

Brasil, modelo 70: Futebol e ditadura militar no discurso da revista VejaLivia dos Santos Chagas¹

*No campo e na vida, na ginga e no jogo,
no peito e na raça se fundem brasilidade e futebol.
Torcer é pertencimento, é identidade.
Entre atitudes corporais, discursivas e sociais,
se afirma um sujeito nacional, se inventa o brasileiro...*

Luiz de Henrique Azevêdo Borges (2008)

O trabalho aqui apresentado é fruto da dissertação desenvolvida no curso de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (PPGMS/UNIRIO). A pesquisa teve como pretensão principal analisar de que forma o discurso da revista *Veja* veiculou o futebol e a relação do governo militar brasileiro com o esporte, considerando que o regime estabelecido após o Golpe de 1964 utilizou o futebol como meio de integração nacional.

No início dos anos setenta, o Brasil vivia momentos marcados pela violência e grande repressão política empreendidas pela ditadura militar. Contraditoriamente, grande parte dos meios de comunicação veiculava a ideia de um país tomado por uma euforia ufanista, como é possível ver em estudos sobre o período como os desenvolvidos por Carlos Fico² e Ronaldo Sávio Paes Alves³.

Após o golpe, os militares instalaram uma ordem política de exceção na qual o Poder Executivo foi sendo aumentado sucessivamente. No decorrer dos anos, foram impostos Atos Institucionais que limitaram as liberdades individuais, extinguíram partidos políticos, fecharam o Congresso, as Assembleias Legislativas e as Câmaras Municipais, além de determinarem eleições indiretas para presidente. Os responsáveis

¹ Mestre em Memória Social pelo Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (PPGMS/UNIRIO).

² FICO, Carlos. *Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

³ ALVES, Ronaldo Sávio Paes. *Legitimação, publicidade e dominação ideológica no governo Médici (1969/1974) – A participação da Iniciativa Privada no Esforço de Legitimação Estudo de inserções publicitárias na Mídia Impressa* – Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2000.

0094 - Livia dos Santos Chagas

pela instalação do novo regime se preocuparam em manter algumas das estruturas políticas anteriores, que apresentavam características democráticas. Essa estratégia tinha como base a intenção dos governantes de dar um caráter de legitimidade ao regime. As pesquisadoras Sonia Regina de Mendonça e Virginia Maria Fontes⁴ explicam que existia “uma ordem legal e uma de exceção” (p. 35) e que da coexistência das estruturas de duas ordens políticas distintas teriam emergido à instabilidade do regime e à falta de legitimidade política dos governantes.

Visando solucionar a questão da legitimidade dos governantes, foi montada uma grande estrutura de propaganda. Essa propaganda política buscou produzir a ideia de que os governantes estavam comprometidos com os anseios da população e que com seu *projeto de nação*, o país estava no caminho certo rumo ao sonhado desenvolvimento.

O *projeto de nação* dos militares tinha como base os ideais do governo e seguia uma narrativa hegemônica na qual eram apagados os conflitos e violências impostas pelos governantes. É possível relacionar a questão as afirmações de Homi Bhabha⁵ ao discutir a constituição das nações, “ser obrigado a esquecer – na construção do presente nacional – não é uma questão de memória histórica é a construção de um discurso sobre a sociedade que *desempenha* a totalização problemática da vontade nacional” (p. 226).

Tendo como intenções a construção de um consenso no meio social, na estruturação de um projeto de nação previamente estabelecido, a propaganda oficial agia, principalmente, em conformidade com dois pressupostos: estimular a popularidade do presidente e divulgar os grandes feitos do regime militar, divulgando ideias de unidade e identidade nacional e de participação das pessoas comuns nos projetos do governo. O futebol foi uma das formas encontradas para estimular a identificação da população entre si e com o regime, se ajustando bem aos ideais de busca pela identidade brasileira, pela qual a ditadura militar tanto se empenhou.

O esforço pela identificação dos indivíduos como membros de uma mesma nação pode ser comparado a implementada pelos burgueses no momento da constituição

⁴ MENDONÇA, Sônia Regina de e FONTES, Virgínia. *História do Brasil Recente – 1964-1980*. São Paulo: Ática, 1991.

⁵ BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

0094 - Livia dos Santos Chagas

dos Estados Nacionais Modernos. Eric Hobsbawm⁶ vincula a formação desses Estados à invenção de tradições, que auxiliaram em sua efetivação. De acordo com o autor, essas invenções serviam para “... inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição”, ou seja, pelo estabelecimento de “... uma continuidade em relação ao passado” (p. 9). No mesmo trabalho, Hobsbawm apresenta, a partir dessa perspectiva, a maneira como o esporte foi utilizado como meio de identificação nacional e criação de sentimentos que estimularam a formação de identidade e de uma comunidade artificial na formação dos Estados Nacionais.

A imprensa teve papel fundamental na divulgação das intenções do governo de divulgar seus ideais como necessidades nacionais. Os governantes estabeleceram um aparato que visava controlar os meios de comunicação através da interação entre a censura e a propaganda política. Isso foi possível porque com o advento de novas tecnologias para os meios de comunicação fizeram com que a mídia emergisse como detentora do papel principal na efetivação da memória das sociedades contemporâneas. Com isso, o discurso jornalístico ganhou um caráter legitimador e, dessa forma, apreendeu o poder de transformar fatos em acontecimentos históricos, importantes na narrativa da memória histórica oficial. E a partir dessa perspectiva, a censura aos meios de comunicação foi uma das importantes estruturas estabelecidas durante o regime ditatorial. O controle do que a mídia transmitia interessava aos militares, tendo em vista que passava por aí, o controle da construção da memória do período. Ao adotarem essas medidas os militares tinham a intenção de que fossem divulgadas apenas as informações que se enquadrassem nos seus próprios interesses e que demonstrassem as vitórias do governo, a participação do povo nos intentos do regime, a unidade e os valores da nação e o desenvolvimento do país.

Durante o regime militar, muitas representações trataram o futebol como elemento de integração dos brasileiros. O tema se tornou ainda mais recorrente em virtude das vitórias obtidas, que correspondiam às necessidades de legitimação do governo.

Futebol, unidade e integração nacional estavam presentes no discurso da

⁶ HOBSBAWM, Eric. *A produção em massa de tradições: Europa, 1879 a 1914*. In: HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 3ª edição. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997, pp. 271-316.

0094 - Livia dos Santos Chagas

propaganda dos militares e no discurso dos grandes veículos de comunicação (alguns dos quais, para além da censura, tomavam essas posturas em prol de seus próprios interesses). Esses elementos constituíram a narrativa histórica do período e incidiram na construção da memória oficial. Os discursos se formavam em direção à estabilidade, à busca da homogeneização e do consenso social. Com isso, a construção de uma memória histórica oficial tentava estabilizar os discursos, instituindo uma continuidade, apresentando os sentidos de forma hegemônica, como se os fatos acontecessem de forma homogênea.

O governo militar buscou formas de obter a identificação dos indivíduos, para que com isso, se constituísse uma memória, que permitisse a manutenção do poder. Não há o que se discutir sobre o fato de que os militares, que emergiram ao poder a partir de um golpe no ano de 1964, tentaram constituir uma memória oficial sobre governo. Um claro exemplo desse fato é a nomeação dada ao golpe de *Revolução de 1964*. Diante disso, o termo revolução apresenta uma carga discursiva que tem como significado a participação popular e a preocupação com as vontades do povo, reiterando, dessa forma, o caráter de legitimidade do governo e a identificação da população.

As questões que determinam a identidade dos indivíduos com seus grupos nem sempre são concretas, visto que, na maior parte dos casos, a identidade se estabelece em virtude de valores simbólicos. É nessa perspectiva que a memória aparece como elemento importante na construção das identidades sociais e, a partir disso, a história foi usada em muitos momentos como efetivadora de uma memória oficial.

A construção de identidades nacionais é legitimada pela ação e construção da memória. Nesse caso, a memória é utilizada com a intenção de construir uma idéia de unidade, homogeneizando a identidade cultural dos indivíduos, descartando a diferença, visando à estruturação de um discurso de pertencimento, através da percepção de que todos foram constituídos através de um processo histórico comum. A identidade nacional brasileira se estabelecia na propaganda em virtude de uma significação comum criada para o passado. Dessa forma, o projeto de nação dos militares deveria contemplar o passado e o futuro comuns, através dos elementos de identidade dos brasileiros e do desenvolvimento do país, um processo histórico comum.

A memória da nação se constituiu como memória oficial, unificadora e

0094 - Lívia dos Santos Chagas

homogeneizadora, silenciando e apagando o que não deve aparecer. A memória é trabalhada num processo de seleção, que se relaciona com os usos que os indivíduos fazem dela, ou melhor, são os interesses políticos e ideológicos que determinam sua utilização. Nos vinte anos de ditadura militar brasileira, a construção da memória oficial tentou fazer com que muitos indivíduos apreendessem do passado apenas o que era permitido e transmitido pelo discurso do governo. A propaganda oficial tratou de criar imagens positivas do regime e da realidade política e social do país, que visavam à adesão a um *projeto de nação* pelo povo, silenciando e apagando os discursos divergentes.

Visando entender como foi significada a relação entre futebol e política na imprensa em 1970, procurou-se compreender nesta pesquisa de que forma se construíram as práticas discursivas da mídia impressa do regime militar. Muitas reportagens na época apresentavam o futebol como elemento constituinte da identidade nacional e tinham a preocupação de relacioná-lo com a imagem do governo e do presidente. Para a constituição do *corpus* analítico foram tomadas as construções discursivas de reportagens da revista *Veja* do ano de 1970 que tinham como tema o futebol e as preocupações do governo com a própria imagem.

A escolha do ano em estudo, 1970, teve relação com a possibilidade de articular intenções e gostos que acabaram por constituir o objeto de pesquisa: o estudo do regime militar e do futebol brasileiro. A opção ocorreu levando em consideração que, o ano fez parte do período mais duro e violento da repressão empreendida pelo governo militar, quando ocorreu o desenvolvimento de um tipo de propaganda política diferenciada e por se tratar de um momento emblemático para o futebol brasileiro, tendo em vista a realização da IX Copa do Mundo de Futebol (disputada no México e vencida pelo Brasil), que consagrou o futebol como elemento da identidade nacional brasileira.

A ideia de estudar a *Veja*, criada pela *Editora Abril*, teve como foco o fato da revista ser um produto efetivado em virtude da ênfase mercadológica. Assim, esse veículo de comunicação era desenvolvido considerando as relações comerciais que envolviam sua produção, tirando de foco a politização das discussões apresentadas. Isso constituiu seu discurso, de forma que, como afirma Juliana Gazzotti⁷ era freqüente a

⁷ GAZZOTTI, Juliana. *Imprensa e ditadura: a revista Veja e os governos militares (1968/1985)*. São Carlos, 1998. Dissertação (Mestrado) — UFSCar.

0094 - Livia dos Santos Chagas

exclusão de matérias com cunho ideológico radical, para que não se afastassem anunciantes e leitores.

Lançada em 1968, nos seus primeiros anos de existência, a *Veja* deu prejuízos. Foram os muitos anúncios presentes em suas páginas mantiveram a revista ativa. Além disso, um de seus principais anunciantes era o governo.

Embora a publicação tenha sofrido censura em suas matérias, é vista como um dos importantes veículos de comunicação que colaboraram com as intenções governamentais durante a ditadura militar⁸. As visões sobre a revista semanal são contraditórias. De acordo com Alves, “A *Veja* participou de forma ativa do esforço legitimador da Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP)”⁹. Gazzotti¹⁰, contrariamente afirma que a *Veja* foi um opositor de elite. As análises que desenvolvi apontaram para as construções contraditórias que esse discurso apresentou, abarcando diferentes vozes em uma mesma publicação. Se por um lado, a *Veja* propagandeava o governo, por outro, demonstrava que diversas aparições públicas dos governantes estavam carregadas de estratégias de legitimação. Foram recorrentes as reportagens que, ao vincularem o futebol e o governo militar, evidenciaram que, para além de torcedores comuns, os militares eram responsáveis por um governo ilegítimo em busca de legitimidade, como apresentado a seguir.

Da leitura do material da revista emergiram as seguintes questões de pesquisa: Visando responder a esses questionamentos, foi desenvolvido um dispositivo analítico¹¹. No item a seguir será apresentada uma pequena análise das construções das edições da *Veja* de 1970, que apresentavam as relações entre o futebol e o governo militar. Ressalte-se que na revista essa relação se deu em grande medida a partir da relação do esporte com a imagem do presidente Emílio Garrastazu Médici.

⁸ KUSHNIR, Beatriz. *Cães de guarda – Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

⁹ Cf. ALVES, Ronaldo Sávio Paes. Op. Cit.

¹⁰ GAZZOTTI, Juliana. Op. Cit.

¹¹ O dispositivo de análise ao qual se refere o texto teve como base a análise do discurso de vertente francesa e teve como principais referências autores como Eni Pulcinelli Orlandi, Bethânia Mariani, nos textos: **ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos***. Campinas, SP: Pontes, 1999; **ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de Discurso***. In: Suzy Lagazzi-Rodrigues e Eni Pulcinelli Orlandi. (orgs.) **Introdução às ciências da linguagem – Discurso e textualidade**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006, pp. 11-31; MARIANI, Bethânia S. C. *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989*. Rio de Janeiro: Revan; Campinas, SP: Unicamp, 1998.

A camisa número 12

As intenções de popularizar a imagem do presidente tiveram melhores resultados após a vitória brasileira no Campeonato Mundial de Seleções de 1970, ocorrido no México. Depois da conquista brasileira, a população brasileira viveu um momento de extrema euforia e essas repercussões foram amplamente utilizadas pelos militares.

Ressalte-se que desde os momentos anteriores à Copa do Mundo, a *Veja* associava a imagem do presidente ao futebol.

1. Diz um dos velhos oficiais da “Laguna” que o cadete Garrastazu Medici era um tipo retraído, aplicado nos estudos (formou-se em nono lugar) e relativamente frustrado nos campos de futebol, onde nunca chegou a ser tão bom quanto o Póvoa, que foi à Seleção Brasileira, nem mesmo como o Neves, que chegou a titular do Fluminense (Veja nº 71 de 14.01.1970, Do Presidente: ontem, hoje e amanhã, p. 26, grifos nossos).

A sequência vincula Emílio Garrastazu Médici ao gosto pelo futebol e destaca que isso acontecia desde sua juventude, o que se relaciona à memória de que todo menino brasileiro sonha em ser um jogador de futebol. O vínculo feito pela *Veja* entre o futebol e o governo passa na maior parte das vezes pela construção da imagem do presidente.

Em muitas reportagens, Médici é apresentado apenas como o torcedor comum, deixando seu cargo político para segundo plano. Fico explica que “não importa o hábito – futebol, cavalos ou pão de queijo – o ‘presidente como homem simples’ é um tópico do imaginário social que o *marketing* político sabe aproveitar”. (p. 60). Esse tipo de construção estão de acordo com as ações do governo na busca por identificação dos indivíduos, isso porque aproxima o mandatário público do homem comum.

As sequências a seguir evidenciam sentidos construídos em torno da figura de Médici como um homem simples e comum, um brasileiro, torcedor como qualquer outro:

2. Para o **Presidente Garrastazu Medici** (*um dos 90 milhões de técnicos de futebol que vivem no Brasil*)... (Veja, nº 78 de 04.03.1970, *A garra das feras*, p. 21, grifos nossos)

3. Tenho muita confiança na Seleção (...)
Quem fala assim é o torcedor Emílio Garrastazu Médici, que, por ser também presidente da República, pôde oferecer um almoço aos jogadores da Seleção... (Veja, nº 87 de 06.05.1970, *O presidente – A fé do torcedor*, p. 20, grifos nossos)

4. Na quarta-feira, **radinho de pilha na mão, fumando muito**, o presidente assistiu ao jogo contra a Áustria, no Maracanã. (Veja, nº 87 de 06.05.1970, *O presidente – A fé do torcedor*, p. 20, grifos nossos)

A relação entre a construção da imagem de Médici e a ideia do futebol como elemento da identidade do brasileiro está sempre presente no discurso da *Veja*.

Uma das reportagens publicadas no período da Copa de 1970 dá nome a presente seção, *A camisa número 12*. A matéria trazia imagens da torcida comemorando e assistindo aos jogos de futebol, no entanto, destaca-se a primeira fotografia, que trazia o presidente em frente a um aparelho de televisão, sugerindo que Médici era o representante maior dessa torcida, ele era o camisa número doze.

A associação do presidente ao futebol se dá em proporção tão grande que a primeira edição da revista posterior ao Tricampeonato brasileiro traz na capa uma estátua de Médici e a manchete: *A nova imagem de Médici*. Três reportagens fazem relação à capa em questão e podiam ser diretamente vinculadas à construção da imagem do mandatário público: *A imagem do sucesso*, que comenta o aumento da popularidade do presidente provenientes da vitória da Copa e explicita as estratégias de comunicação do governo para a efetivação dessa intenção; *O sucesso da imagem*, também relacionada às repercussões proporcionadas pela campeonato, que teria sido bem maiores do que se podia imaginar; e, *A maioria silenciosa*, que discutia a utilização da frase *Brasil, ame-o ou deixe-o*.

A edição trazia na *Carta ao leitor* comentários sobre as reportagens e a capa, conforme é possível perceber no trecho abaixo:

5. Na semana passada, porém, o surgimento de uma peça imprevisível e

idolatrada que agiu sobre o povo e o govêrno com podêres praticamente mágicos alterou com uma intensidade fora dos padrões convencionais os rumos do jôgo político e propôs novamente, em têrmos inéditos, o importante problema da popularidade de um govêrno revolucionário. Esse estranho agente da felicidade coletiva foi uma estatueta de ouro: a Taça Jules Rimet. Sua chegada a Brasília provocou o alegre encontro, num só aplauso, da multidão com o General Garrastazu Medici. As reações populares e o júbilo governamental fizeram com que a imagem do presidente da República surgisse de uma forma inteiramente nova, buscada por todos há seis anos com muita persistência e algumas decepções. A pequena estatueta parece ter conseguido o êxito onde grandes planos e complicadas teorias falharam: o caminho da popularidade está aberto para o govêrno. A história e as imagens da chegada do símbolo mágico e das esperanças que êle estimula começam na página 18 (Veja nº 95 de 01.07.1970, Carta ao leitor, p.17, grifos nossos).

A vitória, de acordo com o discurso da *Veja*, foi capaz de modificar rumos do jogo político, auxiliando o governo na busca pelo consenso social, influenciando na resolução da questão da *popularidade revolucionária*. E aqui a revista reutiliza o adjetivo revolucionário em consonância com o fato de os militares se autodenominarem como governo revolucionário.

Muitas foram as estratégias utilizadas pelo governo para popularizar e nacionalizar seus intentos e, segundo o discurso da *Veja*, após o fim do campeonato, o governo pôde se sagrar vitorioso diante dessa intenção, como indica a avaliação veiculada pela *Veja*:

6. A ovação popular que Brasília deu ao general Medici e aos tricampeões mundiais de futebol não foi limitada à satisfação da vitória do futebol. Os aplausos recebidos na praça dos Três Podêres sensibilizaram o próprio general. Um de seus assessôres comentou: “Esta praça mudou os rumos do país”. Agindo em outras frentes, Medici conseguiu demonstrar a rapidez das decisões e a preocupação de seu govêrno pelos problemas sociais. (...) Contudo, a primeira quarta parte do mandato do general Emílio Garrastazu Medici foi ultrapassada com resultados considerados satisfatórios e sem os inquietantes indícios de crises políticas que rondavam os palácios nos dias que antecederam a sua posse. Um de seus assessôres, valendo-se da glória dos locutores esportivos, definiu um ano de govêrno dizendo: “O time saiu bem no primeiro. Contusões ligeiras sem previsão de substituições. O técnico, sereno, permanece na boca do túnel. Quer todo mundo atacando e defendendo em bloco. E chutando em gol” (Veja nº 113 de 04.11.1970, Um ano de Medici – O estilo do general nos atos do presidente, p. 16-17).

O uso do futebol como metáfora pelo assessor do governo dá a dimensão de como o futebol auxiliou o governo na busca pelo consenso social. Embora o consenso não tenha podido ser atingido, grande parte da população passou a confiar no governo e a acreditar em seus ideais.

Considerações finais

Entre as principais conclusões que pude chegar com a finalização da dissertação de mestrado foi que o futebol na *Veja* estava associado a discursos que produziam significados diversos. A partir de reportagens que tratavam do esporte eram feitas propagandas dos feitos do governo e, ao mesmo tempo, eram apresentados sentidos oposicionistas ao regime. O futebol foi apresentado como importante constituinte da identidade brasileira e assim, vinculado a elementos tidos como caracteristicamente brasileiros, além de ser associado por inúmeras vezes ao governo militar e ao presidente Médici, que simbolizava o próprio governo.

Foi importante perceber que a revista tinha grande capacidade crítica, percebendo e deixando evidentes em seus textos as estratégias da estrutura de comunicação do governo, que visavam obter legitimação e o consenso social. No entanto, o caráter ideológico da revista era evidenciado a partir do espaço concedido aos enunciados das diferentes tomadas de posição. Nesse sentido, muitas foram as relações possíveis de se perceber entre o discurso da *Veja* e a propaganda governamental. Dessa forma, fica claro que esses dizeres se tocam em muitos momentos, um conferindo efeitos de unidade e coerência ao outro.

Bibliografia

ALVES, Ronaldo Sávio Paes. *Legitimação, publicidade e dominação ideológica no governo Médici (1969/1974) – A participação da Iniciativa Privada no Esforço de Legitimação Estudo de inserções publicitárias na Mídia Impressa* – Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2000.

AQUINO, Rubim Santos Leão de. *Futebol, uma paixão nacional*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2002.

0094 - Livia dos Santos Chagas

ANDERSON, Benedict. *Nação e Consciência Nacional*. SP: Editora Ática 1989.

BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.

BORGES, Luiz Henrique de Azevêdo. *Não mais vira-latas... Um homem genial! O Brasil como País do Futebol*. In: **Revista Esporte e Sociedade**. Ano 3, nº 8, Mar.2008/Jun.2008.

BOURDIEU, Pierre. *Como é possível ser esportivo?* In: **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1983.

FICO, Carlos. *Reinventando o otimismo: ditadura, propaganda e imaginário social no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

GAZZOTTI, Juliana. *Imprensa e ditadura: a revista Veja e os governos militares (1968/1985)*. São Carlos, 1998. Dissertação (Mestrado) — UFSCar.

HOBBSBAWM, Eric. *Introdução: a invenção das tradições*. In: HOBBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 3ª edição. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997, pp. 09-24.

HOBBSBAWM, Eric. *A produção em massa de tradições: Europa, 1879 a 1914*. In: HOBBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 3ª edição. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997, pp. 271-316.

KUSHNIR, Beatriz. *Cães de guarda – Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

MENDONÇA, Sônia Regina de e FONTES, Virgínia. *História do Brasil Recente – 1964-1980*. São Paulo: Ática, 1991.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro – 1902-1938*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

POLLAK, Michael. *Memória, Esquecimento, Silêncio*. In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989, pp. 3-15.

0094 - Livia dos Santos Chagas

POLLAK, Michael. *Memória e Identidade Social*. In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992, pp. 200-212.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A mídia e o lugar da história*. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro Nepcom/UFRJ, 11; 25-44, mai/ago. 2000.

SOUZA, Denaldo Achorne de. *O Brasil entra em campo! Construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947)*. São Paulo: Annablume, 2008.