsiderado nesta pesquisa.

O desafio da escolha das melhores palavras é parte fundamental do trabalho diário do jornalista, afinal, sem um bom título, seu material apurado e exposto não ganha destaque suficiente e não repercute como o esperado, pois a frase em destaque não deve “apenas a identificar e sintetizar o conteúdo de um texto jornalístico, mas também deve igualmente seduzir o leitor” (MESQUITA *apud* NUNES, 2019).

O título deve ser claro, direto e sem expressões confusas ou específicas de um nicho, sendo acessível para todos. Além de tudo isso, precisa prender a vista “para funcionar, precisa ter impacto. Sem impacto, não chamará a atenção. Se não chamar a atenção, será inútil”. (ALVES *apud* NUNES, 2019).

Não basta somente o título cumprir seu papel comunicacional, mas engajar as pessoas a compreenderem melhor a situação anteposta. As estratégias para esse fim variam de acordo com a linha editorial, desde a escolha de palavras como o limite de caracteres no campo de titulação, hoje superior no meio online em comparação ao jornal impresso, por exemplo. Essa maior liberdade, todavia, pode prejudicar o exercício de concisão do jornalista, como argumentam Reino e Bueno (2017): "aumentar o título significa ter espaço para menos generalizações, mais facilidade de acerto, mas também menos criatividade".

As etapas para a construção da titulação, em geral, dependem de fatores que afetam diretamente esses processos, “tais como a linha editorial e o estilo do veículo, o contexto, em

qual editoria se encontra a notícia, o tempo reservado para o autor/editor elaborar os textos, que em geral é curto” (ALCÂNTARA E COSTA, 2014).

Atrair os leitores por meio de narrativas criativas é fundamental na Comunicação visto que o engajamento nas redes sociais reflete rapidamente no fluxo de audiência dos veículos, assim como passar a informação de forma correta e mais completa possível. Essas duas tarefas (atração e informação), ou “funções” (factual e poética), como conferidas por Guimarães (1995) *apud* Pellim (2009), devem andar juntas para o melhor desempenho do título.

A “função factual” do título, de acordo com a autora, deve destrinchar de forma resumida o assunto discutido nos parágrafos que o seguem, enquanto a “função poética” tem o papel de seduzir e gerar expectativas aos leitores.

Importante ressaltar aqui que essas duas características não são opostas e uma não anula a outra. É perfeitamente possível (ou desejável?) que um título apresente as duas funções em maior ou menor grau, a depender do gênero textual no qual aquele título se encaixa (Guimarães, 1995 *apud* Pellim, 2009)

Guimarães (1995) ainda aponta dois tipos de ligação para os títulos: a anafórica e a catafórica. A primeira se refere a “uma informação conhecida, remetendo a um elemento anterior, não enunciado no texto, mas presente no espírito do leitor”, enquanto a segunda segue um caminho mais direto, “induzindo a uma dada leitura do texto”.

Em um estudo comparativo entre os títulos de notícias das seções de Ciência e de Esporte do UOL, Pellim (2009) constatou uma ocorrência maior de títulos com função poética e com ligação anafórica nos textos esportivos, exigindo, como afirma o autor, um exercício de intertextualidade do público, a quem o jornalista precisa conhecer para que essa confiança na compreensão de seu texto aconteça.

As análises de Pellim (2009), alicerçada pelos estudos de Guimarães (1995), podem, de certa forma, ir contra o argumento de Reino e Bueno (2017) de que um título maior é menos criativo, pois, pelo menos na seção de Esportes, a liberdade na escolha das palavras no título contribui para uma função mais poética, que não deve ser depreciada a julgar pelo estilo e o tema da matéria.

Passamos, então, para um olhar mais analítico do objeto de estudo principal desta monografia, observando os padrões de como os jornalistas utilizam certas expressões consideradas como memes nos títulos de suas matérias.

6. ANÁLISE DAS APROPRIAÇÕES DO MEME “7 A 1” E SUAS VARIAÇÕES NO JORNALISMO ONLINE

Diante do exposto até aqui, é possível perceber que a “linguagem da internet” se molda rapidamente de acordo com o que está em evidência no período em questão. Do mesmo modo, o jornalismo também segue esse ritmo de adaptação constante em busca de ficar à par do que é pautado na web.

Usar um meme “fresco”, ou seja, recém produzido, e um mais famoso, são comportamentos cada vez mais recorrentes nos meios de comunicação digital, tanto com o objetivo de aproximação ao público quanto de render visualizações por imagens criadas e reproduzidas pelos próprios internautas, como já analisado acima.

Na visão de Nilson Vargas, editor-chefe do jornal *Zero Hora*, os memes são instrumentos que dão um fôlego aos leitores de tantas notícias sobre ocorrências negativas, se tornando refúgios diante dos empecilhos diários.

Eles são um jeito de sorrir da crise, sorrir de nós mesmos, de alguma forma, sem ultrapassar limites que levem à manipulação ou a ofensas fora da curva. Nos mostram ao público não apenas como um endereço sisudo de notícias mas também como um espaço digital onde as pessoas podem buscar algum oxigênio que ajude a encarar a crise, as más notícias, os problemas (VARGAS *apud* VASCONCELLOS, 2017)

O “todo dia é um 7 a 1 diferente”, tal qual variações como “todo dia é um 7 a 1”, ou simplesmente “7 a 1”, foram integradas em diversos títulos de notícias nos portais de notícias brasileiros nos últimos anos para gerar humor, revolta diante de um ocorrido decepcionante ou meras reflexões opinativas.

Esse gancho via meme tende a utilizá-lo no título para chamar a atenção do leitor, como “a lanterna que ilumina a pasta certa no porão da memória” (ASSUMPCÃO e BOCCHINI *apud* NUNES, 2019).

O recurso no momento de titulação é de importante destaque, seja com “7 a 1” ou qualquer outro meme, pois, dentre tantas opções para formar um título chamativo e que também informa, a pessoa responsável escolheu um artifício menos formal, mas que ainda carrega uma carga de significância enorme.

Adaptar-se ao ponto de deixar um padrão de títulos diretos, com sujeito, verbo, objeto e outros elementos sempre em certa ordem é, na nossa visão, uma alternativa discursiva válida, útil e funcional dependendo do teor da notícia.

“Driblar” o método clássico de construção da notícia através de expressões advindas do futebol faz o jornalismo menos engessado e mais humano devido à sua ligação com milhões de brasileiros e seu firme alicerce cultural.

O futebol está na formação do brasileiro do final do século XIX até agora. É comum encontrar pessoas usando e ressignificando esses termos. A língua portuguesa faz muito isso. Como o futebol está muito presente na vida do brasileiro, você gostando ou não, acaba usando mais essas expressões, porque você acaba se moldando. Sem nem perceber, a pessoa acaba usando a gíria (LEITE, 2020)

Diferente do que Leite (2020) comentou, reunimos abaixo exemplos em que os jornalistas deliberadamente trouxeram o “7 a 1” como principal destaque no título para analisar como essa ferramenta foi abordada nas matérias em questão.

Porém, antes trazemos um caso que não se enquadra nos parâmetros definidos para entrar no *corpus* principal desta pesquisa (matérias ou artigos de opinião). O intuito é exibir a dimensão de alcance do meme em questão para áreas muito distantes do futebol.

Figura 12 - Podcast do Cristãos cansados



Este curioso exemplo vem em formato de podcast, da página “Cristãos cansados”, em que o apresentador do episódio⁴ analisa as perdas diárias, tanto materiais quanto profissionais ou até espirituais, como “constantes 7 a 1 nas nossas vidas”. A afirmação aparece duas vezes (no começo e no final) ao longo dos quase 30 minutos de duração e nenhum dos três debatedores associa o tema principal da conversa entre os participantes com a derrota na Copa de 2014.

Essa escolha é inusitada por optar por um tom de brincadeira com um tema sério para a Religião cristã, como as derrotas e as superações de cada indivíduo, chamando o “7 a 1” logo no curto e simples título do episódio.

Por não ser um conteúdo jornalístico e sim uma conversa mais informal, optamos por não incluí-lo entre os oito casos abaixo, mas consideramos interessante apresentá-lo da pesquisa.

Assim, passamos aos prints e às análises dos oito títulos coletados para o *corpus* mais adequado. Os links de acesso para cada matéria ou artigo de opinião abaixo estão nas notas de rodapé.

Figura 13 - Matéria do Fora de Campo



The image shows a screenshot of a website article. On the left is a vertical navigation menu with a logo at the top that says 'fc' and 'LANCE!' below it. The menu items include: > TIMES, v MENU, Galeria, Futebol, Fut Inter, Num3r0s da, Bol4, Fora de Campo, Odds, +Esportes, and Blogs. The main content area has the header 'FORA DE CAMPO 'O OUTRO LADO DO ESPORTE'' and a large headline: 'Antero Greco detona diretoria do Flamengo após confusão da Taça Rio: 'É todo dia um 7 a 1''. Below the headline is a sub-headline: 'Comentarista da ESPN Brasil criticou cúpula de Rodolfo Landim e afirmou que diretoria só busca atitudes 'em benefício próprio''. At the bottom of the article is a video player showing a man with glasses speaking.

⁴ Disponível em: <https://cristaoscansados.com.br/cada-dia-um-7x1-diferente-como-entao-viveremos-ep9-159/>

Na matéria da Figura 13⁵, o título veio com base em um comentário do jornalista esportivo Antero Greco, da ESPN, ao criticar a aproximação da diretoria do Flamengo com o governo federal para ganhar vantagens de liberdade de transmissão de suas partidas durante o Campeonato Carioca.

O jornalista usou a expressão “*é todo dia um 7 a 1*” em uma roda de debates ao vivo no aniversário de seis anos da derrota na semifinal do mundial, citada pela matéria no 2º parágrafo para contextualização.

A escolha por destacar essas aspas pode ter sido estimulada pela data “comemorativa” (8 de julho), pois outras citações tão fortes do comentarista também caberiam no título, como “*fora de campo, vem pisando na bola*”, ou “*devia calar-se e aceitar*” ao se referir ao clube carioca.

A afirmação é em tom de ironia pela manobra política rubro-negra ao conseguir uma liminar do Tribunal de Justiça Desportiva do Rio de Janeiro (TJD-RJ) que concedia direito de transmissão para a final da Taça Rio de 2020, embora o Flamengo não fosse o mandante e, portanto, não tivesse esse direito. Um recurso que driblou limites jurídicos em vantagem de interesses financeiros.

Figura 14 - Matéria do UOL

UOL HOST PAGBANK PAGSEGURO CURSOS UOL BUSCA BATE-PAPO

BAND.com.br Notícias Esporte Entretenimento Vídeos Televisão Programação Rádios +

Brasil Urgente Jogo Aberto Jornal da Band Melhor da Tarde Pesadelo na Cozinha ADVMO Brasil Urgente São

FORD EcoSport FreeStyle 1.5 MT 2020 O seu primeiro SUV.

≡ Entretenimento.

Todos os dias que foram um 7 a 1 diferente para os Heróis

Assim como o fatídico Brasil X Alemanha, eles marcaram o mesmo placar contra os Guerreiros

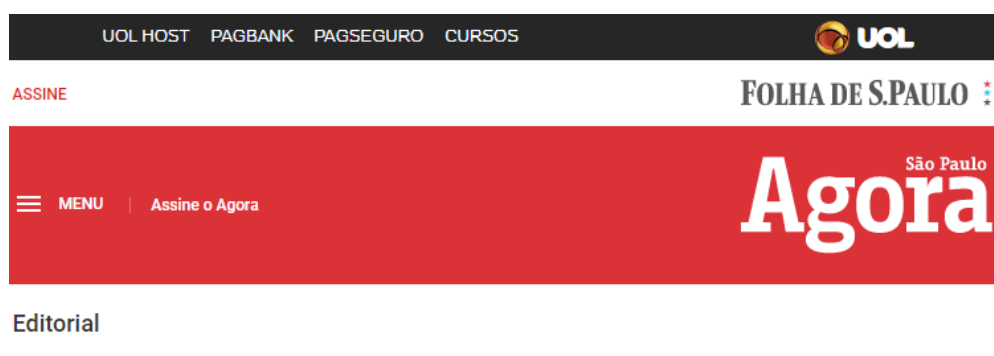
Da Redação - 9/10/2017 - 21:19 Atualizado em 9/10/2017 - 22:40

⁵ Disponível em <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/antero-greco-detona-diretoria-flamengo-apos-confusao-taca-rio-todo-dia.html>

Na matéria da Figura 14⁶, o autor do texto optou por criar uma lista de episódios em que a equipe Heróis, do reality show *Exathlon*, enfrentaram dificuldades nas provas da competição, destacando momentos dramáticos dos participantes como um “7 a 1”.

O gancho para o texto veio da derrota dos Heróis pelo placar de 7 a 1 em uma prova, referenciando, logo no 3º e no 4º parágrafo da matéria, o resultado sofrido pela Seleção Brasileira em 2014, explicando, inclusive, o trauma que gerou memes nas redes sociais.

Figura 15 - Editorial do Agora São Paulo, do UOL



Mais um 7 a 1



12.dez.2019 às 2h00

Na matéria da Figura 15⁷, o editorial do Agora, da Folha de São Paulo, foi bem mais direto que os exemplos anteriores, com simplesmente “Mais um 7 a 1” no título. Logo na primeira frase do texto, a contextualização para a crítica é explicada apenas com “*As decepções com a Copa do Mundo no Brasil, em 2014, não se resumiram ao fraco futebol apresentado pela nossa seleção*”.

A alfinetada foi direcionada às obras paradas na capital paulista, em 2019, para o evento de 2014, com foco no terminal de ônibus de Itaquera, próximo ao estádio que recebeu a partida de abertura da Copa.

⁶ Disponível em:

<https://entretenimento.band.uol.com.br/noticias/100000880306/todososdiasqueforamum7a1diferenteparaosherois.html>

⁷ Disponível em: <https://agora.folha.uol.com.br/editorial/2019/12/mais-um-7-a-1.shtml>

O tom seco de cobrança abarca tanto a humilhação brasileira em campo quanto fora dele, com autoridades públicas largando promessas de cidades mais estruturadas para receber os jogos e esquecendo das obras pouco tempo depois.

O editorial, feito por várias mãos, veio dois dias após uma reportagem do próprio veículo expondo a realidade do canteiro abandonado na zona leste de São Paulo.

Figura 16 - Artigo de opinião no Gazeta do Povo



> Política > Paraná

| artigo

Opinião: todo dia é um 7 a 1 diferente para o usuário de ônibus em Curitiba

Por Fabiano Klostermann [13/07/2017] [14:53]

Já na matéria opinativa da Figura 16⁸, há um diferencial em relação às anteriores: apesar de usar a expressão “todo dia é um 7 a 1 diferente” no título, em nenhum momento o autor retomou o fato no corpo do texto, sem explicar o sentido de sua escolha. Apenas confiou que seus leitores entenderiam a referência.

Por ser um artigo de opinião, há mais liberdade criativa e estilística para isso, mas surpreende por relacionar o “7 a 1” somente com o sujeito “usuário de ônibus de Curitiba”. O contexto da crítica em forma de meme é devido à uma medida decretada em 2017 pela prefeitura da capital paranaense, reduzindo a validade do cartão transporte de cinco para um

⁸ Disponível em:

<https://www.gazetadopovo.com.br/politica/parana/opiniao-todo-dia-e-um-7-a-1-diferente-para-o-usuario-de-ônibus-em-curitiba-2ibjzotpq6k7y4wx8u6y196/#:~:text=artigo-,Opini%C3%A3o%3A%20todo%20dia%20%C3%A9%20um%207%20a%201%20diferente%20para.usu%C3%A1rio%20de%20%C3%B4nibus%20em%20Curitiba&text=Uma%20medida%20decretada%20na%20quarta.usu%C3%A1rios%20de%20%C3%B4nibus%20da%20cidade.>

ano, expirando o valor pago ao fim do período, prejudicando quem usa o transporte público, como atesta o jornalista ao associar as duas derrotas.

Figura 17 - Matéria do GloboEsporte

The screenshot shows the top of a news article on the GloboEsporte.com website. The header includes the site's navigation bar with 'globo.com', 'g1', 'globoesporte', 'gshow', and 'vídeos'. A green banner below the header reads 'COPA DO MUNDO'. The main headline is 'Nem todo dia é um 7 a 1 diferente! Brasileiros festejam queda da Alemanha'. Below the headline, a sub-headline states: 'Atual campeã mundial perde para a Coreia do Sul por 2 a 0 e está eliminada na 1ª fase da Copa do Mundo da Rússia'. The article is attributed to 'Por GloboEsporte.com — Moscou, Rússia' and dated '27/06/2018 12h54 · Atualizado há um ano'. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and WhatsApp. A small text box on the right side of the article reads: 'Virou cartão vem fazer a sua empresa virar tenha até 03 maquininhas com isenção de aluguel*'. A snippet of the article text is visible: 'A Alemanha está eliminada da Copa do Mundo! Com a surpreendente derrota por 2 a 0 para a Coreia do Sul, os atuais'.

Na matéria da Figura 17⁹, o “7 a 1” veio como festa minutos depois da eliminação da Alemanha na fase de grupos da Copa do Mundo de 2018, na Rússia, ao perder por 2 a 0 para a Coreia do Sul na rodada final.

O texto é todo de zombaria, expondo as reações dos torcedores brasileiros após o feito da pequena seleção coreana diante da atual campeã, resgatando seu feito de 2014 no parágrafo inicial. Muita comemoração e vários memes reproduzindo o próprio “7 a 1” vingado.

O título exalta a alegria ao ver os carrascos de 2014 tropeçando de maneira tão feia ainda na 1ª fase da competição, um motivo a mais para inundar a internet com ironias e brincadeiras contra os alemães e agradecendo aos coreanos.

⁹ Disponível em:

<https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/nem-todo-dia-e-um-7-a-1-diferente-brasileiros-festejam-queda-da-alemanha.ghtml>

Figura 18 - Matéria do Goiás 24horas

GOIÁS 24 HORAS
OPINIÃO QUE MOVIMENTA O DEBATE

DESTAQUES

Só love: Eduardo Costa está vivendo affair com Silvyne Alves, diz colunista

Climão: repórteres da TV Anhanguera e Serra Dourada se estranham ao vivo durante telejornal

Todo dia um 7 a 1 diferente: Câmara derruba mais um veto de Iris

15 de junho de 2018

Por outro lado, na matéria da Figura 18¹⁰, pode-se observar, de antemão, uma distinção marcante: uma associação direta entre o ex-prefeito de Goiânia, Iris Rezende, com o zagueiro David Luiz, titular e capitão da Seleção durante a vexatória derrota no mata-mata. O jogador, inclusive, sofreu muitas críticas devido ao seu desempenho em campo na ocasião, gerando outros memes como o “só queria poder dar uma alegria para o povo”, baseado na entrevista à transmissão depois do apito final.

Já o título tem a presença do dois pontos (:) como elemento diferencial, com a função de destacar a expressão “todo dia um 7 a 1 diferente” antes da notícia em si (“Câmara derruba veto do então prefeito”). Os dois pontos são usados como forma de enquadrar uma matéria em um tema específico antes do leitor abri-la, ajudando também a reduzir o número de caracteres.

Porém, assim como na matéria da Figura 16, o texto do *Goiás24horas* faz o gancho com o evento esportivo, explicando o que foi a derrota por 7 a 1 e, assim, não justificando a escolha pelo destaque tão grande no título ao meme.

¹⁰ Disponível em:

<https://goias24horas.com.br/74553-todo-dia-um-7-a-1-diferente-camara-derruba-mais-um-veto-de-iris/>

Novamente, o autor entendeu que os leitores captariam o sentido sem explicação posterior da conexão com a famosa expressão. O conteúdo da matéria aborda a derrubada do veto do então prefeito a um projeto de um vereador que desejava instituir uma política municipal de prevenção às doenças ocupacionais dos servidores públicos da capital goiana.

As opções pelo título e pela montagem de fotos, portanto, expõe confiança por parte do autor de que esses artifícios irão chamar mais atenção dos leitores e de que não será necessário retomar a derrota na Copa ou a figura do atleta David Luiz no corpo do texto para justificar suas escolhas estilísticas.

Figura 19 - Matéria do Terraço Econômico



O território da Economia também foi campo de uso do “7 a 1”. O artigo de opinião¹¹ do portal Terraço Econômico, como na Figura 18, também utiliza do recurso dos dois pontos no título, mas de forma inversa ao exemplo anterior, jogando o “todo dia um 7 a 1” após a pontuação e adicionando o adjetivo “econômico” antes de “diferente” para apresentar uma espécie de derrota para a Economia brasileira.

Apenas o placar “7 a 1” é usado no texto como referência não apenas de um resultado elástico, mas de um desastre que estaria se repetindo por causa de ações de empresários nacionais suas percepções sobre a crise no Brasil.

A expressão é usada em três oportunidades pelo autor, sem nunca explicar os motivos de usá-la como sinônimo de ato negativo. Um jogo de palavras, inclusive, é usado no início para aproximar as comparações entre as atitudes dos empresários com as de atletas em fase ruim.

¹¹ Disponível em: <https://terracoeconomico.com.br/empresarios-que-jogam-contra-o-brasil-todo-dia-um-7x1-economico-diferente-2/>

Apesar do autor não ser jornalista (Victor Candido é economista), se apropria do recurso do meme em seu material opinativo para criticar ironicamente visões diferentes das dele sobre o setor econômico nacional.

Figura 20 - Artigo de opinião no Mídia Ninja



Por fim, quando analisamos o exemplo do artigo de opinião da Figura 20¹², vemos outro texto sem nenhuma referência imagética ou de conteúdo associando o resultado do “7 a 1” com o foco do comentário.

A crítica principal da colunista é quanto aos riscos enfrentados pelas milhões de famílias brasileiras que moram em favelas durante a pandemia de Covid-19, visto que a maioria não tem espaço suficiente para realizar o isolamento social adequado, com casas muito próximas e cheias de habitantes, dificultando as recomendações sanitárias.

O “todo dia um 7 a 1 diferente” da autora já expressa, como nos exemplos supracitados, uma indignação por um entrave dos envolvidos na matéria em questão, dessa vez as limitações das famílias no período de cuidados contra o novo coronavírus.

Novamente, o teor opinativo permite essa liberdade autoral nos títulos para a escolha das expressões que o autor julga mais atrativas para seu conteúdo, sem compromisso com o padrão de ordem dos personagens e de suas ações no caso abordado no texto.

Considerando os casos expostos acima, além do curioso exemplo inicial do podcast, podemos reiterar a vasta capacidade de áreas que o meme pode atingir, tendo passado, até aqui, nesta pesquisa, pelos campos do Jornalismo Esportivo, Político, Cotidiano, Entretenimento, Economia, Opinião e da Religião. Um extenso leque de aplicações que constata o potencial moldável da expressão “7 a 1” ou “todo dia um 7 a 1 diferente” e suas variações de acordo com a preferência de cada autor.

¹² Disponível em: <https://midianinja.org/daibrasil/todo-dia-um-7-x-1-diferente-nas-favelas-brasileiras/>

O escárnio, a indignação, a tristeza, a surpresa e até a alegria contemplaram os sentidos envolvidos entre os oito materiais recolhidos. Importante frisar que em apenas um caso (Matéria do Goiás 24 Horas) foi usada uma imagem da derrota do 7 a 1 para associar com o assunto abordado na notícia. O restante depende somente dos elementos textuais para atingir a conexão com o público através do meme.

Dos oito exemplos acima, quatro (Gazeta do Povo, Goiás 24 Horas, Mídia Ninja, Terraço Econômico) não citaram o fato esportivo nem explicaram a referência direta com um mínimo de contextualização para quem, porventura, não entendesse o meme.

Quadro 7 - Resultado das análises do *corpus* da pesquisa

Caso analisado	Tipo de texto	Explicação da relação da derrota do Brasil com o assunto do texto	Imagem associando ao jogo da Seleção
<i>Fora de Campo</i>	Notícia	Sim	Não
<i>UOL</i>	Notícia	Sim	Não
<i>Agora São Paulo</i>	Editorial	Sim	Não
<i>Gazeta do Povo</i>	Artigo de opinião	Não	Não
<i>GloboEsporte</i>	Notícia	Sim	Não
<i>Goiás 24horas</i>	Notícia	Não	Sim
<i>Terraço Econômico</i>	Artigo de opinião	Não	Não
<i>Mídia Ninja</i>	Artigo de opinião	Não	Não

Portanto, podemos assumir que os autores tiveram segurança no simbolismo carregado pelo meme e suas variações para não se darem o trabalho de uma curta explicação sobre o motivo de suas escolhas de palavras diante do cenário analisado em suas matérias ou artigos de opinião.

Essa confiança do autor no exercício de intertextualidade do leitor dialoga com o conceito de “ligação anafórica” de Guimarães (1995), em que um elemento ausente no texto

será interpretado pelo público automaticamente, e com o “ambiente cultural” citado por Martino (2014), em que os memes funcionam em sua plenitude. Nos casos analisados acima, o elemento é a referência ao resultado da semifinal da Copa no Mineirão e o ambiente cultural é simplesmente o Brasil.

Também podemos nos atentar à ausência de aspas na expressão “7 a 1” ao longo dos textos, a legitimando como um termo já apropriado no vocabulário popular e que não necessita de um tratamento especial em sua escrita.

Uma limitação que pode ser observada ao fim das análises é quanto aos dados de audiência de cada material. Não se sabe se os textos, pelos títulos escolhidos, receberam mais visualizações do que o normal para o site ou repercutiram com mais intensidade nas redes sociais na época.

Para que essa informação tivesse um parâmetro confiável, seria necessário publicar uma matéria com um título com a expressão “7 a 1” ou suas variantes e outra sem a presença do meme. Ambas deveriam ser postadas no mesmo portal, na mesma hora e no mesmo dia para entrarem em um tráfego equivalente e permitirem uma comparação mais justa diante dos picos de audiência variáveis do veículo.

Realizar esse experimento online é inviável para um veículo pois seria necessário um determinado tempo para comparar os gráficos de audiência das duas matérias “repetidas”, algo que um jornal se recusaria a fazer por provável confusão dos leitores quanto à qual seria a matéria correta. Apesar dessa limitação, a escolha pelo uso de um meme famoso, tanto do “7 a 1” como qualquer outro tão conhecido quanto, “com certeza, deve ter chamado a atenção da pessoa. Geralmente, títulos criativos fazem com que pessoas não próximas ao esporte se aproximem do texto e descubram grandes histórias” (LEITE, 2020).

Enfim, resta a dúvida sobre a discrepância entre os possíveis dados coletados nessa situação, mas constata que a ressignificação do “7 a 1” não está somente difundida no campo virtual brasileiro, e sim fincou raízes que já se espalharam em âmbitos distantes do cenário esportivo, conferindo um grau de significância confiável até para aqueles que não acompanharam a derrota da Seleção para a Alemanha.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar as formas de comunicação na internet não é tarefa simples por suas constantes atualizações em um terreno que só se expande e cria novos nichos suscetíveis a análises. Nesta pesquisa, após delimitarmos o *corpus* abordado, procuramos nos guiar pela compreensão dos seguintes questionamentos, já lançados nas primeiras páginas do trabalho: 1) a profunda inserção do futebol no dia a dia dos brasileiros; 2) o status mundial da Seleção Brasileira antes da Copa de 2014; 3) os motivos para que a derrota na semifinal contra a Alemanha tenha impactado tanto o esporte e a visão estrutural do futebol canarinho; 4) a transformação do "7 a 1" em meme e como os usuários das redes sociais o utilizavam; 5) a maneira com que os veículos de comunicação de apropriaram do meme "7 a 1" em seus materiais.

Logo no Capítulo 2, notamos pelo Estado da Arte a carência de pesquisas relacionando as expressões usadas no universo do futebol com a prática jornalística. Pela variedade de opções dos vocábulos, alguns levantados no início do Capítulo 4, imaginamos que a recorrência de suas eventuais análises por estudiosos da Comunicação seria bem maior.

Através da contextualização histórica realizada no Capítulo 3, retomamos as causas que influenciaram a imagem do Brasil como “o país do futebol” nas últimas décadas. As obras de Wisnik (2008) e de Júnior (2017) foram de grande auxílio para compreender a dimensão cultural e social alcançada pelo futebol no povo brasileiro ao longo de seu crescimento, além do olhar de Leite (2020) como jornalista esportivo que cobriu a Copa do Mundo de 2014 *in loco*.

O Capítulo 4 traz conceitos importantes sobre o que é o meme e como podemos aplicar suas características e suas potencialidades de replicação e de recriação nas redes sociais e no jornalismo digital sob a ótica de Dawkins (1979) atualizada por Horta (2015). Também mostramos exemplos de como os usuários da web utilizam a expressão “7 a 1” e sua variante “todo dia é um 7 a 1 diferente” em seus perfis para gerar humor e indignação diante de fatos.

Em seguida, o Capítulo 5 explica a metodologia da análise de conteúdo comparando oito casos coletados pela pesquisa em que o meme “7 a 1” e suas variações foi apropriado por veículos de comunicação, observando de que maneiras esses termos foram expostos nos títulos das matérias e dos artigos de opinião e se foram contextualizados para o leitor.

Enfim, no Capítulo 6, chegamos às análises mais detalhadas acerca de cada caso, pontuando as particularidades de cada título e sua relação com o tema principal da notícia. Após isso, percebemos que 50% dos exemplos recortados não explicaram o motivo de usarem o meme em seus títulos ou associaram seu simbolismo ao conteúdo do texto. Portanto, podemos concluir que os autores escolheram destacar o “7 a 1” em seus materiais como forma de chamar o público a acessá-los, quebrando um padrão de método jornalístico em que o título deve resumir o assunto fundamental da notícia ou do artigo de opinião.

Isso reforça que a derrota da Seleção Brasileira na semifinal da Copa do Mundo de 2014 levou o vocábulo “7 a 1” e sua variante “todo dia é um 7 a 1 “ a sofrerem uma ressignificação ao longo dos últimos anos, principalmente na internet, ao ponto de ser inserido na “boca do povo” como termo já legitimado por seu significado como meme e exposto com naturalidade até nos jornais sem um referencial ao resultado da partida.

Reconhecemos que esta pesquisa poderia ter se aprofundado melhor na prática de escolha de títulos de notícias nas redações de veículos de comunicação, visto que é uma etapa fundamental para compor uma matéria que engaja além de informar.

Outra limitação, esta já citada no capítulo anterior, é pela falta de análise quantitativa quanto aos números de audiência dos casos abordados. Como explicado, seria necessário um exercício comparativo com duas matérias - uma com o meme no título e outra sem - publicadas em condições idênticas para assumir um nível confiável dos resultados testados.

Ao chegarmos ao fim deste trabalho monográfico, renovamos as observações lançadas no início da pesquisa de que o futebol tem competências sociais, culturais, linguísticas e comunicacionais muito maiores do que podemos imaginar no Brasil. As terras canarinhas podem não apresentar o mesmo nível esportivo de décadas atrás ou a qualidade organizacional de outros países, que estudam e investem com mais cuidado sobre as várias áreas de atuação dentro dos gramados e fora deles.

Porém, há um fator fundamental em que nós, brasileiros, não ficamos atrás de nenhuma nação, e que nos move sempre com a mesma ou até maior intensidade: a paixão pelo jogo. Independente das dificuldades diárias na Economia, na Política, na Educação, etc, as poucas horas reservadas para acompanhar o futebol e se emocionar junto aos amigos ou desconhecidos durante a semana são suficientes para recarregar as energias para enfrentar os desafios da vida.

Os riscos com a pandemia de Covid-19 exigem que o brasileiro permaneça em isolamento social em suas residências, sem a velha rotina de se reunir com colegas ou ir aos estádios assistir e vibrar pelo time do coração. Acompanhar as partidas por uma tela não traz as mesmas sensações, mas são refúgios necessários para quem quer ter motivos para sorrir diante de tantas notícias tristes ao fim do dia, por mais difícil que seja. De fato, nos últimos meses “todo dia é um 7 a 1 diferente”.

Esse amor pelo esporte foi o combustível para que este trabalho se iniciasse e continuasse em meio ao caos que vivemos há mais de um ano no Brasil. Em casa, segue a solidão e o lamento por não poder compartilhar esse sentimento próximo de semelhantes e sobrevive a esperança de que logo o fervor e os gritos entalados se libertem.

Rivalidades à parte, as torcidas deste país se unem neste momento com um objetivo em comum, o mais importante: sentir o calor emanado do futebol novamente. Pois o jogo muda, mas as emoções sentidas pelas memórias não. Estas são eternas.

REFERÊNCIAS

ALCANTARA, Larissa Wenya Sousa; COSTA, Rafael Rodrigues. **A construção de títulos na Web—Análise de títulos nas notícias de portais cearenses**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu. 2014

ALVES, Yago Modesto. **O meme como estratégia de marketing digital no Facebook: o caso da T-shirt Factory**. In: ROCHA, Liana Vidigal; SILVA, Sérgio Ricardo Soares Farias. **Comunicação, jornalismo e transformações convergentes**. 2019.

BEZERRA, Wilton. **Depoimento de fev. 2020**. Entrevistador: Guilherme Freitas Conrado. Fortaleza, UFC, 2020. Entrevista presencial concedida para pesquisa sobre o impacto do 7 a 1 no futebol brasileiro e no jornalismo esportivo.

CENTRO STUDI PIER PAOLO PASOLINI CASARSA DELLA DELIZIA. **Pasolini e il calcio, passione di una vita**. Disponível em: <<http://www.centrostudipierpaolopasolinicasarsa.it/panoramiche/pasolini-e-il-calcio-passione-di-una-vita/>>. Acesso em: 19 mar. 2018.

CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela. **Futebol objeto das Ciências Humanas**. São Paulo: Leya, 2014. 384 p.

CARVALHO, José Eduardo. **150 anos de futebol-Geopolítica**. Editora SESI-Serviço Social da Indústria, 2015.

COELHO, Paulo Vinícius. **Escola brasileira de futebol**. Objetiva, 2018.

DA MATTA, Roberto. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Edições Pinakotheke, 1982.

DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. São Paulo: Itatiaia, 1979.

FARIAS, Airton de. **Uma História das Copas do Mundo, futebol e sociedade**. Armazém da Cultura, 2016.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. Dissertação. Brasília: Universidade de Brasília, 2015.

JÚNIOR, Hilário Franco. **Dando tratos à bola: ensaios sobre futebol**. Editora Companhia das Letras, 2017.

_____. **sociedade e cultura: apontamentos a título de conclusão**. *Futebol objeto das ciências humanas*. São Paulo: LeYa, 2014, 366-383.

GALEANO, Eduardo; NEPOMUCENO, Eric; DO CARMO BRITO, Maria. **Futebol: ao sol e à sombra**. L & PM, 1995.

GUEDES, Simoni Lahud. **A dádiva e os diálogos identitários através das Copas do Mundo no Brasil**. *Futebol objeto das ciências humanas*. São Paulo: LeYa, 2014, 57-69.

KFOURI, Juca. **Confesso que perdi: memórias**. Editora Companhia das Letras, 2017.

LEITE, Roberto. **Depoimento de jun. 2020**. Entrevistador: Guilherme Freitas Conrado. Fortaleza, UFC, 2020. Entrevista virtual concedida para pesquisa sobre o impacto do 7 a 1 no futebol brasileiro e no jornalismo esportivo.

LIMA, H. C. ; ROCHA, LIANA VIDIGAL . **Construção imagética na web: como o jornalismo brasileiro vem mudando com a geração dos memes e virais**. *Temática - Revista eletrônica de publicação mensal* , v. 15, p. 98-118, 2019.

MIRANDA, Leonardo. **O 7 a 1 não foi só um jogo isolado ou "apagão". Foi um aviso. Um sinal de que algo estava errado aqui, de que o futebol e o mundo tinham mudado. Esse jogo escancarou nosso abismo tático, de gestão e principalmente de cultura. No futebol e fora dele**. 1º, junho, 2020. Twitter: @leoffmiranda. Disponível em: <https://twitter.com/leoffmiranda/status/1267467921946742801>. Acesso em: 10/02/2021.

NUNES, Ana Beatriz Alves. **A Construção da Imagem Polêmica do Papa Francisco: uma análise dos títulos de notícias**. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal do Ceará, 2019.

PELLIM, Tiago. **Análise textual de títulos jornalísticos: um estudo comparativo entre as seções de ciência e esporte**. *Vertentes*, São João del-Rei, v. 34, p. 171-178, 2009.

REINO, Lucas Santiago Arraes; BUENO, Thaísa Cristina. **O lead nos títulos jornalísticos: um estudo comparado entre os jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo.** RuMoRes, v. 11, n. 22, p. 320-340, 2017.

RODRIGUES, Sérgio. Com tantos vexames na década, '7 a 1' não vai embora nunca mais. **Folha de S.Paulo**, São Paulo. 21 de dez. de 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/12/com-tantos-vexames-na-decada-7-a-1-nao-va-i-embora-nunca-mais.shtml>. Acesso em: 18 de fev. de 2021.

SILVEIRA, Marcio Telles; SILVA, Alexandre Rocha. **Lendo o jogo: o futebol enquanto linguagem.** XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, RS. 2 a 6 de setembro de 2010.

SOUZA, Ivson; ARAGÃO, Rodrigo Martins. **Onde a zoeira encontra seu limite: uma análise do uso de memes no jornalismo do Estadão.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação. Caruaru. 2016.

VASCONCELLOS, F. C. **O uso de memes em narrativas jornalísticas: um estudo de caso sobre “A crise do governo Temer contada pelos memes”**, de Zero Hora. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba. 2017.

WISNIK, José Miguel. **Veneno Remédio.** 1 ed. Companhia das Letras, 2008. 448 p.

ZAGO, Gabriela. **Enquanto você lia este título, a Alemanha fez mais um gol: a Copa da zoeira nos sites de rede social.** Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 11, n. 2, p. 415-423, 2014.

APÊNDICES

A. ENTREVISTA COM O JORNALISTA ESPORTIVO WILTON BEZERRA

“O 7 a 1 serve como símbolo do que não dá certo, do que não funciona. Por isso se diz que todo dia é um 7 a 1 para o futebol brasileiro, pelas coisas que não funcionam, pelo retrocesso, pela forma como o futebol brasileiro é administrado, os inúmeros defeitos de calendário, pelo pouco zelo com a integridade física do jogador. Hoje, o futebol está em todo lugar. Ele participa da vida das pessoas como nunca se imagina.

Tem que ter cuidado com essa linguagem do futebol. Parece uma coisa intelectualizada. Como se o futebol tivesse uma linguagem da qual você não pode abrir mão. Acho que o futebol expressa o modo de ser do brasileiro de criar novas definições.

Por exemplo: ‘no meu emprego, estou na marca do pênalti’. É um negócio espetacular para definir uma situação de perda do emprego. ‘Você não está com essa bola toda’ ou ‘você é bola murcha’, ‘vou fazer o meio campo’, ‘eu não faço o seu jogo’, ‘coloquei fulano para escanteio’. Essas expressões ganharam o mundo. É mais uma forma de provar que o futebol é importante para o brasileiro. Uso essas expressões com certo rigor. No meio do povo é que você usa. Esses ditos populares são facilmente entendidos. Essa linguagem é viva, é boa e compreendida.

Em que pese o olhar distorcido dos intelectualóides que acham que não é possível ou que não adianta refletir sobre futebol. Eu acho que é. Porque o futebol fala muito do brasileiro, da música, do carnaval. São símbolos, lugares sociais. O jogador de futebol era marginalizado pela sociedade, não era visto com a consideração que merece. A própria página social do jornalismo que abriu essa brecha. Jacinto de Tormes, famoso colunista, que começou a convidar jogadores de futebol para eventos sociais. Foi muito importante para a crônica carioca. O jogador passou a ser olhado de uma forma diferente.

O futebol é uma modalidade de inclusão. O futebol aqui começou com peladas de praia, antes que o Charles Miller trouxesse a bola para o Brasil. O futebol inclui um país de exclusão. Ele não requer adaptações muito complexas como em outros esportes. Você coloca dois tijolos ou duas chinelas, faz uma trave e começa.

Você não precisa ser um gigante. Até um anão ou um aleijado jogam. Em outras modalidades, não. Aliás, tem uma colocação muito boa de um jornalista. ‘Numa peneira de tênis, você dispensa um aleijado, um gordo e um anão. No futebol, se dispensar um aleijado, pode ser Garrincha, se for gordo, pode ser Coutinho, e se for anão, pode ser Maradona. O futebol não exige um tipo óbvio para ser praticado, é muito democrático nesse ponto. Ele nos ensina a conhecer sobre a cultura humana’

B. ENTREVISTA COM O JORNALISTA ESPORTIVO ROBERTO LEITE

“Lembro que, durante uma semana, só conseguimos falar disso. Foi um resultado tão indigno que, nenhum jornalista que viu ou cobriu aquele jogo, não teve um sentimento mais torcedor do que jornalista. Todo jornalista perdeu a razão em algum momento ali, deixou o emocional se pronunciar mais do que o racional.

“Pode notar que, em alguns textos, dão uma derrapada. Se fizermos um histórico daquela seleção, vemos que ter chegado na semifinal já foi um feito absurdo, não pela qualidade. O Brasil já era uma azarão de alguma forma. Os resultados eram ruins. A própria Copa das Confederações o Brasil ganhou no susto, de uma Espanha já decadente, geração velha demais. O Felipão era muito mais um motivador do que um técnico, e uma Copa você não ganha só com isso, mesmo com grandes jogadores. Aquele jogo teve uma proporção muito pesada pro futebol. O Brasil ficou como uma espécie de farsa. Ninguém imaginava esse placar, é muito dispar.

Simbolicamente, foi ruim pro país pois vivíamos aquela iminência de golpe da Dilma. Ali se configura uma pá de cal. O Brasil era tão fracassado que não conseguiu ganhar a Copa”

- Algumas expressões foram adaptadas do contexto do jogo de futebol para o vocabulário popular. Exemplos: fazer o meio campo, padrão FIFA, pisar na bola, etc. Você usa esses termos com frequência ou observa outras pessoas utilizando? Se sim, percebe se os usuários têm afinidade com o esporte?

“O futebol está na formação do brasileiro do final do século XIX até agora. É comum encontrar pessoas usando e ressignificando esses termos. A língua portuguesa faz muito isso. Como o futebol está muito presente na vida do brasileiro, você gostando ou não, acaba usando mais essas expressões, porque você acaba se moldando. Sem nem perceber, a pessoa acaba usando a gíria. Quem não gosta de futebol, gosta de Copa do Mundo. “Show de bola” acho que é a mais utilizada”

- Como jornalista esportivo, você já usou algumas dessas expressões no título ou dentro de suas matérias? Se sim, observou alguma repercussão maior devido a esse artifício?

“Não consegui identificar se teve mais ou menos repercussão porque usava um termo futebolístico no título. Mas, com certeza, deve ter chamado a atenção da pessoa. Geralmente, títulos criativos fazem com que pessoas não próximos ao esporte se aproximem do texto e descubram grandes histórias”

- Você observa se esse tipo de termo está sendo mais usado do que antigamente, tanto no jornalismo especializado quanto no dia a dia dos brasileiros?

“Cada época tem suas gírias próprias. Há 50 anos, o modo de fazer jornalismo era diferente. Isso se dá pelo modus operandi do jornalismo de cada época. Teve épocas de um jornalismo mais opinativo do que noticioso, como no início. Depois ficou muito descritivo, até porque o torcedor só tinha acesso aos jogos pelo rádio.

Hoje você tem um jornalismo, digamos, interpretativo. Você não opina diretamente, dando juízo de valor. Você interpreta os fatos e constrói sua crítica com números, dados, uma análise tática ou técnica, dos contextos. Acho que é um grande avanço pois contempla esse

arcabouço do passado e dá uma coisa nova, principalmente pro impresso. A sobrevivência do impresso hoje comparado ao digital é a análise. Ler com algo a mais”

- A expressão "todo dia é um 7 a 1 diferente" ganhou a boca de gente que nem futebol acompanha, adquirindo um sentido pejorativo em situações diárias. Você compartilha esse termo ou vê alguém usando, seja no ambiente de trabalho, seja nas ruas?

“Todo mundo compartilha essa expressão hoje, no contexto brasileiro. Acabou se tornando tão nossa que, se vier alguém de fora, tem que explicar a existência. Se tornou sinônimo de fracasso, de decepção. Mesmo futebolístico, se tornou muito mais forte do que o ‘Maracanazo’, que foi uma tragédia.

Quem sofreu a tragédia não fracassou ou teve culpa. Tava indo tudo bem e, de repente, aconteceu algo inexplicável. Não existe o inexplicável no 7 a 1. Quem sofreu, tinha culpa. De certa forma, o 7 a 1 transcende o futebol e pode ser usado em qualquer momento da sua vida em uma fase ruim, de vários empecilhos. Como aconteceu na Copa, ele tem um poder de difusão maior. Porque a Copa não é uma atração só para quem gosta de futebol porque tem a festa, o fato de não ir pra escola, de não trabalhar, de se juntar todo mundo, soltar fogos, fazer comida. Você não sabe nem o nome do jogador, mas tá torcendo. Você vê até jogos de outras seleções para fazer o “esquentar” para a partida do Brasil”

- Como você avalia o impacto que o futebol pode ter na vida do brasileiro comum?

“É muito forte. Na pandemia do novo coronavírus, até quem não gosta do futebol tá com saudade. Tem que ter algo muito forte para não ter jogos nas quartas e domingos. Torcer pelo seu time é meio que um afazer diário. Quando você não tem, entra numa abstinência fortíssima. O futebol tá em toda parte. Molda até a hora de você voltar para casa. Às vezes você vai pro jogo e descarrega todos os seus problemas no juiz, no jogador que foi mal, na diretoria do time que perdeu. Você sai pronto para enfrentar o problema no outro dia. O futebol é o catalisador de muitas coisas”