



SENTIDOS DA DERROTA NO DISCURSO ESPORTIVO:

Uma análise das capas dos jornais "Extra" e "O Globo" ao noticiar as derrotas do Club de Regatas Vasco da Gama (1998) e do Clube de Regatas do Flamengo (2019)

MEANINGS OF DEFEAT IN SPORTS DISCOURSE:

An analysis of the front pages of "Extra" and "O Globo" newspapers on Vasco (1998) and Flamengo (2019) soccer teams

*Beatriz Fernanda Fortunato**

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), São Gonçalo, Brasil

ORCID: 0000-0002-2708-6583

*Autor correspondente (e-mail: beatrizzfernanda@yahoo.com.br)

RESUMO

Este artigo analisa os sentidos discursivos produzidos pelas capas dos jornais "Extra" e "O Globo" ao noticiar as derrotas do Club de Regatas Vasco da Gama (1998) e do Clube de Regatas do Flamengo (2019), em competições internacionais. A pesquisa, de natureza qualitativa e fundamentada na Análise do Discurso de linha pecheutiana, propõe uma reflexão sobre como a mídia constrói narrativas sobre a derrota no futebol, operando sentidos que variam conforme o clube retratado. Embora derive de uma monografia de especialização e opere com um *corpus* delimitado, o estudo assume os jogos analisados como acontecimentos discursivos representativos. Observa-se que as condições de produção — históricas, editoriais e simbólicas — influenciam na construção dos sentidos atribuídos à derrota, sugerindo diferentes posicionamentos ideológicos por parte dos veículos analisados.

Palavras-chave:

Análise do Discurso; jornalismo esportivo; sentidos da derrota; narrativas midiáticas; ideologia.

ABSTRACT

This article analyzes the discursive meanings produced by the front pages of *Extra* and *O Globo* newspapers when reporting the defeats of Club de Regatas Vasco da Gama (1998) and Clube de Regatas do Flamengo (2019) in international competitions. The research, qualitative in nature and grounded in the Pecheutian tradition of Discourse Analysis, reflects on how the media constructs narratives around defeat in football, producing meanings that vary according to the club portrayed. Although derived from a specialization monograph and based on a limited corpus, the study treats the analyzed matches as representative discursive events. It is observed that the production conditions—historical, editorial, and symbolic—influence the construction of meanings attributed to defeat, suggesting different ideological stances taken by the analyzed media outlets.

Keywords:

Discourse Analysis; sports journalism; meanings of defeat; media narratives, ideology.

1. Introdução

O futebol ocupa um lugar singular na cultura brasileira. Muito além do esporte, ele é atravessado por afetos, disputas, identidades e narrativas que se constroem dentro e fora dos campos. Em um país em que clubes de futebol se confundem com regiões, classes sociais e tradições familiares, a maneira como as derrotas e vitórias são narradas pela mídia contribui ativamente para a formação da memória coletiva. Este artigo, recorte de uma monografia de especialização, busca fazer uma análise sobre os modos que os jornais "Extra" e "O Globo" construíram narrativas acerca das derrotas de dois clubes brasileiros, a saber clube de Regatas do Flamengo e Club de Regatas Vasco da Gama, em competições internacionais da FIFA, com base nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa.

O interesse por essa investigação resulta da necessidade de entender os modos como a mídia esportiva influencia a percepção dos torcedores, moldando a memória coletiva sobre os eventos. Afinal, as manchetes não são apenas registros de fatos, mas construções discursivas que revelam valores, ideologias e interesses sociais. Sabendo que os jornais, independente do suporte impresso ou digital, continuam a exercer um papel fundamental na disseminação de informações e na construção de sentidos, faz-se necessário analisar os efeitos de sentido produzidos por eles, pois os jornais produzem e colocam em circulação discursos e, ao mesmo tempo, produzem também os sujeitos em suas posições discursivas. O objetivo não é estabelecer uma comparação entre os desempenhos esportivos dos clubes, tampouco generalizar os achados, mas compreender os efeitos de sentido produzidos na materialidade discursiva analisada.

2. Análise do Discurso

A Análise de Discurso (doravante AD) foi fundada na década de 1960 por Michel Pêcheux, na França, tendo como um de seus fundamentos, conforme explica Maldidier (2003, p. 38), o "[...] materialismo histórico como teoria das formações sociais e suas transformações, aí compreendida a teoria da ideologia", de modo que os aspectos históricos não são invisíveis ao sujeito, e este se constitui pela história e a constrói por meio dela. Assim, segundo Pêcheux (1997), é impossível pensar a linguagem como um simples dispositivo pelo qual o significado se manifesta, desconsiderando-se os aspectos históricos e ideológicos que a atravessam.

A AD, em seu momento de constituição como disciplina, ancora-se em três principais vertentes teóricas: a linguística, a psicanálise e o marxismo. No entanto, essa filiação não ocorre de forma integral e acrítica, como destaca Orlandi (2012), pois tais disciplinas são tensionadas pela AD a partir de suas lacunas. A crítica à linguística recai sobre sua desconsideração do contexto histórico; ao marxismo, pela ausência de uma reflexão sobre a materialidade da linguagem; e à psicanálise, por sua limitada abordagem dos fatores sociais.

O objetivo da pesquisa em AD é analisar o discurso, compreendido por Pêcheux como "efeito de sentido entre os pontos A e B" (Pêcheux, 1997, p. 82). A linguagem, nessa perspectiva, ultrapassa a noção de simples meio de comunicação. Para a AD, não há uma regularidade estável de posições nem fixidez de sentidos, pois, como afirma Orlandi (2012, p. 21), "a língua serve para comunicar e para não comunicar". Na AD, não se pressupõe um modelo linear de comunicação com funções estáticas para cada locutor. Os sujeitos são múltiplos e históricos, e a linguagem, mesmo com sua organização estrutural, não determina o sentido a priori; ao contrário, ela se constitui a partir dos sujeitos e das condições de produção que os atravessam.

O sujeito, na perspectiva da AD, é compreendido como uma posição entre outras (Orlandi, 2012), produzindo seus dizeres a partir de um lugar historicamente situado em uma determinada formação social. Ao enunciar, o sujeito diz aquilo que pode ou deve ser dito em determinada conjuntura, sob a ilusão de que seu discurso provém unicamente de sua vontade individual. Em outras palavras, é sua posição que determina o que pode ou não ser dito. As condições de produção configuram os cenários que viabilizam a emergência de determinados efeitos de sentido, pois "um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas" (Pêcheux, 1997, p. 77).

As condições de produção estão relacionadas tanto às possibilidades enunciativas determinadas por circunstâncias imediatas quanto ao contexto sócio-histórico mais amplo. Na perspectiva da AD, sujeito e sentido constituem-se mutuamente, o que não implica uma relação estática ou fixada. Pelo contrário, os processos discursivos se realizam nas práticas discursivas dos sujeitos e se transformam continuamente. Como destaca Pêcheux (1988, p. 184), trata-se de um "efeito em retorno dos processos discursivos sobre a língua", ou seja, o discurso não apenas opera a partir da língua, mas também a modifica, produzindo sentidos que escapam à previsibilidade e à estabilidade.

3. O discurso jornalístico

Ao discutir suas práticas, o discurso jornalístico atribui a si mesmo o papel de informar a sociedade sobre fatos importantes e estabelecer uma compreensão geral dos fenômenos mundiais (Alves, 2016). De acordo com Bahia (2009, p. 19), "é da natureza do jornalismo levar a comunidade, direta ou indiretamente, a participar da vida social. Nesse sentido, assume uma condição de intermediário da sociedade".

Para Mariani (1999, p. 111), esse discurso "é produzido em condições históricas de confrontos, alianças e adesões que gerenciam e constituem as interpretações produzidas". A partir dessas reflexões, pode-se inferir que qualquer tentativa da mídia de se apresentar como imparcial não é plenamente produtiva — ainda que grande parte da imprensa se proponha a alcançar tal objetivo. Sob a perspectiva da Análise do Discurso, a imparcialidade é uma pretensão. Como vimos na seção anterior, segundo Pêcheux, "a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina" (2009, p. 150). O sujeito-jornalista, portanto, não está em um "estado de natureza ou de inocência" (Pêcheux, 2009, p. 174); ele fala a partir de um lugar específico, e, conforme sustentado pela perspectiva discursiva, adere a determinada formação discursiva para mediar a notícia.

Informar os cidadãos sobre acontecimentos ocorridos em diferentes partes do mundo é amplamente considerado pelo público como uma das funções sociais mais importantes da mídia. A responsabilidade de tornar essas informações acessíveis aos leitores ou ouvintes recai sobre os jornalistas. Mariani (2007, p. 199) afirma que "a imprensa funciona desambiguando o mundo, ou seja, a construção das notícias se dá pela formulação de enunciados que organizam os acontecimentos em uma ordem logicamente representável".

O que é dito nas notícias depende, de forma significativa, das possibilidades enunciativas específicas de cada formação social, em seu respectivo contexto histórico (Mariani, 2007, p. 216). As condições de produção permitem, assim, que a mídia coloque em circulação seletiva alguns acontecimentos jornalísticos, ao mesmo tempo que silencia outros. Nessa lógica, as críticas às "distorções" da mídia, feitas em outros contextos, permanecem pertinentes. A mídia atua na "construção de verdades" (Mariani, 1999, p. 111), apresentando as

notícias em consonância com suas posições ideológicas, de forma a sustentar uma determinada visão de mundo, voltada a um leitor-alvo.

A mídia não apenas reproduz, mas também produz o mundo que interpreta, ao publicar (enunciar) seus textos — especialmente no que diz respeito à construção dos acontecimentos jornalísticos. Para Berger (1998, p. 188), o discurso jornalístico constitui um espaço para "[...] a produção e proposição de sentidos e, também, a construção de um determinado registro histórico". Assim, atribui-se à imprensa a responsabilidade — ainda que imaginária — de servir como canal entre os fatos e seus leitores. O discurso jornalístico exerce um impacto significativo na sociedade, contribuindo frequentemente para a formação e manutenção do consenso social ou, ao menos, oferecendo uma base para discussões que moldam a opinião pública (Park, 2008). Dessa forma, compreende-se que existe um imaginário sobre o jornalismo, ao mesmo tempo em que este se configura como uma prática discursiva — um espaço de escolhas e construções simbólicas situadas no aqui e agora, no qual decisões fundamentais são tomadas sobre o que será dito ou silenciado, bem como sobre quem participará ou será excluído desse processo.

4. O jornalismo esportivo

O jornalismo esportivo, segundo Konder (2004), possui uma relevância comparável ao jornalismo político dentro de um veículo de comunicação. Ambas as áreas despertam paixões e emoções intensas nos profissionais, o que pode, em certos casos, comprometer a objetividade da análise. A editoria de esportes abrange uma ampla gama de modalidades e exige dos jornalistas habilidades específicas, como domínio técnico e capacidade de narrar histórias de forma envolvente (Erbolato, 1981 *apud* Tavares Junior, 2017).

Coelho (2021) destaca que o mercado brasileiro de jornalismo esportivo é limitado, com uma especialização concentrada em futebol, automobilismo e, ocasionalmente, tênis. Essa limitação leva ao uso frequente de atletas como fontes nas transmissões, devido à carência de conhecimento aprofundado por parte de alguns jornalistas. O jornalismo esportivo recorre, com frequência, a elementos literários — como mitos e lendas — em suas narrativas, o que pode afetar a objetividade do relato jornalístico (Coelho, 2021, p. 18).

Esse imaginário que envolve o jornalismo esportivo e sua relação com a verdade constitui-se como um efeito discursivo. Apesar da paixão envolvida, o jornalismo esportivo deve seguir os preceitos do jornalismo tradicional, incluindo a verificação da veracidade das informações (Lemes, 2016). Ainda que haja tensões entre paixão e objetividade, o jornalismo esportivo constitui uma parte relevante do panorama jornalístico e continua a atrair um público expressivo (Barbeiro; Rangel, 2006).

5. Contexto da pesquisa

A presente investigação analisa os efeitos de sentido produzidos nas manchetes de dois dos principais jornais de circulação nacional — "Extra" e "O Globo" — no contexto das derrotas do Club de Regatas Vasco da Gama (1998) e do Clube de Regatas do Flamengo (2019). O objetivo é compreender de que modo esses sentidos se constroem discursivamente, se inscrevem na memória e são atravessados por determinadas formações discursivas.

O *corpus* da análise é composto por edições específicas desses jornais, publicadas nos dias seguintes às finais da Copa Intercontinental de 1998 e do Mundial de Clubes da FIFA de 2019. O jornal "Extra" (Infoglobo, [s.d.]), fundado em abril de 1998 pela Infoglobo, tornou-se um dos

jornais mais populares do Rio de Janeiro, atingindo, em 2010, um pico de circulação com mais de 300 mil exemplares vendidos. Já o jornal "O Globo" (Infoglobo, [s.d.]), fundado em 1925, também sediado no Rio de Janeiro, possui circulação diária, consolidando-se como veículo de alcance nacional a partir de 2021, com assinaturas em formato impresso e digital. Ambos os jornais integram o Grupo Globo, conglomerado de comunicação da família Marinho, que também inclui a CBN e a Rede Globo de Televisão.

Ao analisar os sentidos mobilizados nos enunciados jornalísticos, é fundamental considerar as condições de produção desses discursos, marcadas por suas inserções institucionais, editoriais e ideológicas. A compreensão dessas condições permite aprofundar a leitura dos efeitos de sentido que atravessam as narrativas sobre as derrotas de Flamengo e Vasco, bem como as relações de poder que sustentam tais construções discursivas.

6. Efeitos de sentido nas manchetes sobre Vasco e Flamengo nos jornais "Extra" e "O Globo"

6.1 O revés cruzmaltino e a memória discursiva da frustração

Em 1º de dezembro de 1998, o Vasco da Gama disputou a final da Copa Intercontinental contra o clube espanhol Real Madrid. A partida, realizada no Estádio Olímpico de Tóquio, no Japão, terminou com a vitória do time espanhol pelo placar de 2 a 1.

Figura 1: Jornal "Extra" - 02/12/1998



Fonte: Acervo do jornal "Extra" (1998)

A cobertura da mídia esportiva analisada neste artigo noticiou o evento com ênfase em uma narrativa sensacionalista. No jornal "Extra", por exemplo, a derrota do Vasco foi mencionada apenas na parte inferior da capa, enquanto o destaque principal era uma manchete policial. Na organização textual, o jornal apresentou o título: "Flamengo em festa com o vice do Vasco". Ao atribuir a festa ao Flamengo, o jornal orienta os sentidos da notícia, sugerindo que os torcedores rubro-negros seriam os mais satisfeitos com a derrota do time

cruzmaltilino.

No que diz respeito à escolha das imagens, o jornal destacou três personagens: para representar o Vasco, utilizou a foto do jogador Felipe com as mãos na cabeça e expressão de frustração; para simbolizar a vitória do Real Madrid, escolheu uma imagem dos jogadores beijando o troféu; por fim, em menor destaque, incluiu também uma foto da torcida do Flamengo comemorando.

Escolhas editoriais semelhantes podem ser observadas no jornal "O Globo", conforme a figura 2 a seguir:

Figura 2: Capa do jornal "O Globo" - 02/12/1998



Fonte: Acervo do jornal "O Globo" (1998)

Na parte inferior de sua capa, o jornal "O Globo" destacou a manchete: "Uma derrota para se esquecer no ano do centenário". Logo abaixo, em letras menores, publicou o enunciado: "Vasco perde para o Real Madrid em Tóquio e a festa é de Sávio, Roberto Carlos e dos rubro-negros".

A imagem escolhida pelo jornal mostra os jogadores reservas e o médico do Vasco visivelmente consternados com a derrota. Em menor tamanho, aparece também uma foto da torcida do Flamengo, com a legenda "Fla-Madri", numa alusão ao apoio dado pelos rubro-negros ao time espanhol.

O fato do Flamengo, maior rival do Vasco, ter sido citado em ambas as manchetes, mesmo sem participar do evento, remete a uma memória discursiva construída sobre os clubes. Na Análise do Discurso (AD), essa memória discursiva — também chamada de interdiscurso — é compreendida como o "conhecimento discursivo" que permite a compreensão do dizer. As palavras têm significado porque já fizeram sentido em outros contextos, pois remetem a discursos anteriores que moldam a forma como interpretamos o presente.

Todo dizer é assim já um gesto de interpretação, uma posição, entre outras, em relação a uma memória. Para que nossas palavras façam sentidos é preciso que já signifiquem, que se produzam em uma memória discursiva, que possam ser interpretadas. Falamos com palavras que (já) faziam sentidos. (Orlandi, 2012, p. 171)

Vasco e Flamengo têm suas origens no remo, antes de ingressarem no futebol. Por isso, a rivalidade entre os dois clubes (Fontes, 2023) transcende o campo futebolístico. Embora a disputa por títulos no futebol tenha se tornado o principal palco desse embate, ela se apoia em uma longa história de competição entre as instituições.

A memória discursiva construída em torno dessa rivalidade sugere que, diante de um revés de um dos times, o outro automaticamente se alegraria. Essa ideia foi mobilizada pelos jornais ao construírem suas manchetes, que contrapuseram a tristeza dos jogadores e torcedores vascaínos à suposta felicidade dos rubro-negros. Ambos os jornais projetaram a imagem do torcedor do Flamengo como alguém que se alegraria com a derrota do maior rival.

Não se pode afirmar, com certeza, que todos os torcedores estavam de fato felizes. No entanto, a memória discursiva — ou seja, aquilo que já foi dito sobre a rivalidade entre os clubes — influenciou os jornalistas na construção das capas e na associação entre a derrota do Vasco e a alegria dos flamenguistas.

6.2 A derrota rubro-negra ressignificada como motivo de orgulho

Disputada por Flamengo e Liverpool, da Inglaterra, em 21 de dezembro de 2019, a final do Mundial de Clubes da FIFA foi vencida pelos ingleses pelo placar de 1 a 0. A seguir, analisaremos a cobertura realizada pelo jornal "Extra":

Figura 3: Capa do jornal "Extra" - 22/12/2019



Fonte: Acervo do jornal "Extra" (2019)

Ocupando mais da metade da capa, o jornal "Extra" destaca em caixa alta a seguinte marca textual: "ORGULHO DO TAMANHO DO MUNDO". A composição da imagem mostrava os jogadores titulares do Flamengo em campo, batendo palmas e agradecendo o apoio da torcida.

De forma semelhante, "O Globo" noticiou o acontecimento da seguinte maneira:

Se em 1981, o Flamengo colocou os ingleses na roda; ontem, na vitória do Liverpool por 1 a 0, a história foi bem diferente. Apesar da derrota na prorrogação, o time rubro-negro mostrou por que é o dono do melhor futebol das Américas. Nas arquibancadas, um show em vermelho e preto dos mais de 15 mil brasileiros que foram ao Qatar e cantaram alto: "Uma vez Flamengo, Flamengo até morrer".

Figura 4: Capa do jornal "O Globo" - 22/12/2019



Fonte: Acervo do jornal "O Globo" (2019)

Também ocupando a maior parte da capa, especialmente em sua parte superior, a derrota do clube carioca foi destacada pelo jornal "O Globo" com os seguintes dizeres: "Sonho do Bi Adiado". Em letras menores, lê-se: "Em partida equilibrada, FLA perde o mundial de clubes para o Liverpool na prorrogação". A composição da imagem, semelhante à utilizada pelo *Extra*, apresenta uma perspectiva mais ampla, incluindo dois jogadores rubro-negros adicionais na fotografia.

Os discursos evocados nas duas capas posicionam-se claramente em apoio ao clube carioca, expressos tanto pelo uso do enunciado "ORGULHO DO TAMANHO DO MUNDO" quanto pela escolha das imagens. Essa postura afirmativa não abre espaço para o contraditório, que poderia romper com o sentimento de orgulho projetado pelas manchetes. Assim, não cabe aos jornais — considerando seu posicionamento — apresentar qualquer consideração que possa manchar ou menosprezar a luta e o esforço dos jogadores. Aos rivais, só resta o silêncio que, segundo Orlandi (2011), também produz sentido, pois ele:

[...] é a própria condição da produção de sentidos. Assim, ele aparece como espaço "diferencial" da significação: "lugar" que permite à linguagem significar. [...] O silêncio não é o vazio, ou o sem-sentido; ao contrário, ele é o indício de uma instância significativa. Isso nos leva a compreensão do "vazio" da linguagem como horizonte e não como falta. (Orlandi, 2011, p. 68)

Na cobertura feita pelos jornais "Extra" e "O Globo" sobre o final de 2019, todas as marcas textuais são direcionadas ao torcedor rubro-negro, que se expressa por meio das publicações, com o apoio dos anúncios e das fotografias apresentadas nas capas. Nas duas manchetes, amparadas pela mesma imagem, vemos os jogadores aplaudindo a torcida — mas também, de certo modo, registrando o próprio esforço por eles chegaram até ali. Em nenhum momento as capas mencionam o Vasco ou qualquer outro rival. Tampouco há espaço para o contraponto do sentimento de derrota, já que não se vê nenhuma imagem do Liverpool com a taça de campeão.

7. O discurso sobre a derrota: formações imaginárias nos jornais "Extra" e "O Globo" em coberturas sobre o Flamengo e o Vasco

A capacidade de se colocar na posição de seu interlocutor acontece por meio das formações imaginárias, que possibilitam ao sujeito adaptar seus dizeres às circunstâncias de enunciação e à posição antecipada para o sujeito leitor. Pêcheux (1997, p. 75) afirma que "um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas", definidas pelo autor como "as circunstâncias de um discurso". Dentre essas circunstâncias, Pêcheux (1997) destaca as formações imaginárias que "designam o lugar que A e B atribuem a si mesmos e ao outro, e a imagem que eles fazem do próprio lugar e do lugar do outro" (Pêcheux, 1997, p. 82).

Considerando as formas verbais e não verbais dos discursos nos jornais "Extra" e "O Globo", os efeitos de sentidos contrastantes observados nas capas remetem a sentidos estabelecidos na memória discursiva sobre derrotas dos dois clubes. A seguir, analisam-se as formações imaginárias encontradas nas duas capas do jornal "Extra" (Figura 5).

Figura 5: Comparação das edições do jornal "Extra" de 02/12/1998 e 22/12/2019



Fonte: Montagem elaborada pela autora [s.d.]

A seleção das imagens contribui para a composição de um universo semântico que, em grande parte, direciona sentidos indicando que "Extra" se posiciona de maneira distinta em relação à derrota dos dois times. O jornal também apresenta a foto dos jogadores do Real Madrid beijando o troféu, demonstrando vitória. Em contraste, a imagem do jogador cruzmaltino mostra uma expressão de frustração. Os aspectos verbais, ao mencionar o vice-campeonato do Vasco, evocam outra memória discursiva sobre o time, marcado pelo acúmulo de vices e frequentemente alvo de brincadeiras por parte dos rivais — ainda que não seja, de fato, o líder nessa estatística (UOL, 2017).

A seleção das imagens contribui para a composição de um universo semântico que, em grande parte, direciona sentidos indicando que "Extra" se posiciona de maneira distinta em relação à derrota dos dois times. O jornal também apresenta a foto dos jogadores do Real

Madrid beijando o troféu, demonstrando vitória. Em contraste, a imagem do jogador cruzmaltino mostra uma expressão de frustração. Os aspectos verbais, ao mencionar o vice-campeonato do Vasco, evocam outra memória discursiva sobre o time, marcado pelo acúmulo de vices e frequentemente alvo de brincadeiras por parte dos rivais — ainda que não seja, de fato, o líder nessa estatística (UOL, 2017).

Quadro 1: O verbal e o não-verbal nas edições do jornal "Extra"

Data	Aspectos verbais	Aspectos não-verbais
02/12/1998	"Flamengo em festa com o vice do Vasco"	Jogador com as mãos na cabeça; jogadores beijando o troféu; torcida adversária comemorando.
22/12/2019	"Orgulho do tamanho do mundo"	Jogadores aplaudindo a torcida

Fonte: Elaborado pela autora [s.d.]

Na capa dedicada à cobertura da derrota do Flamengo, os aspectos verbais e não verbais dialogam com o objetivo de transmitir ao leitor sensações de dever cumprido, gratidão e satisfação. Os elementos não verbais mostram os jogadores aplaudindo a torcida em reconhecimento pelo apoio recebido. Já os aspectos verbais evocam "ORGULHO DO TAMANHO DO MUNDO", em referência ao desempenho do clube no torneio. Com base nas formações imaginárias, identificamos que o jornal "Extra" se posiciona como sujeito e constrói um discurso que antecipa a imagem do sujeito leitor — que, em ambas as publicações, refere-se ao torcedor do Flamengo, e não ao torcedor do Vasco.

O torcedor rubro-negro tende a sentir-se feliz e satisfeito com as duas capas, pela derrota de seu maior rival e orgulhoso da postura guerreira de seu time, mesmo diante da derrota. A partir das marcas verbais e não-verbais destacadas, compreendemos que a derrota do Vasco é representada como algo vexatório, passível de gozação por parte dos rivais. Já a derrota do Flamengo é ressignificada como motivo de orgulho, devido ao esforço e à dedicação da equipe até o final.

O Flamengo é o time carioca com o maior número de torcedores no Brasil (Murito; Zarko, 2023). Esse dado pode ser determinante no contexto sócio-histórico, explicando por que o jornal direciona sua narrativa prioritariamente ao torcedor rubro-negro, em detrimento do vascaíno. Retomando o que foi discutido anteriormente, de acordo com as condições de produção, o acontecimento jornalístico é noticiado de forma distinta, possivelmente em função da posição ideológica ocupada pelo veículo. A seguir, analisamos, no quadro, as formações imaginárias identificadas nas duas capas do jornal "O Globo" (Figura 6).

Figura 5: Comparação das edições do jornal "Extra" de 02/12/1998 e 22/12/2019



Fonte: Montagem elaborada pela autora [s.d.]

Na cobertura da derrota do Vasco, os aspectos verbais voltam a mencionar o Flamengo, desta vez de maneira implícita. Ao citar os jogadores Sávio e Roberto Carlos, antigos atletas do clube rubro-negro, reafirma-se a ideia de que o Flamengo estaria satisfeito com a derrota do rival. Assim como no "Extra", a torcida flamenguista é destacada como parte interessada na situação. Além disso, o jornal menciona o ano do centenário do clube cruzmaltino, sugerindo que a derrota representou um verdadeiro balde de água fria para os vascaínos naquele momento específico.

No que diz respeito aos aspectos não-verbais, os jogadores do Vasco são novamente retratados com expressões cabisbaixas, enquanto a torcida adversária aparece comemorando. A imagem dos atletas frustrados, em contraste com os jogadores do Flamengo aplaudindo e sendo aplaudidos, constrói discursos distintos para os leitores. A interpretação dessas imagens pode variar a depender do contexto e da memória discursiva mobilizada. Nos elementos verbais, o jornal menciona que o sonho do bi¹ foi adiado e destaca que a partida foi equilibrada, decidida apenas na prorrogação.

Quadro 2: O verbal e o não-verbal nas edições do jornal "O Globo"

Data	Aspectos verbais	Aspectos não-verbais
02/12/1998	"Uma derrota para esquecer no ano do centenário"	Jogadores cabisbaixos; torcida adversária comemorando.
02/12/1998	"Vasco perde para o Real Madri em Tóquio e a festa é de Sávio, Roberto Carlos e dos rubro-negros"	
22/12/2019	"Sonho do bi adiado"	Jogadores aplaudindo a torcida
22/12/2019	"Em partida equilibrada, FLA perde mundial de clubes para o Liverpool na prorrogação"	

Fonte: Elaborado pela autora [s.d.]

¹ O Flamengo conquistou a Copa Intercontinental em 1981, em partida contra o Liverpool, título que foi posteriormente reconhecido pela FIFA como equivalente ao Mundial de Clubes. Dessa forma, em 2019, o clube almejava o bicampeonato mundial.

Os aspectos verbais e não-verbais presentes nas capas dos jornais "Extra" e "O Globo" revelam abordagens e posicionamentos distintos em relação às derrotas dos respectivos clubes. Enquanto o "Extra" enfatiza a frustração e explora o gozo em torno da derrota do Vasco, "O Globo" privilegia a valorização do esforço e o sentimento de orgulho associado ao desempenho do Flamengo, mesmo diante da derrota. Essas diferenças na forma de apresentação e nos discursos construídos influenciam diretamente a maneira como os leitores percebem os eventos e as instituições esportivas envolvidas.

Em nenhum momento as torcidas ou os clubes rivais são mencionados de forma direta. No contexto analisado, tanto "O Globo" quanto o "Extra" adotam um discurso voltado ao torcedor do Flamengo, sem referências explícitas ao Vasco. Ambos os jornais constroem uma narrativa que busca valorizar e satisfazer o torcedor rubro-negro.

O torcedor do Flamengo, portanto, tende a sentir-se contemplado pelas capas de ambos os jornais. Em ambas as publicações, a derrota do clube é ressignificada como motivo de orgulho, destacando a garra e a determinação da equipe até o fim. Ao compararmos os eventos de 1998 e 2019, observamos que os discursos jornalísticos refletem estratégias comunicativas distintas, ajustadas às circunstâncias de produção de cada época.

8. Apito final

Objetivo analisar como os jornais "O Globo" e "Extra" cobriram as derrotas do Clube de Regatas do Flamengo no Mundial de Clubes da FIFA em 2019 e do Club de Regatas Vasco da Gama nas finais da Copa Intercontinental de 1998, e de que modo foram produzidos os efeitos de sentido em suas manchetes. Iniciamos pela apresentação dos fundamentos teórico-metodológicos mobilizados, com ênfase na Análise de Discurso de linha pecheutiana. Em seguida, discutimos o funcionamento do discurso jornalístico, considerando as especificidades do *corpus* em análise, sobretudo o fato da capa de um jornal funcionar como um espaço particular de circulação discursiva. Refletimos, ainda, sobre o jornalismo esportivo e suas características próprias. Concluída essa etapa, passamos à apresentação do *corpus* e das análises. O *corpus* selecionado consistiu nas capas dos jornais "O Globo" e "Extra", publicadas em 2 de dezembro de 1998 e 22 de dezembro de 2019.

Ao noticiarem as derrotas de Vasco e Flamengo, os jornais analisados produziram efeitos de sentido contrastantes. Enquanto a derrota do Vasco foi tratada como um episódio frustrante e melancólico, sem o devido reconhecimento pela boa atuação (Bianchini, 2018) da equipe, a derrota do Flamengo, por sua vez, foi abordada de modo a enaltecer o esforço dos jogadores, assumindo um tom de orgulho, sem margem para piadas ou provocações por parte de rivais.

Para descrever os acontecimentos da época, os jornais recorreram a narrativas semelhantes. Em 1998, além de destacar a comemoração do rival, as capas estamparam imagens de um jogador do Vasco chorando ("Extra") e de jogadores sentados no banco de reservas, lado a lado ("O Globo"). Já em 2019, a fotografia escolhida mostra jogadores do Flamengo aplaudindo sua própria atuação e a do time como um todo ("Extra" e "O Globo"). É pouco provável que os torcedores rivais tenham lamentado a derrota rubro-negra, o que dificultaria para os editores justificar a ausência da tradicional rivalidade entre clubes, elemento destacado no outro caso. Conforme registros audiovisuais disponíveis na internet, o time de São Januário realizou um jogo mais equilibrado – e, para muitos, superior – contra os espanhóis, com diversas chances claras de gol.

Segundo a Análise do Discurso (AD), o sujeito enunciador ocupa um lugar específico,

sendo a partir desse espaço social que a mídia interpreta e produz sentidos. A mídia atua como mediadora na construção da memória coletiva sobre os acontecimentos jornalísticos, entendidos, conforme Dela-Silva (2011), como eventos singulares selecionados entre os muitos que ocorrem em determinado período e considerados de interesse público, a partir de critérios definidos pelos próprios meios de comunicação. Os discursos contrastantes expressos pelos jornais em relação às derrotas dos clubes evidenciam como os sentidos se constituem em função das condições de produção e das relações de força vigentes em determinado contexto histórico.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Flávia Ferreira. **O funcionamento do silêncio nas revistas *Veja* e *Isto É* no discurso sobre as manifestações de 2013/2014**. 2016. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagem). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.
- ALVES, Nilda; GARCIA, Regina Leite. Futebol: paixão e política. *In*: CARRANO, Paulo Cesar (org.). **Bate-bola inicial**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: história da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto**: a terra e o texto. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1998.
- BIANCHINI, Vladimir. Há 20 anos, Vasco dominava, mas perdia para o Real Madrid no Mundial: 'Merecíamos vencer'. **ESPN**. 30 de novembro de 2018. Disponível em: <https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/5030917/ha-20-anos-vasco-dominava-mas-perdia-%20para-o-real-madrid-no-mundial-merecamos-vencer>. Acesso em: 25 fev. 2023.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2021.
- DELA-SILVA, Silmara. A televisão na imprensa brasileira: sujeito e sentido entre os acontecimentos histórico, jornalístico e discursivo. *In*: INDURSKY, Freda; MITTMANN, Solange; LEANDRO-FERREIRA, Maria Cristina (org.). **Memória e história na/da análise do discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011.
- ERBOLATO, Mário. Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.
- apud* TAVARES JUNIOR, Carlos Augusto. Jornalismo esportivo: o que é? **Revista Pauta Geral**: Estudos em Jornalismo. Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 38-59, jul./dez. 2017.
- FONTES, Leandro Tavares. **Futebol pelo Brasil 100 anos do Clássico dos Milhões**: A verdadeira origem da rivalidade entre Vasco e Flamengo. 19 de junho de 2023. Ludopédio. Disponível em: <<https://ludopedio.org.br/arquibancada/100-anos-do-classico-dos-milhoes-a-verdadeira-origem-da-rivalidade-entre-vasco-e-flamengo/>>. Acesso em: 4 jun. 2025.
- INFOGLOBO. **Nossos Produtos**: Extra. **Infoglobo**, Rio de Janeiro, [s.d.].a. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=92>>. Acesso em: 8 fev. 2023.
- _____. **Nossos Produtos**: O Globo. **Infoglobo**, Rio de Janeiro, [s.d.].b. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>>. Acesso em: 8 fev. 2023.
- KONDER, Cristina. Um olhar feminino no Jornal dos Sports. *In*: MESSINA, Ágata. **Jornalismo esportivo**: os craques da emoção. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2004.
- LEMES, Luiz Fernando. Discurso do protagonismo: análise de discurso e conteúdo da cobertura do Globoesporte.com durante a Copa América de 2015. *In*: **Anais Intercom Centro-Oeste**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Intercom Centro-Oeste, Goiânia, 2016.
- MALDIDIER, Denise. **A inquietação do discurso**: (re)ler Michel Pêcheux hoje. Campinas: Pontes, 2003.
- MARIANI, Bethania. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30. *In*: LEANDRO-FERREIRA, Maria Cristina; INDURSKY, Freda (org.). **Os múltiplos territórios da análise do discurso**. Porto

Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

_____. Imprensa, produção de sentidos e ética. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves (org.). **Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

MURITO, Bruno; ZARKO, Raphael. Maiores torcidas do Brasil: pesquisa Atlas mostra Flamengo, Corinthians e São Paulo no top 3. G1, Rio de Janeiro, 25/04/2023. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/noticia/2023/04/25/maiores-torcidas-do-brasil-pesquisa-atlas-mostra-flamengo-corinthians-e-sao-paulo-no-top-3.ghtml>>. Acesso em: 15 dez. 2023.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 10ª ed. Campinas: Pontes, 2012.

_____. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 6. ed. Campinas: Pontes, 2011 [1983].

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. *In*: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1988.

_____. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Org(s). Françoise Gadet; Tony Hak; Tradutores: Bethânia S. Mariani. [et al] 3ª. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 4ª ed. Campinas: Pontes, 2009.

UOL. Não é só o Vasco: veja outros 7 times com fama de vice pelo mundo. **Blog Corneta FC. UOL Esportes**, 22 de janeiro de 2017. Disponível em: <<https://cornetafc.blogosfera.uol.com.br/2017/01/22/nao-e-so-o-vasco-veja-outros-7-times-com-fama-de-vice-pelo-mundo/>>. Acesso em: 1 jun. 2025.



A **Revista de Comunicação Dialógica** (RCD) é editada pela Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição- Não Comercial- Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Link: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Recebido em: 19/08/2024

Aprovado em: 16/05/2025