



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Gabriel Lucas Py Fernandes

**Imprensa, narrativas e o futebol atual: o exemplo da abordagem de  
jornalistas sobre a parceria financeira entre Fluminense e Unimed-Rio**

Rio de Janeiro

2020

Gabriel Lucas Py Fernandes

**Imprensa, narrativas e o futebol atual: o exemplo da abordagem de jornalistas sobre a parceria financeira entre Fluminense e Unimed-Rio**



Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do curso de graduação em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Helal

Rio de Janeiro

2020

Gabriel Lucas Py Fernandes

**Imprensa, narrativas e o futebol atual: o exemplo da abordagem de jornalistas sobre a parceria financeira entre Fluminense e Unimed-Rio**

Monografia apresentada como requisito parcial para a conclusão do curso de graduação em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Banca examinadora:

---

Prof. Dr. Ronaldo Helal (Orientador)

Faculdade de Comunicação Social – UERJ

---

Prof. Dr. Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro (Co-orientador)

PPGCom/UERJ

---

Prof. Dr. Fausto Amaro

PPGCom/UERJ

Rio de Janeiro

2020

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais Sandra e José, minha irmã Jéssica, amigos queridos e a todos que fizeram parte desta trajetória.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente aos meus pais e minha irmã que caminharam ao meu lado durante toda a minha jornada na universidade, apoiando cada momento e enfrentando junto comigo as dificuldades enfrentadas pelo jovem universitário que trabalha. Chegar até aqui é um motivo de orgulho e alegria que deve ser compartilhada com eles por todo esforço que fizeram por mim.

A universidade pública era um sonho distante e estava fora de suas realidades. Sempre priorizaram a minha educação, apesar dos poucos recursos, e me cobraram ir além das possibilidades que os ensinos médio e fundamental públicos me ofereciam, sabendo que só assim eu chegaria em uma universidade pública de ponta. Esse não é um destino comum para os jovens de onde eu venho. Por isso, sou muito grato a todas as suas exigências que me fizeram chegar até aqui. Este trabalho que aqui apresento é deles também!

Receber o apoio de minha querida irmã Jéssica também foi fundamental para continuar forte durante o meu caminho educacional. Ela me ajudou a ter um olhar diferente para a vida acadêmica ainda no ensino médio, quando começou a me apresentar as dinâmicas das provas de vestibular e a me mostrar as burocracias de um mundo que eu nem imaginava ser possível.

Também agradeço aos meus amigos que sempre me apoiaram com dicas, ideias, e oferecendo o suporte necessário para eu conseguir concluir esta etapa. Destaco, aqui, o meu primo Matheus. Também aos professores do pré-vestibular comunitário “Nuclear”, que funcionava nas dependências cedidas pela capelinha do meu bairro.

Ronaldo Helal e Filipe Mostaro, meus orientadores, que me inspiraram em suas falas que tive o prazer de presenciar ao longo da minha trajetória. Fico muito feliz e honrado de receber suas orientações e suportes no desenvolvimento deste trabalho. Aos demais professores que fizeram parte da minha formação como pessoa e profissional, muito obrigado!

Por último, não menos importante, minha parceira de caminhada, Flávia Mesquita. Um presente que a UERJ me deu e que tem me apoiado até aqui. Sou muito grato a todos vocês, e à oportunidade de cursar Relações Públicas na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, um lugar que me formou para a vida e me motiva a continuar lutando pela educação pública de qualidade.

## RESUMO

FERNANDES, Gabriel Lucas Py. *Imprensa, narrativas e o futebol atual: o exemplo da abordagem de jornalistas sobre a parceria financeira entre Fluminense e Unimed-Rio*. 2020. 60 f. Monografia (Conclusão do Curso de Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas). Centro de Educação e Humanidades, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

A disputa entre campos é uma realidade na sociedade, e a narrativa entra para dar suporte ao campo da imprensa na busca pelo convencimento através do discurso. Sabendo da existência de ferramentas usuais como jornal, rádio e TV para se fazer a Comunicação e o jornalismo em si, este trabalho concentra-se em analisar, em cima de diversos conceitos, os meios utilizados, e os discursos de dois jornalistas esportivos da mídia tradicional em relação a parceria entre o Fluminense Football Club e a empresa de planos de saúde Unimed-Rio. A intenção é apontar estratégias e elementos utilizados para promover outras narrativas e imaginários em relação ao tema, sobretudo os mundos que ambos almejaram construir, ao mesmo tempo em que se baseavam – e a ampliavam – na bacia semântica do assunto.

**Palavras-chave:** Comunicação. Esporte. Narrativas. Mídia. Fluminense. Unimed-Rio.

## ABSTRACT

FERNANDES, Gabriel Lucas Py. *Press, narratives and current football: the example of journalists approach to the financial partnership between Fluminense and Unimed-Rio*. 2020. 60 f. Monografia (Conclusão do Curso de Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas). Centro de Educação e Humanidades, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

The dispute between fields is a reality in society, and the narrative comes in to support the field of the press in the search for convincing through discourse. Knowing the existence of usual tools such as newspapers, radio and TV to do Communication and journalism itself, this work focuses on analyzing, over several concepts, the means used, and the speeches of two journalists of the traditional media about the partnership between Fluminense Football Club and the health insurance company Unimed-Rio. The intention is to point out strategies and elements used to promote other narratives and imaginary related to the theme, especially the worlds that both aimed to build, at the same time that they were based – and expanded it – in the semantic basin of the subject.

**Key-words:** Communication. Sport. Narratives. Media. Fluminense. Unimed-Rio.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	9
1 HISTÓRICOS E CONTEXTOS.....	14
1.1 Fluminense Football Club .....	14
1.2 Unimed-Rio .....	24
2 CONJUNTO TEÓRICO LEVANTADO ACERCA DO OBJETO .....	26
2.1 Jornalismo esportivo no Brasil .....	26
2.2 Quadro teórico de análise acerca do problema .....	32
3 MANIFESTAÇÕES NARRATIVAS DA MÍDIA QUANTO A PARCERIA .....	37
3.1 Comentarista Jorge Kajuru .....	37
3.2 Comentarista Gustavo Hofman.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	54
REFERÊNCIAS .....	57

## INTRODUÇÃO

Desde seus primeiros passos até a atualidade, o futebol sempre passou por transformações em sua trajetória. Conforme postulados de pesquisadores que se debruçam sobre o tema, com destaque especial para Renato Lanna Fernandez (2016), num primeiro momento, o futebol fundamentou-se basicamente em duas características: o amadorismo e o caráter predominantemente elitista. Essas características influenciaram a organização e os aspectos das equipes, dos jogos, dos campeonatos e dos torcedores brasileiros da época.

Atualmente a influência do campo econômico no esporte tem impactado as análises e a compreensão do fenômeno esportivo, como Barbara Smit (2007), Marcelo Proni (2000), entre outros, já indicavam. Tendo como norte essa perspectiva, o objetivo principal dessa monografia é analisar as narrativas da imprensa sobre a parceria do Fluminense Football Club e a empresa Unimed-Rio. Como recorte, selecionamos os programas dos jornalistas Jorge Kajuru e Gustavo Hofman.

O objetivo é apontar a complexidade que cerca o assunto para explicitar determinismos superficiais (sentenças que não são baseadas em pesquisas mais aprofundadas nas informações possíveis a respeito do assunto) nas falas dos jornalistas em questão. Essas falas são pontuais, e retiradas dos vídeos disponibilizados na internet dos programas esportivos que ambos faziam parte. Desse modo, não nos interessa determinar, de outras formas, o que é e o que não é benéfico ao Fluminense e à Unimed-Rio e se algum jornalista está certo ou errado, mas trazer nuances e questões que o estudo da narrativa midiática possibilita e que surgem nos discursos, e que também se desencontram de fatores imediatos, antigos e posteriores.

Nos discursos narrativos identificamos os mundos constituídos, com base, sobretudo, no imaginário e no senso comum que permeia o assunto, pelos dois jornalistas. Jorge Kajuru constituiu, para seu expectador, um mundo caótico próximo, com muitas afirmações sem fundamentos empíricos para convencer, mesmo pouco tempo depois de uma conquista de um título brasileiro pelo clube (valendo-se de sua fama de polêmico para poder atrair ainda mais apelo discursivo pela surpreendente afirmação); Gustavo Hofman seguiu um caminho mais afastado da polêmica, já protegido pela ocasião do término da parceria entre clube e a empresa de saúde, para passar uma visão mais moderada. Sem ter que prever o término como seu colega, Hofman deslizou duas vezes ao tentar constituir um mundo que previa um futuro parecido com o de um rival (o Palmeiras) que encontrou a tragédia de uma queda à segunda divisão devido ao término de sua parceria (a Parmalat), segundo o próprio, sem ao menos

sabermos comprovadamente se, de fato, a queda do time paulista foi causada pelo fim do contrato com sua antiga parceira do ramo de laticínios. O deslize é completado pelo fato do Fluminense não ter caído à segunda divisão desde que a parceria com a Unimed-Rio ter se encerrado.

Muitos autores nos serviram de fonte. Um deles é Fernandez (2016), que já apontou que, lá atrás em seus primeiros anos, o futebol, por não ser encarado como uma profissão, logo uma atividade não remunerada, reunia no Brasil “uma elite influenciada pelos modismos europeus, cristalizados na prática de um esporte civilizado, trazidos por jovens que estudavam na Europa” (Fernandez, 2016, p.52).

Exatamente nesses moldes, o Fluminense Football Club emergiu e se consolidou, junto a muitos outros clubes, sobretudo de São Paulo. Frente ao fato de atletas abastados (associados ao clube) protagonizarem as partidas, salários não eram pagos e as despesas no quadro do clube eram reduzidas, comparadas às atuais. Cenários visivelmente antagônicos, quando observados de uma ponta a outra na linha temporal do esporte: amadorismo x profissionalismo.

Sendo assim, em seus primeiros anos, o Fluminense alavancara no cenário nacional e internacional, sobretudo pela forte influência política que conquistara junto às autoridades e as elites da época, estruturando-se e abrigando importantes competições em suas dependências (Fernandez, 2010, págs. 51-52). Mas a passagem do tempo trouxe inevitáveis mudanças. Atualmente, o clube concorre com outros clubes brasileiros, tão tradicionais quanto ele, em terreno mutável, que se configura num complexo modelo de negócios ano após ano. Nossa pesquisa traz um levantamento histórico para deixar pouco mais clara essas mudanças de contextos que o Fluminense e o futebol em si passaram. Também consideramos válido fazer estratégia parecida com a empresa de saúde, para marcar melhor as mudanças que a parceria proporcionou.

As empresas são agentes que influenciam diretamente no atual contexto de negócios do futebol. A visibilidade do *produto futebol* é um atrativo para muitas delas, que injetam boas quantias de dinheiro em clubes para que suas marcas apareçam relacionadas aos mesmos. Camisas, banners, propagandas (e visibilidade) de TV, jogadores. São diversos os instrumentos de divulgação da parceria e da marca.

Um negócio geralmente rentável para ambas as partes, que Francisco Paulo de Melo Neto (2000) considera como uma ação estratégica relacionada à diferenciação,

potencialização e ao rejuvenescimento de uma marca, relacionamento com clientes potenciais, e como estratégia de marketing global da empresa.

Bons e maus exemplos de parcerias entre clubes têm ocorrido ao longo do tempo. Das mais emblemáticas às mais rápidas e/ou pouco potencializadas. Exemplo entre as mais emblemáticas é a parceria entre o próprio Fluminense Football Club e a empresa da área de saúde Unimed-Rio.

Com base em matéria<sup>1</sup> publicada no site Globoesporte.com, no dia 13 de dezembro de 2014, é possível obter um panorama geral e simplificado dos anos de duração da parceria. O recorte editorial da matéria aponta de cara para uma dualidade; pontua, desde o início do texto, que a união foi vitoriosa e polêmica. Detalhe que é condizente com a realidade exposta em notícias de veículos esportivos de comunicação ao longo do contrato entre as partes.

Por ter se estendido por um longo período – contraponto à média de duração de outros contratos de equipes brasileiras com empresas –, sobretudo nos últimos anos de contrato, a visibilidade de ambas as marcas aumentava ano após ano. Em 15 anos (1999-2014), a Unimed-Rio cresceu<sup>2</sup> em número de clientes. Foi de um número aproximado de 200 mil, em 1999, para mais de 1 milhão de clientes em todo o Brasil, além de 5.650 sócios, em 2014, ano de término da parceria. Esse levantamento é apontado na mesma matéria do Globoesporte.com, de dezembro de 2014.

Pelo lado do clube carioca, a parceria foi de significativa importância. O clube acabava de cair para a terceira divisão do campeonato brasileiro em 1998, e disputaria a mesma no ano seguinte, quando o vínculo foi iniciado oficialmente com a empresa de saúde. Subiu de divisão após a contratação do técnico tetra campeão mundial Carlos Alberto Parreira, e fixou-se novamente na elite do futebol brasileiro após ser convidado para participar da Copa João Havelange<sup>3</sup>, no ano 2000 e sair-se bem – terminou em 4º lugar.

Numa breve explanação desse período de relação contratual com a empresa de saúde, o Fluminense conseguiu ser campeão carioca por três vezes (2002, 2005 e 2012), conquistar uma Copa do Brasil (2007), dois Campeonatos Brasileiros (2010 e 2012) e uma Série C do Campeonato Brasileiro (1999) – conquista que deu início à trajetória da relação. Jogadores de

---

<sup>1</sup> Matéria disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/linha-do-tempo-relembre-parceria-entre-flu-e-unimed-de-1999-2014.html>>. Acesso em: 10 de setembro de 2017.

<sup>2</sup> Matéria disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/linha-do-tempo-relembre-parceria-entre-flu-e-unimed-de-1999-2014.html>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019.

<sup>3</sup> Competição que substituiu o Campeonato Brasileiro de 2000, organizada pelo clube dos 13 devido à impossibilidade, imposta pela Justiça, de a CBF organizar o campeonato. O clube dos 13 não pode aplicar os critérios de acesso e descenso do ano anterior, o que gerou o maior Campeonato Brasileiro já visto, reunindo 116 clubes de três divisões em um único torneio.

renome no mercado do futebol contratados por intermédio da empresa de saúde foram alicerces para a construção de um cenário relativamente vitorioso no período especificado.

Além disso, o clube não conquistou, mas chegou perto de títulos internacionais. No ano de 2008, foi vice-campeão da Copa Libertadores da América e, no ano seguinte, um novo vice-campeonato, dessa vez da Copa Sul-Americana. Marcas expressivas na história recente do clube, devido à importância dada às competições internacionais nos últimos anos por clubes, torcedores e jornalistas no Brasil.

Conquistas importantes dão a um clube credibilidade tanto no mercado, quanto na mídia. Segundo Dantas, Machado e Macêdo (2015), em pesquisa que objetivou avaliar quais são os fatores determinantes da eficiência dos clubes de futebol brasileiros, “existe hoje uma preocupação maior dessas entidades em aliar gastos com o desempenho da organização, tanto na questão econômico-financeira, quanto na maximização das conquistas esportivas” (idem, 2015, p. 114).

Desse modo, torna-se também imperativo perceber as nuances de uma parceria, estabelecendo comparação direta entre o investimento que uma empresa faz em um clube de futebol, frente às conquistas em campo e fora dele que este clube obtém. No caso da parceria entre Fluminense Football Club e Unimed-Rio, o equilíbrio entre essas duas medidas pareceu satisfatória para a grande imprensa durante boa parte da duração contratual, como a própria matéria mencionada anteriormente do portal Globoesporte.com classifica.

Diante disso, é valioso também relativizar, com episódios “dramáticos”, essa definição midiática de que a parceria tenha sido benéfica. Campanhas pírias, atrasos salariais ao longo da parceria, e aumento da dívida líquida do clube no mesmo período são expostos ao longo dessa pesquisa, para trazer fatores que apontam para a complexidade que o assunto demandaria antes de afirmações precipitadas.

Mesmo com estas características ambíguas e complexas na parceria, a mesma imprensa esportiva que considerou essa relação benéfica, na voz de alguns de seus agentes (comentaristas) mais conhecidos – aqui damos foco ao discurso de dois jornalistas, Jorge Kajuru Kajuru<sup>4</sup> e Gustavo Hofman<sup>5</sup> – em algumas ocasiões, fomentaram o discurso de dependência acentuada da parceria por parte do Fluminense. Tanto Kajuru, em discurso de 2012 que aqui analisaremos melhor, quanto Hofman, em discurso de 2014 que também será

---

<sup>4</sup> Vídeo da opinião de Jorge Kajuru no YouTube: <<https://www.youtube.com/watch?v=5VO-Bahw9Bk>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

<sup>5</sup> Link do vídeo da fala de Gustavo Hofman: <[http://espn.uol.com.br/noticia/467039\\_dividas-pressao-por-retorno-financeiro-com-craques-o-fim-da-parceria-flu-e-unimed](http://espn.uol.com.br/noticia/467039_dividas-pressao-por-retorno-financeiro-com-craques-o-fim-da-parceria-flu-e-unimed)>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

analisado, deixaram suas considerações registradas na televisão em direção a esse sentido de dependência.

Nesse mesmo sentido, um senso comum no futebol brasileiro ganhou certa notoriedade com o decorrer do patrocínio, transparecido nas falas de ambos os jornalistas: o Fluminense entraria numa espécie de colapso financeiro e esportivo, tendo seu desempenho, nesses dois polos, seriamente comprometido pela queda do nível técnico de seus elencos, sem a empresa de saúde para pagar salários.

É nesse ponto que está nosso foco: mostrar e problematizar as frases de Jorge Kajuru e Gustavo Hoffman sob um olhar crítico acerca das narrativas e de muitos dos elementos que a compõem, e que ajudaram na constituição dos mundos – já brevemente apontados nos primeiros parágrafos – imaginados pelos dois jornalistas.

Para isso, antes de realmente entrarmos na questão, é importante fazer um breve histórico de ambas as entidades. Assim começa este trabalho, em seu primeiro capítulo. O histórico do Fluminense também visa apontar a importância que o clube adquiriu ao longo dos anos, sustentada sobretudo na grande contribuição que deu para a disseminação do esporte, e na adaptabilidade que demonstrou diante dos diversos cenários que foram sendo construídos. A história da Unimed-Rio também visa demonstrar as diferentes etapas que a empresa passou desde sua fundação, apontando para o crescimento que obteve a partir do início da parceria, que tornam ainda mais complexos quaisquer apontamentos definitivos sobre a relação.

Na sequência, no segundo capítulo, trazemos um conjunto teórico levantado e que permeia, direta ou indiretamente, a intenção de nossa pesquisa: a narrativa da imprensa como ferramenta, desde sempre, de propagação de ideias e de interesses de quem disputa voz nesse espaço de poder que ela é. Luiz Motta (2013) e Filipe Mostaro (2019 e 2012) são nossas maiores fontes. Antes deste levantamento, trazemos as origens do próprio fazer jornalístico, com um foco maior no Brasil, e da Comunicação, que possibilitam a utilização dessa ferramenta de poder, conforme postulados de Franciscato (2003) e Martino (2001).

A complexidade de toda essa trama das narrativas, da comunicação e do fazer jornalístico é apontada e prepara o caminho para que a pesquisa encontre os discursos dos jornalistas escolhidos, que simplificam tantos signos e contextos em prol de uma constituição de realidade e de mundos. Justamente o ponto que nos interessa analisar e relembrar nessa pesquisa.

Por consequência dessa intenção, chegamos ao terceiro capítulo trazendo justamente os discursos que nos chamaram atenção e nos instigaram a essa pesquisa. As falas de Jorge

Kajuru e Gustavo Hofman são, nessa ordem, transcritas e colocadas sob análise do conjunto teórico exposto no capítulo anterior. Nos interessa, com isso, trazer à luz algumas intenções e previsões que fazem parte do jogo narrativo, e, assim, lembrar que o determinismo midiático empobrece entendimentos e potencializa a gestação e reprodução de sentidos superficiais.

## 1 HISTÓRICOS E CONTEXTOS

### 1.1 Fluminense Football Club

Alguns autores apontam Oscar Cox como o introdutor do futebol, disputado sob as regras<sup>6</sup> oficiais inglesas, na cidade do Rio de Janeiro. Isso se deu a partir do ano de 1897, quando retornou de um período de estudos<sup>7</sup> na Suíça. Fernandez (2010) relata em sua pesquisa que Cox levou cerca de quatro anos (após seu regresso) até reunir um grupo de dez amigos e, enfim, fundar um time de futebol.

No intervalo de tempo que se seguiu entre sua chegada e a fundação do time, Cox frequentara dois clubes onde o futebol era praticado em caráter restrito, apenas para o divertimento dos sócios exclusivamente ingleses (Pereira, 2000, p. 24): o Payssandu Athletic Club e o Rio Cricket. Oscar tinha a oportunidade de se tornar sócio e frequentar ambos os clubes devido à origem inglesa de sua família. Seu pai, George Emmanuel Cox, era um cidadão inglês nascido em Guayaquil, no Equador, e foi, inclusive, um dos fundadores do Rio Cricket, clube da colônia inglesa de Niterói.

Foi nesse clube niteroiense voltado para a prática do *Cricket*, que Oscar Cox e seu parceiro de práticas esportivas, Victor Etchegaray, organizaram, em 1 de agosto de 1901, o que veio a ser considerado o jogo de inauguração do futebol no Rio de Janeiro. A partida foi contra uma formação de jogadores ingleses radicados no Brasil que representava o Rio Cricket (Coelho Netto, 1969, p. 76) e terminou empatada em 1 a 1. Foram dois tempos de vinte minutos com 15 de intervalo. O time de Cox foi formado por jovens estudantes, além dele e Etchegaray: Clito Portela, Walter Shuback, Mario Frias, Max Naegali, Horácio da Costa e Santos, Luís Nóbrega, Júlio de Moraes e Felix Frias (Coelho Netto, 2002, p. 4).

---

<sup>6</sup> Desenvolvidas entre 1870 e 1880 pela *Foot-Ball Association*, entidade fundada em 1863 que buscava uma unificação nas regras do futebol.

<sup>7</sup> Era uma tradição muito comum entre as famílias da elite econômica brasileira, no final do século XIX, mandar seus filhos para completarem seus estudos na Europa. Tanto que Oscar Cox foi junto de seus quatro irmãos.

O jogo recebeu destaque no jornal *Correio da Manhã* (Pereira, 2000), apesar de não ter chamado atenção e ter sido assistido por apenas 15 pessoas (basicamente amigos e familiares dos jogadores, e tenistas que estavam no clube). Outros dois jogos foram realizados depois, dessa vez na cidade do Rio de Janeiro, no campo do Payssandu, e o resultado não foi diferente: dois empates.

Ainda animado, mesmo sem vitórias, o time foi a São Paulo para uma breve excursão. Para isso, foi necessário que Oscar Cox e René Vanorden, que se conheceram ainda na Suíça, trocassem uma série de cartas que viabilizaram algumas partidas no Estado vizinho. Na ocasião, a equipe se batizou como *Rio Team*, além de algumas das despesas (passagem e hospedagem) da viagem terem sido por conta dos próprios jogadores. (Fernandez, 2010, p. 17). As outras despesas ficaram por conta dos paulistas, com o trato de a situação ser invertida quando eles fossem ao Rio.

As duas primeiras partidas interestaduais do Brasil, entre Rio Team e São Paulo Scratch Team, terminaram empatadas, e inauguraram o Estádio do Velódromo, do São Paulo Athletic (Fernandez, 2010, p.17). O primeiro *match*, nome dado às partidas na época, realizado no dia 19 de outubro de 1901, foi assistido por cerca de quinhentas pessoas e terminou com o placar de 2 a 2. Já o segundo, realizado no dia seguinte e precedido por uma celebração regada a champanhe e influenciada pelos costumes europeus, terminou com o placar de 0 a 0.

Se no Rio de Janeiro o *Correio da Manhã* fez a cobertura do evento futebolístico, dessa vez, o jornal a dar destaque à ocasião foi o Estado de São Paulo, que chamou atenção à elegância da plateia (segundo o diário, *very selected*) presente (Fernandez, 2010).

Após os resultados obtidos em São Paulo, ocorre uma primeira tentativa, por parte de Oscar Cox, Mário Frias e C. Robinson, de fundação de um clube de futebol no Rio de Janeiro em novembro de 1901. Os três decidem redigir um comunicado que convidava amigos e jogadores para tomar parte de uma reunião no dia 30 de novembro de 1901, no Laranjeiras Club, a fim de tratar da fundação do Rio Football Club. Contudo, a ideia não vingou de imediato, pois haviam disputas entre aqueles que queriam um clube formado somente por ingleses, e os que reivindicavam a mescla de ingleses com brasileiros.

Em 1902, o time orquestrado por Cox, de brasileiros e ingleses, voltou a São Paulo para enfrentar Internacional e Paulistano. Dessa vez os resultados não foram bons: duas derrotas. Além dos resultados negativos, outro problema deu as caras na viagem. Um embate deixa claras as diferenças entre os estrangeiros e os jogadores nacionais no time. Tudo porque Cox deixa de fora da equipe o capitão inglês, do Rio Cricket, Mr. Machentock. O jogador,

contrariado com a não escalção, deixou o grupo e decidiu formar seu próprio clube de futebol, usando o nome de Rio Foot-ball Club. O time foi pensado para ter apenas estrangeiros (acabou aceitando brasileiros, posteriormente).

Ciente da ação tomada pelo seu ex-companheiro de grupo, Oscar Cox decidiu criar, finalmente, seu próprio clube assim que chegasse de volta ao Rio de Janeiro.

O local marcado para a reunião de fundação foi a casa de Horácio da Costa, na Rua Marquês de Abrantes, nº. 21, no Flamengo. Lá, Cox, então com a idade de 22 anos, e mais dezenove companheiros pertencentes a uma parcela privilegiada da sociedade carioca, fundaram, a 21 de julho de 1902, o Fluminense Foot-Ball Club. A principal característica do novo clube era o seu caráter misto, aceitando desde os primeiros momentos brasileiros em seu quadro. Vinte homens, escolhidos por convite, assinaram a ata de fundação (FERNANDEZ, 2010, p. 20).

Estava fundado o Fluminense. Com a heterogeneidade de opiniões dos agentes envolvidos no processo, mas com a proximidade das condições abastadas dos mesmos cultural e socialmente. A versão oficialmente aceita pelo clube para a escolha do nome diz que ele “é oriundo do hábito de se chamar todos os cariocas, independentemente de serem da capital ou do interior do Estado, de fluminenses” (Fernandez, 2010, p. 20).

Os vintes homens que assinaram a ata residiam na Zona Sul da cidade ou em ruas nobres do Centro. Esses também elegeram Oscar Cox como o primeiro presidente do clube e formaram duas comissões: uma responsável pela procura de um campo para o jogo e outra responsável pela redação dos estatutos do clube. Depois de uma primeira tentativa em um terreno em Botafogo malsucedida, o grupo encontrou outro local na rua Pinheiro Machado (Rua Guanabara, na época), ao lado do Palácio Guanabara. Depois de dois anos de aluguel – iniciado em 17 de outubro de 1902 – Eduardo Guinle<sup>8</sup> decidiu comprar todo o terreno em volta do campo para ampliar o clube, além da casa dos fundos, que lá havia, para transformá-la em sede (Fernandez, 2010, pág. 21).

No mesmo dia 17 de outubro de 1902, em Assembleia, foram definidos uniformes, bandeiras e as cores do clube. O uniforme seria composto por camisa branca e cinzento claro, metade de cada cor; o escudo, também branco e cinzento, com cada metade de uma cor, teria ainda monograma em vermelho; a bandeira era igualmente branca e cinzenta, formando dois triângulos iguais, sendo um de cada cor (Fernandez, 2010, pág. 22).

Tais cores e características, contudo, não demoraram a ser modificadas por terem gerado dificuldade a Oscar Cox para achar os tecidos em tais cores em viagem que fez a

---

<sup>8</sup> Tornou-se sócio benemérito após custear, junto de Candido Gaffreé, a construção da praça de esportes e arquibancadas.

Londres. Além disso, estas já não agradavam a todos os sócios e, depois de muitos debates por dois anos, foram, com a ocasião da sugestão enviada por Cox através de uma carta devido à escassez do material para confecção do modelo, em 1904 (Fernandez, 2010, pág. 34). As cores passaram a ser o verde, branco e o encarnado, que perdura até os dias atuais. O clube, então, passava a ser tricolor:

A nova camisa possuía listras verticais largas, intercalada com as cores verde e encarnado, entre elas frisos finos na cor branca, o calção seria branco e as meias pretas. A bandeira também mudou: teria um retângulo na cor verde e outro no tom encarnado, com uma faixa horizontal branca entre eles; no centro da bandeira o novo escudo, agora um brasão com a metade superior em encarnado e a inferior em verde, entre elas um friso branco com as iniciais do clube, FFC, estilizadas em branco (FERNANDEZ, 2010, p. 35).

A primeira partida do Fluminense foi em 19 de outubro de 1902, contra o Rio Football Club, no campo do Payssandu Cricket Club. O placar final foi 8 a 0 para o Fluminense sobre o adversário, como conta o jornal *A Notícia*, de 22 de outubro de 1902, que ainda saudou o nascimento de duas agremiações (Fernandez, 2010, p. 33).

O Fluminense ganhava cada vez mais admiradores e sócios conforme tinha mais sucesso. Mesmo os sócios do Rio Foot-ball Club acabaram por ingressar posteriormente no clube, que dobraria o número de associados em 01 de agosto de 1902. Com a presença maior de brasileiros nos seus quadros, seu sucesso era explicado também pelo crescente interesse que o futebol despertava entre a juventude educada nos colégios europeus. Junto a isso, a obra do campo e a reforma da sede na Rua Guanabara, que contava agora com sala da diretoria e dormitórios para os jogadores (Coelho Netto, 1969, p. 63), eram finalmente terminadas.

Mais tarde, em 1919, o clube teria um *plus* em seu patrimônio com a inauguração do estádio das Laranjeiras, construído no local onde já havia o campo para a prática futebolística, e uma requisitada praça de esportes, na Rua Guanabara. O processo de construção já era anterior. Sob a administração do milionário Eduardo Guinle<sup>9</sup>, iniciou-se uma nova etapa de modernização das dependências do clube devido a pedido feito ao Fluminense, pelo CDB,

---

<sup>9</sup> Arnaldo Guinle tornou-se sócio de número 48, em 10 de outubro de 1902. Presidiu o Fluminense de 16 de abril de 1916 a 30 de abril e 1931. Em sua gestão o Fluminense construiu: o primeiro estádio de futebol do Brasil, a primeira piscina em um clube de futebol, um ginásio, um *stand* de tiro, um estádio de tênis com seis quadras, uma nova sede com instalações elétricas inclusive no estádio para jogos noturnos. Além disso, fundou um serviço médico especializado para os atletas, a seção de escotismo, o primeiro conselho deliberativo de um clube no Brasil, o natal da criança pobre. Na sua gestão o clube recebeu a visita dos reis da Bélgica, do príncipe de Gales (Eduardo VIII) e do príncipe George da Inglaterra. Arnaldo Guinle fez parte da comissão fiscal entre 1931 e 1942, retornando à presidência do clube de 06 de dezembro de 1943 a 04 de fevereiro de 1946 (Coelho Netto, 2002 e *Correio da Manhã*, 20 de abril de 1916 sobre a eleição de Arnaldo Guinle).

para sediar os jogos sulamericanos de 1919. Este que, a princípio, seria realizado em 1918, mas por ocasião da epidemia de gripe espanhola que assolou a cidade, foi adiado em um ano.

Também foram construídas para o evento uma nova linha de tiro, uma piscina e uma nova sede, além do estádio. A inauguração das Laranjeiras se deu no dia 11 de maio de 1919, com uma sonora goleada da seleção brasileira sobre o Chile por 6 a 0, com três gols de Friedenreich. A lotação em todas as partidas foi máxima, segundo relatos da época. Ao final da competição, título para o Brasil, que saiu invicto com três vitórias e um empate.

Três anos depois, em 1922, o sucesso da edição de 1919 parece ter surtido efeito, e o Rio de Janeiro foi novamente escolhido para sediar o sulamericano. Novamente o estádio das Laranjeiras era tratado como local ideal para a realização do torneio e, para tal, recebeu novas obras. Foi ampliado, tendo sua lotação aumentada para 25 mil pessoas, tornando-se o maior estádio da América do Sul. O clube também criou um *stand* para tiro ao alvo, uma nova pista de atletismo, um novo ginásio para provas de esgrima, boxe, ginástica e basquete, além de quadras de tênis.

Outro detalhe marcante na relação entre o Fluminense e a seleção brasileira está no primeiro gol da história do selecionado nacional, marcado pelo atleta tricolor Oswaldo Gomes, em 21 de julho de 1914, contra o Exeter City, da Inglaterra. A partida terminou com vitória do Brasil por 2 a 0. O segundo gol foi marcado por Osman.

Oswaldo Gomes seria, segundo Fernandez (2010), pivô em uma outra situação que ocasionou em outro grande marco do futebol brasileiro: o surgimento do futebol no Clube de Regatas do Flamengo. Gomes era *sub-cappitain* do *Ground Committee*<sup>10</sup>, enquanto Alberto Borgerth era o *cappitain*. Os dois entraram em uma disputa velada pela liderança dentro do clube durante a temporada de 1911, quando duas vagas surgiram no *Ground Committee* e Oswaldo Gomes e Alair Antunes candidataram-se à ocupação delas. O primeiro possuía o apoio da direção do clube, mas viu um novo candidato, de oposição, surgir pouco antes da votação: Joaquim Guimarães.

Ambos ficaram empatados após receberem 15 votos cada. Gomes, que seria o vencedor da disputa por ser mais velho – o que era critério de desempate –, recusou o cargo e ainda se demitiu do posto de *sub-cappitain*. “A divisão estava clara entre Alberto Borgerth, capitão e líder do time, e Oswaldo Gomes amparado pela direção do clube”. (Fernandez, 2010, p. 57).

---

<sup>10</sup> Órgão que tomava as decisões sobre a organização do time, escalação e disciplina. Tinha poder mesmo com a influência de um *training* profissional no Fluminense.

Tal situação gerou reflexo posterior em decisão tomada pelo *Ground Committee*, formado por Felix Frias, Alair Antunes, Afonso de Castro e Alberto Borgerth, que optou por barrar esse último, para sua surpresa, em jogo contra o Rio Cricket. Borgerth tentou ainda fazer com que o comitê consultasse o time antes da partida, mas o órgão descartou a possibilidade alegando que tal fato geraria precedente no grupo. Sendo assim, Borgerth não esteve em campo na vitória do Fluminense por 5 a 0 contra o clube de Niterói, além de ter ficado de fora também da vitória por 3 a 2 contra o América. Com esses dois resultados o Fluminense terminou o campeonato de 1911 com 100% de aproveitamento, mas o clima nos bastidores do time estava acabado.

Após o último jogo, nove titulares da equipe deixaram o clube, restando apenas dois: Oswaldo Gomes e James Calvert. Três propostas se sucederam entre os jogadores depois do caso: refundarem o Rio Foot-Bal Club; fundarem uma filial do São Paulo A.C. no Rio de Janeiro, já que muitos dos dissidentes eram paulistas; fundar uma seção de futebol no Flamengo. A decisão, com aclamação, foi por essa última, sugerida por Alberto Borgerth. Antes desse marco, não existia rivalidade em Fluminense e Flamengo, já que o Flamengo se dedicava apenas ao remo, enquanto o Fluminense dedicava-se ao futebol. “Eles não se enfrentavam e muitos atletas pertenciam aos dois clubes, como Alberto Borgerth, que remava pelo Flamengo”. (Fernandez, 2010).

Com o aumento da popularidade do futebol no Rio de Janeiro, a rivalidade entre os clubes – não só entre Fluminense e Flamengo – também cresceu. Desde disputas políticas que envolviam a adesão ou não ao profissionalismo no esporte, até os jogos decisivos e importantes que já movimentavam muitos torcedores. No caso da dupla mencionada, haviam situações que ocorriam nas arquibancadas, envolvendo tanto o jogo, quanto questões sócio-políticas. Uma delas, com fortes conotações raciais latentes à época no imaginário do esporte, era a troca de ofensas entre as torcidas em dias de jogos, como relatava Mario Filho. Enquanto a torcida rubro-negra gritava “Pó-de-arroz” de um lado, a tricolor respondia gritando “Pó-de-carvão”. (Rodrigues Filho, 2003, p. 210). Essas informações, no entanto, são passíveis de problematização por serem causos escritos por Mário Filho, que carecem de comprovação empírica.

A nomenclatura usada pelos flamenguistas para provocar os tricolores seria explicada por um episódio que vai identificar o tricolor como um clube branco e elitista (Fernandez, 2010, p. 160), que o próprio Mario Filho narra, bastante icônico e representativo na história do Fluminense e do futebol brasileiro. Este episódio foi eternizado pelo autor em sua

publicação *O Negro no futebol brasileiro*, mas, novamente, vale frisar que é um acontecimento que carece de registros que evidenciem sua veracidade até hoje.

Em 1914, alguns jogadores dissidentes do América chegaram ao Fluminense. Um deles, Carlos Alberto, ganharia exposição maior do que tinha em seu time anterior, já que chegou para ser do primeiro time no tricolor. Carlos Alberto era mulato, coisa que não provocava rejeição nenhuma no Fluminense, como o próprio Mario Filho conta. Segundo ele, “o Fluminense nem prestava atenção na cor de Carlos Alberto moreno carregado, no cabelo escadinha que ele tinha. Carlos Alberto, porém, entrando para o Fluminense, sentiu-se mais mulato. O único mulato num clube de brancos” (Rodrigues Filho, 2003, p. 62).

Havia uma sensação de não pertencimento ao ambiente por parte de Carlos Alberto, visto a esmagadora maioria branca e fina no clube. Situação que refletia nas arquibancadas, em dias de jogos. Torcidas adversárias o hostilizavam quando entrava em campo, principalmente a torcida do seu ex-clube, o América, que lhe xingava de “negro pernóstico” (Rodrigues Filho, 2003, p. 60). Cansado das provocações de cunho racial e, de certo modo, já ele próprio incomodado com o fato de ser o único de pele mais escura no ambiente refinado do clube, Carlos Alberto resolveu passar pó-de-arroz em seu rosto em jogo diante justamente de seu ex-time. A ideia não deu certo, visto que o jogador acabou chamando mais atenção dos adversários do que chamaria normalmente àquela altura da história.

A torcida do América começou, então, a gritar “pó-de-arroz” repetidamente para o atleta. Não só naquele jogo, mas em todos outros confrontos. Com o tempo, a provocação foi incorporada por outros adversários no Rio de Janeiro, e deixou de ser necessariamente direcionada ao jogador. Já não era mais preciso a presença de Carlos Alberto nos gramados para que as torcidas rivais gritassem o apelido para atingir o Fluminense. Com o passar dos anos, a torcida tricolor e o clube, este por meio de publicações diversas, assimilaram o apelido de forma positiva. O pó-de-arroz passou até a ser levado e jogado pelos torcedores em suas comemorações nos estádios a partir da década de 1960.

Com esse gesto, o pó-de-arroz tornou-se um símbolo de reconhecimento e identidade para a comunidade tricolor; uma forma de concretização de uma mitologia que dá sentido a uma determinada comunidade imaginada<sup>521</sup> que se confraterniza com a entrada do time em campo jogando pó-de-arroz sobre si mesmo, em uma atitude inversa à tomada por Carlos Alberto em 1914. O gesto reafirma o seu pertencimento a essa comunidade e seus símbolos de distinção perante as outras torcidas. Ao se permitir “brincar” com o preconceito, o clube o exorciza, encontrando uma fórmula de convivência entre o seu passado excludente e a sua própria popularização, que incluía a presença de negros em sua torcida e no seu time, ao mesmo tempo em que referenda a marca de um clube elitizado (FERNANDEZ, 2010, p. 163).

O Fluminense tem em sua história uma boa quantidade de ídolos, equivalentes ao peso do clube na linha do tempo do esporte. Destaca-se, quando ainda era um clube dito amador, durante as décadas de 1910 e 1920, dois de grande peso: Harry Welfere e Marcos de Mendonça. O primeiro, chamado também de *Cavalo Louco*, possuía técnica, porte físico alto, força e um jeito vigoroso de jogar que empolgavam os admiradores. O segundo, goleiro, já era reconhecido pela elegância com que atuava em campo, além da técnica apurada e refinada.

Outros dois tiveram destaque em período próximo de Welfere e Marcos. Os irmãos Emmanuel Coelho Netto, o Mano, e João Coelho Netto, conhecido como Preguinho. Ambos são filhos do escritor e torcedor tricolor Henrique Coelho Netto, ou só Coelho Netto, que foi uma figura intelectual de muita importância no processo de solidificação da imagem do clube em seus primeiros anos, tanto no campo político, quanto no literário. Mano entrou para história pelas alegrias em campo, e pela tragédia começada também nele.

O jogador, então com 24 anos, sofreu um choque com um adversário em jogo contra o São Cristóvão e foi atingido na cabeça. Mesmo com dores, continuou na partida. Mais tarde constatou-se uma hemorragia interna que levou ao seu falecimento em 30 de setembro de 1922. Mano foi tricampeão carioca com o Fluminense e campeão sulamericano de 1919 com a seleção. Seu irmão, Preguinho, que jogava como meia e atacante, também fez história no tricolor e na seleção. Foi o autor do primeiro gol da seleção brasileira em uma Copa do Mundo, em 1930. Além disso, chegou à artilharia do carioca de 1928 e 1932. Ficou marcado como um dos atletas mais importantes da história do clube por não ter se limitado apenas à prática futebolística. Fez sucesso também em outros esportes como atletismo, *hockey* e saltos ornamentais, sendo campeão de basquete, voleibol, *water-polo*, remo e natação. No futebol foi campeão carioca em 1924.

Na lista de ídolos de sua história, o Fluminense ainda conta com outro goleiro emblemático. Carlos José de Castilho, o Castilho, defendeu o clube entre os anos de 1947 e 1965, batendo a marca de 697 jogos disputados – recorde maior da instituição – em 20 anos de titularidade sob as traves. Castilho conquistou, pelo o tricolor, a Copa Rio (Mundial) 1952; o Campeonato Carioca em 1951, 1959 e 1964; o Torneio Rio-São Paulo em 1957 e 1960; e o Torneio Municipal de 1948. Pela seleção brasileira também marcou seu nome na história ao ser reserva de Gilmar nas campanhas vitoriosas das Copas do Mundo de 1958 e 1962.

Contemporâneo de Castilho, outro grande nome fez história nas Laranjeiras: Telê Santana. O “Fio de Esperança”, como foi apelidado pelos próprios torcedores, defendeu o

clube entre 1950 e 1961, alcançando conquistas como a Copa Rio (Mundial) de 1952; o Campeonato Carioca em 1951 e 1959; e o Torneio Rio-São Paulo em 1957 e 1960.

Outros ídolos que fizeram parceria vitoriosa foram Assis e Washington, batizados por *casal 20*. Assis era meia e tinha fama de ser carrasco do maior rival tricolor, o Flamengo. Conquistou o Campeonato Brasileiro de 1984; o Tricampeonato Carioca em 1983, 84 e 85; o Torneio de Seul de 1984 e o Torneio de Paris em 1987. Washington, que conquistou os mesmos títulos que Assis, marcou 125 gols em sua trajetória pelo clube.

Outros grandes jogadores foram muito importantes para o Fluminense entre os anos 1970 e 1990. São exemplos: Branco, lateral esquerdo tetracampeão mundial com a seleção em 1994; Carlos Alberto Torres, lateral tricampeão mundial com a seleção em 1970; Gérson, meia também tricampeão mundial com a seleção brasileira; Paulo Victor, goleiro campeão brasileiro em 1984 com o tricolor; Ricardo Gomes, zagueiro que também foi campeão brasileiro em 1984; Rivellino, meia habilidoso tricampeão mundial com a seleção brasileira em 1970; Romerito, meio-campo paraguaio campeão brasileiro em 1984; entre outros.

Alguns nomes despontaram na história mais recente do clube. Entre 1991 e 1995, o atacante Ézio alcançou a marca de 119 gols no tricolor. Em 1995, dando sequência ao legado de Ézio, Renato Gaúcho criaria um marco no Maracanã ao fazer um gol – o do título – de barriga em final do campeonato carioca contra o Flamengo.

Dentro do século 21, outros atletas ganharam grande notoriedade para o clube. Destacam-se três deles: o zagueiro Thiago Silva; o meio-campo argentino Darío Conca e o centro avante Fred. Thiago Silva ganhou o carisma da torcida pela raça aliada à técnica e classe apuradas com que atuava. O zagueiro foi campeão da Copa do Brasil de 2007 pelo tricolor e, no ano seguinte, vice-campeão da Libertadores após campanha histórica do clube. Darío Conca também participou da campanha do vice-campeonato tricolor em 2008, e foi além. Em 2009, foi vice-campeão da Copa Sul-americana e, no ano seguinte, campeão brasileiro atuando em todas as partidas do Fluminense. Fred jogou com Conca. O atacante chegou ao Fluminense em 2009 e também foi vice da Sul-americana no mesmo ano e campeão brasileiro em 2010, como o argentino. Mas Fred teria um *plus*: em 2012 foi novamente campeão brasileiro e artilheiro da competição. Contabilizou 172 gols em sua passagem por Laranjeiras.

Para citar os ídolos do Fluminense – e de qualquer clube –, são citadas as marcas pessoais alcançadas pelos atletas, e os títulos que ajudaram a instituição a alcançar. Como visto superficialmente, títulos foram muitos na história do tricolor. Cabe aqui ressaltar os que

tiveram maior peso para o clube. Seguindo a linha de destaque que o próprio aponta em seu site oficial<sup>11</sup>, o primeiro a ser destacado é, na verdade, uma honraria. A Taça Olímpica – considerada como o Prêmio Nobel do Esporte – foi obtida em 1949 após o clube ter pedido a honra ao Comitê Olímpico Internacional por duas vezes (em 1924 e 1936) sem sucesso.

Foi em 1948 que a chance de ouro surgiu, quando o clube faz sua terceira inscrição. Mediante um acordo com os ingleses, o clube retira sua candidatura no ano, mas com a garantia que ela seria vitoriosa em 1949. Com a conquista no ano seguinte, o Fluminense torna-se o único clube brasileiro a possuir a Taça Olímpica, considerada como a maior de todas as conquistas do tricolor carioca.

Outro grande título de importância internacional viria pouco depois, em 1952: a Copa Rio. Considerada pelo clube, novamente com base em seu site oficial a pouco citado, como o mundial daquele tempo – mas que ainda não foi reconhecido como tal pela Fifa<sup>12</sup> até hoje –, a competição reuniu oito equipes de sete países da América do Sul e da Europa. Ao fim, o Fluminense sagrou-se o campeão de forma invicta.

Lista-se, ainda, no mosaico de títulos importantes destacados no site oficial do clube: 4 campeonatos brasileiros (1970, 1984, 2010 e 2012); uma Copa do Brasil em 2007; Torneio Rio-São Paulo (1940, 1957 e 1960). A nível regional, o tricolor é o segundo maior ganhador do Campeonato Carioca, com 31 títulos.

Outra conquista representativa, apontada no site, de um período conturbado na história do Fluminense é o título da terceira divisão do Campeonato Brasileiro, em 1999. Após cair para a Série B da competição em 1997, o clube não conseguiu se reerguer e, pior, ainda desceu mais uma divisão no ano seguinte. O período é considerado como o fundo do poço na história do Fluminense por muitos. A crise em campo começa a ser resolvida com o início do apoio financeiro da empresa de planos de saúde Unimed-Rio, que chega ao clube em 1999<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> Os principais títulos do clube, assim como as considerações da entidade acerca deles, estão na página exclusiva do site oficial do Fluminense Football Club, que pode ser acessada em: <<https://www.fluminense.com.br/sobre/principais-titulos>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2020.

<sup>12</sup> Matéria do portal de notícias “O Dia”, de 2017, que trata da negativa da Fifa quanto ao reconhecimento da Copa Rio como o Mundial de Clubes: <[https://odia.ig.com.br/\\_conteudo/esporte/2017-09-06/fifa-nao-considera-fluminense-e-palmeiras-campeoes-do-mundo-diz-conmebol.html](https://odia.ig.com.br/_conteudo/esporte/2017-09-06/fifa-nao-considera-fluminense-e-palmeiras-campeoes-do-mundo-diz-conmebol.html)>. Acesso em: 03 de janeiro de 2020.

<sup>13</sup> Matéria do portal de notícias Globoesporte.com que aponta o ano em que a parceria se iniciou: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/linha-do-tempo-relembre-parceria-entre-flu-e-unimed-de-1999-2014.html>>. Acesso em: 06 de janeiro de 2020.

## 1.2 Unimed-Rio

O surgimento da Unimed-Rio é contado em seu site<sup>14</sup> oficial. Nele, conta-se que a empresa é precedida pelo movimento de desenvolvimento de cooperativas de médicos, que acarretaria na fundação daquela que viria a ser a primeira Unimed, na cidade de Santos (SP), em 1967. Este movimento precursor foi fomentado pelo contexto socioeconômico do período, segundo o texto digital da página na web.

Ainda de acordo com o texto, no final da década de 1960, ocorreu a unificação do sistema de previdência pelo governo. Com isso, o padrão de atendimento da medicina pública brasileira teria declinado em qualidade, o que levaria à expansão das empresas de medicina de grupo e das seguradoras. Porém, como a própria história contada no site da Unimed-Rio diz, a remuneração proposta por elas era “sofrível”. Passa a ganhar forma, então, o *cooperativismo médico*, visando “eliminar a intermediação comercial na prestação de serviços médicos, dar mercado ao maior número possível de colegas e assegurar qualidade de fato na prática médica” (idem).

No Rio de Janeiro, a liderança do movimento coube à Sociedade de Medicina e Cirurgia e ao Conselho Regional de Medicina, que criaram a Comeg - Cooperativa de Serviços Médicos e Hospitalares do Estado da Guanabara, que viria a se chamar Unimed-Rio, após a extinção do Estado da Guanabara. De acordo com o site oficial da empresa, 27 médicos assinaram a ata de fundação, em 8 de dezembro de 1971. O cooperativismo, a partir de então, não parou de crescer. O Grupo Unimed-Rio possui hoje aproximadamente 3.700 funcionários, e é a maior cooperativa do Sistema Unimed em termos de faturamento, conforme o site diz.

A Unimed-Rio cresceu em número de clientes no período em que patrocinou o Fluminense Football Club (1999 a 2014). Foi, segundo matéria<sup>15</sup> do portal Globoesporte.com já mencionada aqui, de um número aproximado de 200 mil, em 1999, para mais de 1 milhão de clientes em todo o Brasil, além de 5.650 sócios, em 2014, ano de término da parceria. Todo esse levantamento de valorização é apontado na mesma matéria na do portal Globoesporte.com, de dezembro de 2014.

---

<sup>14</sup> Site oficial da Unimed-Rio com informações sobre seu surgimento: <<http://www.unimedrio.com.br/unimed-rio/conhe%C3%A7a-a-unimed-rio/>>. Acesso em: 20 de agosto de 2018.

<sup>15</sup> Mesma matéria do portal de notícias Globoesporte.com que aponta os números de clientes da Unimed-Rio, ao início da parceria: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/linha-do-tempo-relembre-parceria-entre-flu-e-unimed-de-1999-2014.html>>. Acesso em: 06 de janeiro de 2020.

Mas a empresa vive, desde o mesmo ano em que findou sua parceria com o clube carioca, momento financeiro e político conturbados, segundo matéria<sup>16</sup> do portal de notícias *GI*. A crise da Unimed-Rio ficou conhecida em agosto de 2014. Foi quando a ANS, segundo o texto da matéria mencionada, por meio de um ofício, alertou a empresa sobre os problemas. Clientes reclamavam de dificuldades para realização de exames, consultas e cirurgias. Já os médicos credenciados falavam de demora nos pagamentos.

A matéria do *GI* traz mais informações relevantes: a situação piorou e, em março de 2015, época em que a operadora tinha mais de um milhão de beneficiários, a ANS colocou um diretor fiscal para monitorar a situação da operadora, uma espécie de controle externo, para acompanhar de perto o que estava acontecendo. O diretor descobriu que o rombo era maior do que aparecia nos balanços da operadora. Em seu relatório, afirma que a direção da Unimed-Rio praticou as pedaladas fiscais. Segundo o mesmo, houve "postergação do registro de despesas assistenciais", prática irregular conhecida como pedalada que girou em torno de R\$ 500 milhões.

Foi nesse contexto que a famosa parceria com o Fluminense se desfez. Mais precisamente em dezembro de 2014. O patrocínio valeria até 2016.

Para resolver a crise, a antiga gestão da Unimed-Rio sugeriu medidas, que incluíam a venda de um hospital próprio na Barra da Tijuca, Zona Oeste do Rio. Mas elas foram consideradas insuficientes pela ANS. Por isso, a agência reguladora continua na direção fiscal e técnica da operadora. Atualmente, a Unimed-Rio tem 730 mil beneficiários. Uma perda de mais de 200 mil clientes em relação ao período anterior à crise.

De acordo com a ANS, hoje a dívida da Unimed-Rio é de R\$ 2,6 bilhões. Mas há sinais de recuperação. No primeiro trimestre de 2017, por exemplo, teve um resultado positivo de R\$ 101 milhões - número bem maior que os R\$ 5,5 milhões registrados no mesmo período de 2016, aponta a matéria do portal *GI*.

---

<sup>16</sup> Informações sobre a crise vivida pela empresa retiradas, em suma, de matéria feita pelo portal de notícias G1: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/pf-investiga-se-unimed-rio-cometeu-fraudes-fiscais-de-ate-r-500-milhoes.ghtml>>. Acesso em: 20 de agosto de 2018.

## 2 CONJUNTO TEÓRICO LEVANTADO ACERCA DO OBJETO

### 2.1 Jornalismo esportivo no Brasil

Seguindo a característica de historicizar os elementos pelos quais nos debruçamos nessa pesquisa, cabe trazer um panorama do que é/foi o jornalismo esportivo brasileiro. Mas como historicizar o jornalismo esportivo feito no Brasil sem antes tratar do próprio jornalismo em si? E ainda: como tratar de ambos sem primeiro ter uma ideia do que é a Comunicação enquanto disciplina? Para falar dessa disciplina, tomamos Luiz C. Martino (2001) e Vera Veiga França (2001) como fontes.

Para Martino (2001, p. 11), que não pretende achar a verdade e um único sentido do termo, “definir” a comunicação é tarefa embaraçosa e muito complexa, mas importante. O importante, segundo o autor – ao se tentar definir um uso para o termo comunicação – é colocarmo-nos de acordo com o que falamos e o que nos interessa estudar.

Sem estabelecer verdade derradeira sobre o que é comunicação, como Martino sugere, interessa-nos a Comunicação enquanto disciplina. O autor antes nos lembra da etimologia da palavra. O termo vem do latim *communicatio*, onde se distingue três elementos: a raiz *munis*, que significa “estar encarregado de”; o prefixo *co*, que expressa simultaneidade, reunião, passando a ideia de uma “atividade realizada conjuntamente”; e a terminação *tio*, que reforça a ideia de atividade. “Em sua acepção mais fundamental, o termo comunicação refere-se ao processo de compartilhar um mesmo objeto de consciência, ele exprime a relação entre consciências”.

Martino também aponta ao dicionário e sua tarefa de significar o termo de variadas formas, ponto que revela o quão complexo, abrangente e incompleto o mesmo pode ser, uma verdadeira polissemia (Martino, 2001, p. 20). O autor enumera os significados dos dicionários:

Primeiro: fato de comunicar, de estabelecer uma relação com alguém, com alguma coisa ou entre coisas; Segundo: transmissão de signos através de um código (natural ou convencional); Terceiro: capacidade ou processo de troca de pensamentos, sentimentos, ideias ou informações através da fala, gestos, imagens, seja de forma direta ou através de meios técnicos; Quarto: ação de utilizar meios tecnológicos (comunicação telefônica); Quinto: a mensagem, informação (a coisa que se comunica: anúncio, novidade, informação, aviso... “tenho uma comunicação para você”, “apresentar uma comunicação em um congresso”); Sexto: comunicação de espaços (passagem, de um lugar a outro), circulação, transporte de coisas : “vias de comunicação – artérias, estradas, vias fluviais”; Sétimo: disciplina, saber, ciência ou grupo de ciências.

É nessa sétima definição que focamos ao refletir sobre nosso objeto. Afinal, tocamos, neste trabalho, em conceitos e reflexões científicas sobre a Comunicação para analisar diretamente um de seus principais canais: a imprensa (meios de comunicação). Aliás, como nas próprias palavras de Martino (2001), “a comunicação é tão significativa que praticamente não existe ciência humana que possa prescindir de seu estudo”. Desse modo, e exatamente nesse ponto, o autor a enxerga novamente – no que tange à definição de um objeto para a disciplina – uma complexidade, já que “os processos comunicativos atravessam praticamente toda a extensão das Ciências Humanas” (Martino, 2001, p. 28). Devido à sua riqueza semântica, a palavra “comunicação” evoca diferentes universos.

Palavra essa que Vera Veiga França (2001, p.41) aponta como muito “recente” e, sobretudo, usada à exaustão apenas a partir da segunda metade do século XX. Para a autora, “comunicação” é, além de um objeto empírico com um elenco de práticas distintas, um conceito, uma “representação” dessas diferentes práticas complexas.

Complexa é a questão também na visão de Martino (2001) quanto à possibilidade de estabelecer a particularidade de um campo de análise desse saber, um objeto de estudo, já que aparece tanto como o fundamento das ciências dos homens, quanto aparece como uma “síntese do produto dessas ciências” (Martino, 2001, p. 29). Pensar a interdisciplinaridade para a Comunicação – que seja fruto de uma exigência do próprio objeto – é um problema antigo. Segundo o autor, é preciso que ela, quando pretende ser disciplina, seja mais que uma interseção passiva de diferentes orientações do saber. Sendo assim, é preciso explicitar e definir o objeto. Martino (2001) aponta a oscilação entre dois parâmetros de objeto recorrentes que são, em suas linhas gerais, válidos, apesar de algumas ressalvas: os meios de comunicação e a cultura de massa.

Nesse ponto destacamos a ressalva de Martino (2001) que considera que não se pode perder de vista que esse objeto não é todo e qualquer fenômeno comunicativo. Apenas aqueles restritos à dimensão humana e mediatizados por dispositivos técnicos.

Os processos comunicativos no interior da cultura de massa constituem certamente o objeto da Comunicação, mas a característica inalienável, e, portanto, mais própria a esta disciplina, reside na perspectiva que ela adota, ou seja, na interpretação desses processos tendo como base um quadro teórico dos meios de comunicação. Trata-se de uma leitura do social realizada a partir dos meios de comunicação, o que equivale a dizer que meios de comunicação e cultura de massa não se opõem, nem podem ser reduzidos um ao outro, ao contrário, eles exigem uma relação de reciprocidade e complementação (MARTINO, 2001, p. 31).

Diante disso, pensamos a Comunicação enquanto disciplina lançando olhar sobre os meios de comunicação como objeto, com a ressalva de Martino (2001) em mente. Mais especificamente refletimos aqui sobre um problema específico permutado por conceitos e considerações de autores que fornecem um quadro teórico próximo e adequado quanto à imprensa.

Quanto à imprensa, é interessante pensarmos sob a mesma estratégia de Franciscato (2003), que aponta para a necessidade de falar sobre três termos interligados e que, entendemos, envolve-a e é ela própria: a notícia, o jornal e o jornalismo. O autor pensa na notícia – o ato de comunicar os eventos mais recentes para membros de comunidades – a partir de uma visão histórica, com origens em tempos distantes, sendo inerente à comunicação humana que se motiva nas “predisposições sociais para a interação, defesa, integração ou mesmo um instinto para saber a respeito de coisas ou fatos novos” (Franciscato, p. 31, 2003).

O jornal surgiu, historicamente, como suporte para veiculação dos conteúdos que já circulavam de diferentes formas na sociedade (oradores em ruas e praças contando os últimos acontecimentos, conversas informais, cartas, diários de viagens etc).

A localização de algumas datas de aparecimento de jornais pode ser melhor percebida se inserirmos o surgimento deste novo suporte dentro de um processo histórico específico: o desenvolvimento da tecnologia da impressão a partir do século XV. Além de profundas transformações na sociedade da época, esta tecnologia cria bases para uma melhoria na capacidade de impressão de jornais e, posteriormente, contribui para uma aceleração em sua circulação. (FRANCISCATO, p. 32, 2003).

Percebe-se que este sistema mecânico de impressão foi o principal fator tecnológico que fez a circulação de notícias sair de uma informalidade, de uma restrição, e ser lançada num processo de institucionalização amplo. Surge, nesse processo, uma imprensa periódica nos séculos XVII e XVIII que ajuda a institucionalizar novos hábitos sociais.

Franciscato (2003) ainda chama atenção para o fato do jornal tornar-se uma instituição, na sociedade, que relata regularmente eventos não vivenciados. Esta regularidade na produção e circulação de relatos cria um recurso, periódico, de construção de temporalidade tanto no âmbito privado, quanto no público. O jornalismo assume, então, suas primeiras características de uma “instituição que irá constituir 'padrões reguladores' de ações e comportamentos, a desempenhar papel social específico e diferenciar-se, enquanto organização social, das demais instituições”. (Franciscato, p. 33, 2003).

No espectro da Comunicação, o jornalismo (imprensa) se difere das relações públicas e da publicidade – às quais é frequentemente confundido – pela persuasão, segundo Melo

(1994, p. 13). Ele diz que o jornalismo “atém-se ao real, exercendo um papel de orientação racional”. Diferente da propaganda e das relações públicas, que “processam mensagens que pretendem persuadir e levar os cidadãos à ação, adentrando muitas vezes o espaço do imaginário e apelando para o inconsciente”.

Melo (1994, p. 14), em sua definição, ainda considera o jornalismo com um “processo social” – contemplando as características de periodicidade, universalidade, atualidade e difusão, inerentes à informação jornalística:

O jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos/receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/ televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (MELO, 1994, p. 14)

Segundo Pinho (2003, p. 56), o jornalismo tem particularidades próprias em suas manifestações – jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo, cinejornalismo. Contudo, para ele, existem requisitos comuns entre tais manifestações, que garantem “qualidade” a cada veículo. São eles: a clareza, a densidade, a concisão, a precisão, a exatidão, a simplicidade e a coerência. Pinho (2003) ainda fala sobre a profissão jornalista, considerando-a bastante dinâmica devido às constantes mudanças proporcionadas pelas inovações tecnológicas que chegam aos meios de comunicação e interferem na atividade jornalística, por extensão.

Partindo do princípio de que tantos aspectos estão ao redor da Comunicação e da imprensa, pensamos sobre o jornalismo esportivo entendendo-o como produto e produtor da complexidade. Estas inovações tecnológicas mencionadas por Pinho (2003) como modificadoras da atividade jornalística, ditas a pouco, atingiram, claro, o jornalismo esportivo, em especial o brasileiro.

A massificação do rádio na década de 1930, por exemplo, foi fator importante na relação da imprensa brasileira com o futebol, e da maior difusão desse esporte pelo Brasil ao mesmo tempo. Isto porque surgiram os locutores de rádio, “que deram uma vibração que o jogo jamais teve” (Mostaro, 2012, p. 23). Outra característica interessante do rádio foi que, ao mesmo tempo em que “transportava para o campo de jogo” (idem) alguns ouvintes, era também levado ao estádio por outros ouvintes que queriam ver e ouvir o jogo. Uma relação muito intensa foi construída em torno desse meio de comunicação. Conforme Mostaro (2012, p. 24), o primeiro jogo transmitido via rádio no país foi em 1924, entre as seleções de São

Paulo e Paraná, e a publicidade foi autorizada no veículo em 1932, sendo “o ingrediente que faltava para a popularização do mesmo (idem).

Após um longo período de soberania do rádio, eis que chega ao Brasil a televisão, no fim década de 1950 e início da década de 1960, marcando o jornalismo esportivo brasileiro em suas primeiras transmissões esportivas, desde seus primeiros passos (Mostaro, 2012, p. 24). A primeira transmissão televisiva de futebol foi, segundo Mattos (2002), da TV Difusora de São Paulo em dezembro de 1955, numa partida entre Palmeiras e Santos, disputada na cidade de Santos. Ainda de acordo com o autor, em seus primeiros anos (1950 a 1964) a televisão no Brasil tinha um caráter “elitista”, com a fase “populista” vindo em seguida com preços mais acessíveis e uma programação mais preocupada em ter a cara do rádio, com artistas, produtores, locutores, escritores e programas vindos do veículo pioneiro. A audiência do rádio caiu ano após ano e, em 1962, a televisão já atingia 24% dos investimentos publicitários e começava a deixar o poderoso rádio para trás (Mostaro, 2012).

A primeira Copa do Mundo a ser televisionada foi o grande marco dessa mudança tecnológica não só no Brasil, mas em todo o mundo. Isto foi em 1970, ano em que o Brasil se sagrou tricampeão mundial, numa Copa que foi assistida por 700 milhões de expectadores do mundo (Mostaro, 2012, p. 25.). Veio deste marco o grande avanço da cobertura futebolística no Brasil, justamente por termos nos tornado os detentores da taça Jules Rimet, concedida ao primeiro que alcançasse o tricampeonato mundial. Também era brasileiro o futebol o melhor e mais bonito jeito de jogar futebol. Era brasileiro também o maior jogador daquela época e ainda dessa: Pelé. Ingredientes que fomentaram o crescimento das profissões relacionadas ao jornalismo esportivo no Brasil.

As coberturas midiáticas de eventos relacionados ao esporte crescem a cada ano. Cresce também os números de expectadores. As Copas, por exemplo, demonstram bem a crescente penetração nacional e mundial do futebol na população. Em 2010<sup>17</sup>, na Copa do Mundo da África do Sul, aproximadamente 3,2 bilhões de telespectadores, cerca de 46% da população mundial. Em 2014<sup>18</sup>, na Copa do Mundo do Brasil, mais de 3,2 bilhões de telespectadores. Já em 2018<sup>19</sup>, na Copa do Mundo da Rússia, 3,572 bilhões de

---

<sup>17</sup> Levantamento do portal de notícias Terra: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/copa-do-mundo-de-2010-foi-vista-por-32-bilhoes-de-telespectadores,d8f00f3e4389a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 6 de janeiro de 2019.

<sup>18</sup> Levantamento do Estadão Online: <<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,mais-de-3-2-bilhoes-de-pessoas-viram-a-copa-em-2014,1812267>>. Acesso em: 6 de janeiro de 2019.

<sup>19</sup> Levantamento do Extra Online: <<https://extra.globo.com/esporte/melhor-copa-do-mundo-da-historia-teve-audiencia-recorde-em-2018-diz-fifa-23321043.html>>. Acesso em: 6 de janeiro de 2019.

telespectadores, de acordo com a Federação Internacional de Futebol (Fifa) – mais da metade da população mundial com 4 anos de idade ou mais.

Entra em cena, atrelado a este cenário numérico dessas últimas edições de Copa do Mundo, a internet. Mais precisamente a praticidade e o alcance dos dispositivos móveis conectados a ela. Na edição brasileira de 2014, por exemplo, a Fifa chamou atenção, em comunicado, para as “280 milhões de pessoas ao redor do globo que assistiram às partidas online ou em aparelhos móveis, um sinal de que cada vez mais torcedores estão abraçando as novas tecnologias para conteúdos esportivos”. Mostaro (2012) previa que a internet se transformaria numa televisão, o que vai se confirmando ano após ano com o avanço de plataformas de streaming que transmitem jogos ao vivo.

A evolução da cobertura acompanha os aparatos tecnológicos, como já dito, e auxilia no crescimento do próprio futebol. Não é mais preciso estar em casa para acompanhar programas esportivos e jogos ao vivo. Assim como um dia já foi novidade não precisar estar *in loco* para assistir ou ouvir uma partida ao vivo. Isso acelerou o mercado futebolístico. Com a espetacularização das imagens do esporte pela televisão, conforme postula Mostaro (2012), o futebol passou a ser mercadoria, tornando-se “um show de entretenimento”. Tudo ao seu redor vira produto: o atleta – mais valioso, o técnico, o narrador, o repórter, o comentarista, e por aí vai.

Produto – ou “negócio” – também virou, por consequência, a camisa de cada clube, onde marcas de patrocinadores passaram a ocupar espaço em busca de uma exposição midiática cada vez maior, junto aos astros da bola, agora também garotos propagandas. Para Mostaro (2012), a mídia exerce a todo momento esse importante papel de transformação dos atletas em astros e mitos. Isso gera consumo, “um consumo proporcionado pelo entretenimento que muitas vezes será feito pela paixão, tornando o consumidor mais influenciado pela marca ou organização que seu ídolo representa” (Mostaro, 2012, p. 28).

A Comunicação presente no futebol é poderosa: suas simbologias, interpretações, reapropriações, rituais, criação de mitos e heróis e elementos lúdicos que fazem o participante se envolver de maneira vigorosa o tornam o ponto de encontro dos imaginários sociais, de seus dilemas, de seus conflitos e congruências (MOSTARO, 2019, p. 38).

O jornalismo esportivo brasileiro e o futebol têm relação umbilical, como vimos. Um se firmou no país com apoio do outro. Os programas televisivos de esporte se dedicam quase que exclusivamente a tratar do assunto futebol. Isto é uma construção antiga, como mostramos, e se adaptou às inovações tecnológicas ocorridas no intervalo de tempo, enquanto

que, em seus primeiros passos, lá na década de 1930, o jornalismo esportivo nacional ganhou notoriedade e o gosto popular devido à sua escrita inovadora e distante dos manuais de jornalismo recém-chegados.

Eternizaram-se nas crônicas esportivas brasileiras alguns nomes: Mário Filho, Nelson Rodrigues, Armando Nogueira e João Saldanha. Por trazerem justamente essa linguagem nova e lúdica ao esporte. “Eles transformavam os jogos em grandes batalhas, immortalizaram s grandes clássicos e eternizaram os grandes craques do nosso futebol” (Mostaro, 2012, p. 25). Hoje essa ideia de que o futebol brasileiro está em um mundo à parte ao jornalismo informativo tradicional ainda perdura. É preciso pensar fora da caixa ao se criar pautas especiais e textos. As pautas chamadas “frias” não são suficientes para o entretenimento que o futebol requer.

Junto a isso, os comentaristas começaram a ganhar grande destaque de fala em programas futebolísticos, as famosas mesas redondas. Desde ex-jogadores, ex-técnicos e ex-árbitros com boa capacidade retórica e boa presença diante das câmeras a jornalistas formados, seus espaços são, a cada ano, maiores em canais abertos e fechados. Alguns dos mais destacados atualmente são: Mauro César Pereira, da ESPN; Paulo Vinícius Coelho, da Fox Sports; Petkovic, da SporTV; entre outros.

## **2.2 Quadro teórico de análise acerca do problema**

Para pensar a imprensa (mídia) de maneira objetiva, é interessante atentar-se ao estudo da narrativa utilizada por ela. Sendo esse o caso, Luiz Gonzaga Motta é uma das principais referências por apontar os caminhos e os procedimentos para aqueles que procuram analisar empiricamente as narrativas, tanto fáticas quanto fictícias. Sua obra *Análise Crítica da Narrativa* (2013) é, inclusive, manual para diversos campos de pesquisa como jornalismo, antropologia, sociologia, psicologia, história, entre outros.

O autor apresenta a narrativa como um dispositivo de poder, sedução, envolvimento, persuasão e argumentação. Pensando nisso, Motta, no decorrer da obra, elucida como se dá a construção do *sentido* na narrativa: “o enunciado narrativo é uma *estratégia enunciativa* que visa atrair, envolver e convencer o interlocutor, trazê-lo para o jogo da coconstrução compartilhada de sentidos (ainda que muitas vezes essa cooperação possa ser conflituosa)” (Motta, 2013, p. 11, grifo do autor).

É válido fazer também a reflexão sobre o papel das interações nesse processo em que a narrativa se constrói. Segundo Mostaro (2019), há um constante “jogo de interações” na sociedade, e decifrar seus rumos, as reações e os movimentos dos interlocutores é “tarefa quase mística”. Os grupos sociais e os indivíduos tentam estabelecer, no conflito que o fenômeno ocasiona, suas próprias regras a esse “jogo”, visando definir certo controle para que as interações sigam a favor dos agentes. Entra em ação a narrativa para que mundos sejam criados para que essa tarefa seja “construída como possível de ser cumprida, com padrões para as interações, com posições definidas que vão ditar o que é certo e errado” (Mostaro, 2019, p. 14).

Ao relacionar a narrativa jornalística, Motta (2013) argumenta que o uso de aspas, citações, estatísticas etc são estratégias narrativas, formas de dessubjetivar o relato, na tentativa de criar a ilusão e o efeito de realidade e verdade. Diante disto, a narrativa, considera Mostaro (2019), não se resume a um texto, ela faz parte de um processo – ou conjuntura – que, em muitas oportunidades, vai “deixar” outros aspectos sobressaírem e emergirem de forma explícita no texto.

Retomamos, aqui, diretamente o foco deste trabalho. O já mencionado discurso de dependência acentuada da parceria com Unimed-Rio, por parte do Fluminense, esvazia entendimentos precisos e complexos sobre a questão. A narrativa é apropriada por alguns agentes da imprensa, os já mencionados comentaristas esportivos.

Entra em jogo um senso comum que é, simultaneamente, sempre apropriado e ressignificado tanto por comentarista, quanto por uma parcela de consumidores de notícias/opiniões. Vira, em parte, um mantra: o Fluminense entraria em *colapso financeiro e esportivo*, tendo seu desempenho seriamente comprometido pela queda do nível técnico de seus jogadores, sem a empresa de saúde para pagar salários aos jogadores de maior nível.

Em sua obra, Luiz Motta (2013) fala da importância de se compreender o *narrar* como uma forma expressiva primordial da linguagem. O valor da linguagem também vem de seu caráter de mediar as relações humanas, a coletividade, as experiências e representações do mundo e da história. Um papel já legitimado por esse jeito de fazer jornalismo, na busca da realidade imediata.

Há nesse jornalismo a construção mítica de elaborar “verdades”. Também uma capacidade de alcançar um alto número de pessoas com narrativas elaboradas por um campo. Ele, então, “exerce um papel destacado na legitimação de simbologias de setores que pretendem dominar outros campos” (Mostaro, 2019, p. 40). Apontamos, aqui, mais uma ideia

importante que se junta à narrativa – permeada pelas interações – neste trabalho: a de campo, de Pierre Bourdieu (2004). O campo constitui-se como um mundo social, impondo e solicitando condições. Por fazer parte de uma ampla estrutura, não é uma parte livre ou independente do contexto. Ao mesmo tempo o campo não é sujeito a exatamente todas as imposições político-econômicas desse mesmo contexto. Nas palavras de Mostaro, “quanto mais autônomo um campo, maior o seu poder de refração e retradução das imposições” (2019, p. 46).

Dito de outra forma, acontecem, constantemente, intensas interações entre pequenos grupos que pretendem influenciar outros grupos, ao mesmo tempo em que sofrem conflitos internos. Bourdieu, nesse ponto, diz que “todo campo é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (2004, p.23). O autor também nega que o campo seja um sistema, já que não propicia interações rígidas, embora sejam complexas. Logo, “o campo não seria uma regra aplicada a qualquer situação, não seria uma fórmula, algo imutável e determinista” (Mostaro, 2019, p. 48), mas, sim, zonas em batalhas permanentes.

Vê-se nas interações e articulações entre campos essa complexidade e uma vontade em cada campo de intermediar todas essas interações e articulações. Entra em cena a narrativa, já mencionada como importantíssima, para “arquitetar simbologias, classificações e moldar imaginários que servirão a campos específicos, consolidando e implantando suas ideologias” (Mostaro, 2019, p. 48). Há, então, a proliferação de angulações e enquadramentos por meio do auxílio dos meios de comunicação, que moldam representações interessantes aos campos beneficiados. Modelos de conduta são construídos em cima do enaltecimento de algumas características de determinados campos, enquanto se deteriora ou ignora elementos de outros.

A narrativa é um modo de expressão universal, algo necessário tanto para os campos se manifestarem e exercer o contato com outros campos, quanto para se situarem e organizarem suas ações, sentidos e concepções de sociedade. Indo além: eles constantemente buscam expandi-las para fora de seu campo, tendo o objetivo tanto de influenciar os demais, quanto de demarcar sua posição (MOSTARO, 2019, p. 65).

Conforme postula Motta (2013), cada grupo cria suas próprias representações com o intuito de se opor a outras. Ocorre uma estratégia que visa ora avançar, ora recuar, num esquema complexo de “conquistas” e “perdas”. A narrativa auxilia na organização de modos de pensar, na constituição de identidades, de representações, de culturas em um determinado espaço e tempo. Situações sociais são moldadas pela narrativa, e esta busca legitimar,

organizar, estabilizar e explicar o mundo que um narrador constrói. Ela funciona, desse modo, como um “processo de constituição de realidade, articulando vários elementos para formar significados. Ela cria mundos em associação com o imaginário, por exemplo, configurando relações de poder e disputas pela interpretação de cada sentido” (Mostaro, 2019, p. 65), demarcando o “senso comum”.

Toda a complexidade do mundo é enquadrada com facilidade com a demarcação desse chamado senso comum, que ainda direciona e torna compreensível as ações dos indivíduos em seus quadros sociais. Junto a isso, a narrativa é feita em cima de uma constante interação, como já colocamos. Ela age e sofre influência de todos os elementos que a compõem, desde o repertório cultural do receptor até o do autor – os indivíduos, ditos a pouco. Podemos compreender esse fenômeno como “imaginário”, e a familiaridade com o código torna a narrativa inteligível e possibilita a sua construção. Esse imaginário, segundo Mostaro, “é o ponto de partida da interação dos elementos que compõem a narrativa. Sem ele a narrativa não faria sentido” (2019, p. 79).

Precisa-se do imaginário para concluir uma representação e uma narrativa. Mais do que isso, ele traça o rumo desta narrativa. Essa “bacia semântica” seria um lago onde a sociedade vai buscar em suas águas a base para a compreensão das narrativas e classificações utilizadas na interação constante entre grupos e indivíduos. O imaginário seria este local com um volume imenso de águas, que, ao mesmo tempo em que permanecem nesta bacia, se deslocam, mudam de posição, interagem com novas águas que chegam pela interação de determinados campos com outros (MOSTARO, 2019, p. 79).

Vem atrelado ao imaginário, que fornece isso que Gilbert Durant (1997) chamou por “bacia semântica”, outro conceito que entendemos por muito importante no entendimento do que está no cerne do processo de construção de uma narrativa, a intriga. Quem a aborda é Ricoeur (2010), que chama atenção para a capacidade de imitar a ação por parte da intriga, sendo sempre essa ação inserida em determinado contexto e composta pela cultura e pelo imaginário. Assim, a intriga adquire certas capacidade e necessidade de ser narrada, assim como de provocar inteligibilidade ao leitor. Ela pode ser entendida como a escolha e agrupamento de ações humanas, dispersas até então, que vão tornar a narrativa compreensível, com início, meio e fim e que lhe darão determinado sentido e a ideia de um “todo”.

Tudo isso com o que é e não é contado, através de escolhas e angulações e do contexto onde se tenta passar a ideia de singularidade da narrativa e impor a “realidade”. As escolhas e angulações se dispõem em uma “sequência que explicaria, resumiria todo o processo

complexo, plural e com outras interpretações possíveis que extrapolam as colocadas pelo narrador” (Mostaro, 2019, p. 70).

A imprensa age e compõe a intriga selecionando ações humanas, ordenando-as de uma forma inteligível naquele contexto, escolhendo o que fará parte da narrativa de seu campo, enquanto exclui outros fatores e induz sentidos. É exatamente aqui que a intriga emerge e passa a configurar a história como “um todo”. Forma-se, com a intriga, um fio condutor por quem narra. Esse fio condutor narrativo é feito para ser seguido pelo leitor nessa indução de sentidos mencionada há pouco. São pequenos pedaços da sociedade – ou seja, pequenas ações humanas – que formam o todo. Neste “todo” retratado “como se” fosse “a verdade” se tem a intenção da narrativa, que não é ingênua (Motta, 2013).

A nossa intenção aqui é simplesmente ressaltar como a filtragem de fatos por qualquer agente da imprensa “já induz determinado sentido da narrativa” (Mostaro, p. 71, 2019). Dito de outra forma pode-se dizer, conforme postulado por Mostaro (2019), que as angulações feitas por um jornalista é a forma que o mesmo tem para colocar o “seu” olhar sobre determinadas situações de seu interesse. Isso proporciona um sentido bem similar ao que ele entende como “verdade” do que aconteceu. Tal ambientação é a atmosfera perfeita para que o jornalista consiga fazer o receptor crer que tudo o que conta é “a realidade”. Essa narrativa, continua Mostaro (2019), pode afetar a maneira como cada pessoa que a recebe vê o mundo, demonstrando a ligação entre o nível micro e macro das interações.

O exemplo da relação entre agentes da imprensa e a parceria entre o clube carioca e a empresa de saúde entra no mérito da questão, como tantos outros, pela presença do caráter opinativo na narrativa jornalística que está dentro de uma linguagem intermediária entre a literatura e a história, como o próprio Luiz Motta (2013) classifica. “Ao construir acontecimentos, o jornalista é tanto historiador como antropólogo da atualidade, quando constrói relatos com sequências, significação e coerência” (idem).

### 3 MANIFESTAÇÕES NARRATIVAS DA MÍDIA QUANTO A PARCERIA

#### 3.1 Comentarista Jorge Kajuru

Apontamos, primeiramente, para opinião<sup>20</sup> dada, ainda em 2012, pelo jornalista Jorge Kajuru, no extinto canal fechado *Esporte Interativo*, em seu então programa *Kajuru Sob Controle*. Jorge Kajuru, além de jornalista esportivo, é radialista, apresentador de televisão, empresário e político brasileiro. Atualmente é senador pelo Estado de Goiás. É considerado uma figura polêmica no meio da imprensa esportiva brasileira. Ganhou projeção nacional – junto da fama de polêmico – quando atuou na TV aberta (a Band, para sermos mais específicos).

Vale deixar claro que Jorge Kajuru constituiu, para seu expectador, um mundo caótico que se aproximava do Fluminense por conta de seu vislumbre do possível término de sua parceria com a Unimed-Rio. Ele traz muitas afirmações e informações sem fundamentos empíricos e fontes para convencer, mesmo pouco tempo depois de duas conquistas do Campeonato Brasileiro pelo clube. Kajuru também faz uso de uma estratégia narrativa com base em sua fama de polêmico, para poder atrair ainda mais apelo discursivo pela surpreendente afirmação naquele momento.

A opinião tinha como pano de fundo a conquista recente do Campeonato Brasileiro de 2012, dois anos antes do fim da parceria entre Unimed-Rio e o Fluminense, como já dito. Nota-se na fala um tom crítico, focado, no primeiro momento, em atacar as condições estruturais do clube das Laranjeiras dando como exemplo episódio ocorrido em 2010, quando o então técnico Muricy Ramalho<sup>21</sup> chamou atenção do público ao falar que já tinha visto ratos nas dependências do estádio das Laranjeiras, local que era usado pelo time para treinar.

O trecho desta fala de Jorge Kajuru vem a seguir:

Campeão Brasileiro de 2012, o *Flu* chega ao seu quarto título. Sendo que o anterior, o terceiro, foi recentemente com Muricy Ramalho (2010), quando houve toda aquela polêmica de que o Fluminense não tinha Centro de Treinamento; que tudo era muito

---

<sup>20</sup> Vídeo da opinião de Jorge Kajuru no YouTube: <<https://www.youtube.com/watch?v=5VO-Bahw9Bk>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

<sup>21</sup> Muricy Ramalho é um ex-jogador e ex-técnico de futebol. Teve passagens por diversos clubes grandes. Dentre as conquistas mais importantes foi, como técnico, tetracampeão brasileiro e campeão da Taça Libertadores da América. Um de seus títulos do Campeonato Brasileiro foi no Fluminense, em 2010. Saiu, em 2011, justificando que o motivo era a falta de estrutura do clube e citando até a aparição de rato no vestiário do estádio das Laranjeiras – local que era usado para treinamentos pelo elenco profissional – em dado momento. Link da matéria, de 2011, sobre a saída do ex-treinador e sobre o rato nas Laranjeiras: <<https://extra.globo.com/esporte/campeonato-carioca/muricy-diz-que-vestiario-do-fluminense-tem-ate-rato-nega-ida-para-santos-1296962.html>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

bagunçado e que até rato tinha com sobra no CT, que não existe. CT entre aspas. Nas Laranjeiras, onde o Fluminense treina. Aí cabe uma *sacanagem*: atenção outros grandes clubes brasileiros com Centros de Treinamentos: providenciem urgentemente ratos em seus CT'S. Esse é o segredo. Quem tiver rato grande, do tamanho de um cachorro, na concentração pode ser campeão brasileiro. O Fluminense pode fazer essa gozação. Ele continua sem Centro de Treinamento. A informação é a de que ratos continuam passeando por lá, e o Fluminense ganhando mais um Campeonato Brasileiro. Primeiro, é evidente que tem que ter um centro de treinamento. Claro que esse negócio de rato é uma gozação. Nenhum clube brasileiro pode ter ratos no seu ambiente de trabalho.

O pesquisador Antônio Carlos Estender (2013), em seu artigo *A Importância da administração profissional para os clubes de futebol*, chama atenção ao importante papel que estruturas qualificadas têm, pois ajudam na qualificação de atletas pelos clubes, assim como a “construção de centros de treinamentos educacionais, onde além de visar à prática do treinamento específico de futebol, há a oportunidade de desenvolver o conhecimento educacional de qualidade para seus atletas” (idem).

Concordamos com a parte da premissa de Estender (2013) que aponta para a importância de uma boa capacidade estrutural por parte do clube, mas cabe aqui ressaltar dados interessantes para o diálogo, obtidos na pesquisa dos autores Marke Geisy da Silva Dantas, Márcio André Veras Machado e Marcelo Alvaro da Silva Macedo (2015), exposta no artigo *Fatores determinantes da eficiência dos clubes de futebol do Brasil*. Os autores chegaram à pesquisa de Halkos e Tzeremes (2013) e notaram, através de evidência empírica da mesma, que o valor do clube e/ou dívidas não influenciam em desempenhos. Em outras palavras, um clube de futebol com boa estrutura e contas em dia não necessariamente implicará em grande eficiência em competições.

O tom irônico de Jorge Kajuru, no trecho destacado anteriormente, acaba por expor mazelas do Fluminense e, a seu modo, diminuir o mérito da conquista da maior competição nacional do Brasil, indo na contramão do que faria, tradicionalmente, um jornalista no momento de comemoração de um título de relevância. A ironia vem acompanhada de sua já mencionada fama de polêmico e tem como intenção destacar que o título do Fluminense foi um ponto fora da curva da eficiência esportiva de clubes estruturados, o que, como visto, não é tão simples de se afirmar, já que a eficiência não depende necessariamente de fatores econômicos/estruturais. Um clube com boa estrutura e contas em dia pode ver rivais com estruturas “melhores” ganharem títulos, enquanto vai saindo antes das competições. O inverso também pode ocorrer, sem uma fórmula exata para que os acontecimentos – sujeitos a diversas peculiaridades – se sucedam.

Este trecho inicial da fala de Jorge Kajuru é carregado de intenções narrativas, e já mostra, de cara, a primeira: narrar um mundo e convencer, a quem recebê-lo, que este é real. Mostaro (2019) já falava disso em sua pesquisa, quando lembrou que é uma das estratégias do narrador o convencimento de que o mundo é tal qual como está sendo por ele narrado. Para isso, esse mesmo narrador – aqui, Jorge Kajuru – utiliza das ferramentas que tem à disposição como o uso de citações, números, estatísticas, referências espaço-temporais, artigos definidos dentro de uma coerência, com referenciais comuns ao leitor, entre outras coisas. A referência espaço-temporal utilizada por Kajuru está no trecho em que recorda “quando houve toda aquela polêmica de que o Fluminense não tinha Centro de Treinamento; que tudo era muito bagunçado e que até rato tinha com sobra no CT, que não existe”. Este recorte temporal é usado para atacar através da retórica, e para singularizar um mundo que é atravessado por múltiplas realidades (Motta, 2013, p.39).

Aproveitando para trazer ainda mais o pensamento de Motta (2013) de volta ao intuito deste trabalho, é de se ressaltar que o narrador/jornalista busca apagar suas marcas do relato jornalístico ao tentar criar um *efeito de real*. Para isso, Motta diz, recorre a elementos e expressões com o propósito de simular rigor, realidade e verdade, além de transmitir a impressão de não intervenção, como se os fatos *falassem por si*. Os elementos da fala desse narrador não precisariam se fundamentar em dados empíricos. É como se o narrador – no nosso exemplo, Jorge Kajuru – tomasse para si o papel de criador, avaliador e disseminador de dados sem o devido rigor metodológico de pesquisa, e Jorge Kajuru faz exatamente isso quando continua sua fala destacada acima garantindo que “a informação é a de que ratos continuam passeando por lá, e o Fluminense ganhando mais um Campeonato Brasileiro”.

A narrativa do jornalista funciona, conforme Mostaro (2019) então, com a intenção primeira de articular vários elementos para formar significados. Isso está dentro de seu processo de constituição de realidade, além da criação de mundos em associação com o imaginário, por exemplo, configurando relações de poder e disputas pela interpretação de cada sentido. A narrativa de Kajuru, dessa forma, “demarca o que seria o ‘senso comum’, o ‘natural’, o consenso e o que será familiar a todos, ao mesmo tempo em que frisa o que será o ‘desviante’, o ‘não familiar’, o ‘diferente’, o ‘outro’” (Mostaro, p. 65, 2019).

A continuidade da fala de Jorge Kajuru em 2012 vem a seguir:

Só que as pessoas confundem ao analisar o Fluminense “time”, “estrutura”, esquecendo o seu parceiro, o seu patrocinador, que banca o time e paga os principais salários. Ou seja, o Fluminense não tira um centavo de seus cofres para pagar o salário do Fred, do Deco e de outros jogadores. Então, o que se tem que discutir é se essa parceria é boa ou maléfica para o clube. Aí vem outra pergunta: e se esse

parceiro amanhã sair? Responda para mim. Ele pode amanhã abandonar o Fluminense por algum motivo. Qual vai ser a herança que ele vai deixar para o Fluminense? Como o Fluminense vai ter condições e recursos? Porque, além dele bancar o *Flu* – os salários, a folha de pagamento –, ele é o principal patrocinador na parte de trás e na parte da frente da camisa do clube. E mais: para o patrocinador, é um ótimo negócio essa parceria. Basta recordarmos a venda do argentino Conca para o futebol da China. Quanto que a Unimed-Rio pegou com essa negociação? Você tem noção? Ela pegou uma fortuna na negociação do Conca, porque é quem bancava, o passe era dela. Então ninguém venha aqui me dizer e me convencer que não é bom negócio para o patrocinador do Fluminense. É excepcional negócio essa parceria. Porque amanhã se ele sair do Fluminense, ele sai ficando com os jogadores para ele. Os principais jogadores não pertencem ao Fluminense. Se você quiser comprar o Fred, não tem que falar com o Peter Siemsen, presidente do clube, e sim com o senhor Celso Barros, presidente da Unimed-Rio.

Aqui, Jorge Kajuru começa a introduzir outra ideia ao seu discurso opinativo, que, na verdade, é nosso principal foco. Ele induz o expectador a pensar que o Fluminense entraria em colapso com uma possível perda do patrocinador máster. Para tanto, ressalta que a primeira tendência caso o pior acontecesse (o fim da parceria) era a debandada dos principais jogadores do elenco então campeão brasileiro. Isso porque estes não “pertenceriam ao Fluminense”, mas, sim, à Unimed-Rio.

O primeiro dado inverossímil em tal fala a se pensar é, exatamente, sobre os jogadores não serem do clube. Com contratos assinados diretamente entre as partes, não haveria outra possibilidade senão os jogadores serem diretamente vinculados à instituição esportiva. Prova maior é o fato de os jogadores terem permanecido treinando com o clube após o fim da parceria, em 2014. Fred, à época tido como um dos mais importantes entre todos os que Jorge Kajuru cita lá em 2012 no segundo trecho destacado, inclusive, assinaria um novo compromisso com o tricolor no dia 30 de janeiro de 2015<sup>22</sup>, pouco mais de um mês após a saída da empresa de saúde do clube.

Aqui se encontra um bom exemplo do que tentamos apontar em nossa pesquisa, guiada pelos pensamentos dos autores que se debruçam sobre o tema. Mostaro (2019) postula que as angulações feitas por um jornalista é a forma que ele tem para colocar o “seu” olhar sobre determinadas situações de seu interesse, proporcionando sentido bem similar ao que ele entende como “verdade”. Kajuru cria uma atmosfera perfeita para a sua “verdade” baseando-se em premissas em relação a permanências e rupturas contratuais pouco fundamentadas em dados rigorosos.

Esse novo compromisso assinado, anunciado com a “devida pompa no Salão Nobre das Laranjeiras”, como diz a matéria do portal *globoesporte.com*, em entrevista coletiva

---

<sup>22</sup> Link para notícia sobre a renovação do atacante Fred com o Fluminense: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2015/01/mais-quatro-anos-com-pompa-flu-anuncia-renovacao-do-idolo-fred.html>>. Acesso em: 6 de janeiro de 2019.

concedida pelo então vice de futebol do clube Mário Bittencourt, deveria, inicialmente, durar por mais quatro temporadas. Segundo informações em texto<sup>23</sup> do jornalista da ESPN Mauro César Pereira, o novo acordo previa, além de alto salário, "gatilhos" que “poderiam tornar Fred ainda mais pesado para os cofres tricolores. Prêmios por artilharia, desempenho, jogos, etc, teriam que ser pagos ao jogador, desde que atingisse metas”.

Tais metas não foram alcançadas pelo jogador ao longo deste último contrato firmado. O clube passou – ainda segundo as informações de Mauro César Pereira – a achá-lo caro e de pouco retorno técnico para o investimento, e optou pelo rompimento contratual com o atleta em junho de 2016. O jornalista recorreu, então, às estatísticas feitas pelo site *FutDados* para fundamentar a informação. Segundo estas, Fred ficou fora de 19 partidas no ano de 2015, “o que equivale a mais da metade de um Campeonato Brasileiro, ou 31% dos 61 cotejos do time na temporada”. A saída de Fred vem de uma tentativa, a priori, da diretoria tricolor de maximizar rendimento financeiro e técnico, dando a entender que a saúde financeira do clube seria buscada sob essa filosofia.

Durou pouco mais de um ano a permanência de Fred após o fim da parceria do Fluminense com a Unimed-Rio, e sua saída tem como justificativa mais concreta a fraca relação custo-benefício do investimento por parte do clube. Quando Jorge Kajuru insere em seu discurso televisivo que “se amanhã ele (o patrocinador) sair do Fluminense, sai ficando com os jogadores para ele”, incorre à estratégia de busca pela visibilidade e atenção que envolve a argumentação, o processo de *coconstrução da realidade* pelos interlocutores que Motta (2013) já apontava. Fred, como visto, não era da Unimed-Rio, e bastava ao clube oferecer novo contrato e cumpri-lo para continuar contando com o atleta em seu quadro.

Outro jogador citado por Jorge Kajuru foi o meio-campo argentino Dario Conca. Em sua fala, o jornalista recorda a transferência do jogador para o clube Guangzhou Evergrande, da China, em julho de 2011. Tal negociação tem como pano de fundo o começo da investida de clubes chineses sobre o mercado do futebol. Na matéria<sup>24</sup> feita pelo portal *Gazeta do Povo* na época, há um destaque para essa guinada chinesa ao futebol que o próprio site oficial do Guangzhou Evergrande descrevia. Contratando Conca, segundo o texto, o clube “demonstrou interesse em melhorar a imagem global do futebol chinês e atrair cada vez mais jogadores de

---

<sup>23</sup> Link para o texto de Mauro César Pereira em seu blog na ESPN: <[http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/605471\\_como-a-historia-de-fred-no-fluminense-chegou-ao-fim](http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/605471_como-a-historia-de-fred-no-fluminense-chegou-ao-fim)>. Acesso em: 6 de janeiro de 2019.

<sup>24</sup> Matéria sobre a contratação de Conca em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/clube-chines-oficializa-contratacao-do-argentino-conca-aux57onsfe7ag1k3fp7vq7gu/>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2019.

alto nível para o país, além de promover os patrocinadores e a participação popular no esporte".

O fator financeiro pesou na escolha de Conca ao definir onde jogaria em 2011. Segundo informações<sup>25</sup> do jornalista Cosme Rímoli à época, o argentino receberia um montante de R\$ 60 milhões em um contrato que duraria dois anos e meio, cerca de R\$ 2 milhões por mês. No clube das Laranjeiras, o salário de Conca era de, aproximadamente, R\$ 700 mil. O que Conca ganharia na China era totalmente fora da curva do mercado para um jogador de quase 28 anos.

Nota-se no exemplo da ida de Dario Conca para a China, em 2011, a enorme quantia de dinheiro envolvida que foi fator determinante para que o clube perdesse um de seus grandes ídolos. Ter a Unimed-Rio no “auge” de seu apoio à instituição esportiva não foi suficiente para que Conca permanecesse. Ele era, à época, muito valorizado por ter sido eleito o craque – além disso, alcançou marca impressionante ao jogar todas as 38 rodadas da competição – da edição do Campeonato Brasileiro de 2010, ganho pelo próprio Fluminense.

Dario Conca retornaria<sup>26</sup> ao Fluminense em 2014, com o anúncio da volta feito ainda em 2013, quando assinou um pré-contrato. Ele assinou um compromisso que garantia o mesmo salário que tinha ao sair do clube: R\$ 700 mil. Isso dois anos depois da opinião de Jorge Kajuru, que aqui é problematizada. O jogador terminou a temporada com 16 gols e elogiado por jornalistas e torcedores por seu desempenho em campo. O ano bem jogado de Conca, somado à saída da Unimed-Rio, que pagava parte dos salários do jogador, propiciaram situação próxima – não idêntica – à de Fred ao final de 2014.

O clube tinha condições de pagar a parte que lhe cabia no compromisso com Conca, mas não podia cumprir com as obrigações referentes à antiga parceira, que começou a atrasar os vencimentos no início de 2015. Portanto, o Fluminense precisava renegociar os valores contratuais com o argentino para estender a relação do clube com o atleta. Contudo, uma nova investida do mercado da China viria para, assim como em 2011, tirar as chances de permanência de Conca no Fluminense.

O jogador deixaria<sup>27</sup> o Fluminense no mês de janeiro de 2015 rumo ao futebol chinês para ganhar mais uma enorme quantia salarial: R\$ 2 milhões. Diante desse valor, o clube

---

<sup>25</sup> Leia a matéria em: <<http://esportes.r7.com/blogs/cosme-rimoli/conca-vai-ganhar-r-60-milhoes-na-china-e-ainda-tem-coragem-de-ir-embora-chorando-do-fluminense-04072011/>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

<sup>26</sup> Leia a matéria em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/conca-2014-na-volta-ao-flu-o-estilo-discreto-e-grande-habilidade-do-idolo.html>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

<sup>27</sup> Leia a matéria em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/conca-deixa-fluminense-acerta-volta-para-china-15123270>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

carioca se viu de mãos atadas para tentar uma contraproposta, até pela dificuldade que estava atravessando ao ver que sua antiga parceira não estava cumprindo com suas obrigações com o atleta em dia. Renegociar ficou inviável, diante de tal cenário, e Conca foi vendido por R\$ 3 milhões ao Shanghai Dongya. Esse valor seria dividido entre Fluminense e Unimed-Rio.

Como visto, Fred e Conca, maiores ídolos dos anos de parceria entre as partes, não puderam permanecer no Fluminense após o fim dessa relação entre clube e a empresa de saúde. Os dois por uma razão em comum: a tentativa da gestão de não gastar desnecessariamente e além do que a realidade financeira permitisse. No caso do centroavante, um novo contrato volumoso ainda foi feito e cumprido por um bom período, e o que pesou para o término do mesmo foi o simples entendimento da diretoria de que o retorno técnico e financeiro não estava sendo satisfatório, como já dito. E o mesmo pode ser dito do caso de Conca, sob outras particularidades.

Jorge Kajuru previa, em 2012, uma saída repentina e abrupta. Isso porque, segundo ele, os “jogadores eram da empresa”. Esta tinha, sim, porcentagem nos direitos econômicos dos atletas, mas os vínculos e as relações contratuais eram orientados pelos preceitos do clube com cada atleta. Era com o Fluminense que os jogadores assinavam. A informação do jornalista era, portanto, incompleta. O que ocorreu após o fim da parceria mostra isso. Kajuru busca atenção por meio de argumentação, é sabido. Desse modo, o processo de *coconstrução da realidade* pelos interlocutores, dito por Motta (2013), vale ser mais uma vez destacado, já que, de acordo com, autor, as situações narrativas são locais de embate por um poder, que vai e volta, e, através dessa correlação de forças em cada contexto, coconstroi-se os sentidos e as “verdades”. A situação de divisão salarial entre clube e empresa desencadeia, através de uma narrativa incompleta e inverossímil, outra situação textualizada pelo jornalista: os “principais jogadores não pertencem ao Fluminense”. Isso visa coconstruir novas situações, que criariam novas situações, dentro do ciclo narrativo.

Entende-se por meio da leitura de Motta (2013) que a linguagem guarda em si um valor que vem de seu caráter de mediar as relações humanas. Ou seja, as experiências que a coletividade vive são permeadas pela mediação multidimensional da linguagem, que permite a construção de representações do mundo e da história. Quem assume o papel legitimado de agente dessa condição, segundo o autor, é o jornalista, por meio de sua linguagem. Essa linguagem jornalística que prima pela busca da realidade imediata. Pensando a respeito dos comentaristas esportivos – especialmente Jorge Kajuru –, seu texto aqui destrinchado deixa

explícito essas duas vertentes; o processo de coconstruir realidades, ao mesmo tempo em que busca realidades imediatas. Vertentes que se alimentam e levam à outra.

Tirar da instituição Fluminense as rédeas de suas relações trabalhistas através de discurso fundamentado em um senso comum inverossímil vai ao encontro das ideias que trazemos aqui acerca da narrativa. Jorge Kajuru, ao afirmar que outro clube interessado em contratar um jogador importante do Fluminense – o Fred, no exemplo dado por ele –, “não tem que falar com o Peter Siemsen, e sim com o senhor Celso Barros, presidente da Unimed-Rio”, ironiza e sentencia afirmações para convencer. A narrativa de Kajuru também tem o potencial de tensões, já que tira o poder de Peter Siemsen, que era o então presidente do clube à época, e o transfere ao então presidente da patrocinadora, Celso Barros. Além, é claro, de gerar atritos e tensões entre as percepções de seus ouvintes.

Esses atritos e essas situações são próprios da narrativa. Elucidamos um problema mais uma vez trazendo o pensamento de Mostaro (2019), que aponta para a busca que cada indivíduo e grupo social fazem atrás do estabelecimento de suas regras, do “controle” nas interações. Jorge Kajuru faz isso, indo à procura do direcionamento de atenções a seu favor, munindo-se de sua narrativa, que é capaz de criar “mundos, onde esta tarefa mística será construída como possível de ser cumprida, com padrões para as interações, com posições definidas que vão ditar o que é certo e errado” (Mostaro, 2019, p. 14).

Continuando – e finalizando – sua explanação de 2012, que aqui analisamos, Jorge Kajuru entra em nova contradição ao proferir elogios que se desencontram de suas premissas e de suas conclusões, mais uma vez. Nota-se um estratagema curioso de focalizar em curtos períodos de tempo e em aspectos isolados da parceria. Uma tática de simplificar a complexidade através de seu discurso televisionado.

Então tudo bem, a parceria tem sido boa para os dois lados. Está aí o Fluminense de novo com o título de um Campeonato Brasileiro, outra conquista. Duas conquistas em quatro anos. Ótimo. Não tem discussão. Só fica uma dúvida: até quando vai essa parceria? E o Fluminense nessa parceria, como sobrevive? Com suas dívidas fiscais, trabalhistas, e o que já havia de dívidas anteriormente? Porque o Fluminense já está entre os três times que mais devem no futebol brasileiro. Só que quem é que deve? É o Fluminense. Não é a parceira quem deve. Não é a Unimed-Rio. Portanto, por enquanto, tudo bem, tudo em paz. A dúvida, eu concludo, é essa: e se amanhã o parceiro for embora e largar o Fluminense, qual será a herança que o clube pegará?

Esse é o trecho final da fala de Jorge Kajuru. No primeiro momento, o jornalista trata de recordar a conquista de dois títulos da competição de maior expressão nacional em apenas três anos. Tal fato é encarado por Jorge Kajuru como algo positivo. Há a simplificação, com

isso, de todo um período. Na sentença “a parceria tem sido boa para os dois lados”, a avaliação simplista é exposta claramente. Determinar se algo é/foi bom ou ruim é tarefa difícil e arduo. Demanda exposições e reflexões das mais completas e imparciais possíveis. Com isso, não é de nosso interesse tal tarefa. Expor falhas e determinismos em narrativas midiáticas que seguem essa linha, em torno do tema, sim.

Há contradição no trecho em destaque, assim como determinismo. Isto porque, para Jorge Kajuru, baseado em curtíssimo recorte temporal, a parceria era “ótima”. O jornalista usa de tal artifício para legitimar seu intuito discursivo: o de convencer o espectador de que o Fluminense era dependente da relação com a antiga patrocinadora. A contradição se encontra no fato dele ter dito, mais à frente, após especular sobre até quando o patrocínio duraria, que o clube já estava entre os três clubes com as maiores dívidas. Se fosse mesmo o caso de se tratar de uma ótima parceria, tal dívida do clube não deveria estar amortizada àquela altura – 11 anos após o início da parceria?

O fato de títulos – e aqui cabe mais uma relativização exposta a seguir – terem sido obtidos é suficiente para determinar com tamanha simplicidade se a relação foi boa ou ruim? Essas questões se camuflam na superficialidade do discurso televisivo, e a narrativa de Jorge Kajuru faz bom uso desse fato, agindo e sofrendo influência nos/dos elementos que a compõem” (Mostaro, 2019, p. 69), já que é um ato de interação. Essa interação, ainda de acordo com Mostaro, é entre o repertório cultural do autor e do leitor, e pode ser compreendida como “imaginário”. Essa familiaridade com o código utilizado por quem fala torna a narrativa inteligível e possibilita a sua construção.

Pode-se relativizar, mais uma vez, a eficiência dos recursos gastos com os desempenhos finais dos elencos caros em campo. Como já apontado no início desse trabalho, campanhas píffias, nos anos de duração da parceria, em algumas edições da mais importante competição futebolística brasileira, o Campeonato Brasileiro, também ocorreram – o clube ficou muito perto de ser rebaixado em 2003<sup>28</sup>, 2008<sup>29</sup>, 2009<sup>30</sup> e 2013<sup>31</sup>. Nesse último, inclusive, o tricolor das Laranjeiras até lamentou a queda. No dia 8 de dezembro de 2013, *O*

---

<sup>28</sup> Dados desta edição no site Futpédia.globo: <<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2003>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2019.

<sup>29</sup> Dados desta edição no site Futpédia.globo: <<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2008>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2019.

<sup>30</sup> Dados desta edição no site Futpédia.globo: <<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2009>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2019.

<sup>31</sup> Dados desta edição no site Futpédia.globo: <<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2013-2013>>. Acesso em: 13 de fevereiro de 2019.

*Globo*<sup>32</sup> foi um dos muitos veículos que noticiaram a queda do Fluminense, juntamente do Vasco, para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro. O Tricolor ficou, nesse dia, atrás do Coritiba, em décimo sétimo lugar.

Contudo, uma reviravolta até hoje nebulosa salvou o Fluminense daquele que seria seu quarto rebaixamento. Tudo porque a Portuguesa (SP) e o Flamengo (RJ) foram penalizados, com a perda de quatro pontos cada, após o Supremo Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) julgar<sup>33</sup>, no dia 16 de dezembro de 2018, como irregulares duas escalações das equipes na última rodada daquela edição do Campeonato Brasileiro. O time paulista utilizou o jogador Heverton, que estava suspenso, em empate contra o Grêmio. Já o clube carioca errou ao escalar o lateral André Santos no confronto diante do Cruzeiro, que terminou empatado. No fim, o Fluminense terminou à frente dos dois times na classificação, o que o garantiu, por pouco, na elite do futebol nacional.

Além do relativo bom desempenho esportivo, é válido voltar a falar do endividamento líquido do clube. Como já dito neste trabalho, a equipe do banco Itaú BBA revelou em seu estudo de 2013, exposto em matéria<sup>34</sup> do jornalista da ESPN Mauro César Pereira, que o Fluminense era o clube com a quarta maior dívida líquida<sup>35</sup> no Brasil – R\$ 403 milhões. Jorge Kajuru manifestava em sua fala a incerteza quanto ao tamanho da dívida que o Fluminense teria na possibilidade da saída da Unimed-Rio do quadro de parceiros.

Aqui, nota-se uma dúvida válida, porém com mais uma contradição embutida: se o patrocínio era ótimo, por que a dívida crescia? Mesmo no ano de 2011 – um ano antes da fala aqui analisada de Kajuru, quando pontuou que o “Fluminense já estava entre os três times que mais deviam no futebol brasileiro” – o Fluminense tinha<sup>36</sup> uma dívida líquida de R\$ 404 milhões, segundo a empresa de auditoria e consultoria BDO. Desse modo, dúvida e contradição permanecem. Jorge Kajuru pergunta e responde, retoricamente, quem tem a

---

<sup>32</sup> Link da matéria sobre as quedas dos clubes cariocas: <<https://oglobo.globo.com/esportes/campeonato-brasileiro-2013/fluminense-vasco-sao-rebaixados-para-segunda-divisao-11008466>>. Acesso em: 4 de fevereiro de 2019.

<sup>33</sup> Link da matéria do portal Uol Esporte: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2013/12/16/stjd-decide-por-queda-de-lusa-e-mantem-flu-na-primeira-divisao-cabe-recurso.htm>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2019.

<sup>34</sup> Link da matéria do jornalista: <[http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/706276\\_exclusivo-ranking-das-dividas-fla-e-cruzeiro-nos-extremos-e-o-desperdicio-do-corinthians](http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/706276_exclusivo-ranking-das-dividas-fla-e-cruzeiro-nos-extremos-e-o-desperdicio-do-corinthians)>. Acesso em: 4 de fevereiro de 2020.

<sup>35</sup> César Grafietti, superintendente de crédito do Itaú BBA e coordenador do trabalho, explica, na matéria já apontada de Mauro César Pereira, que o estudo de sua equipe leva em conta a “soma de dívida bancária (bancos ou similares); operacionais (dívidas com impostos correntes e fornecedores, basicamente valores a pagar a outros clubes pela aquisição de atletas); e tributárias (impostos renegociados, e inclui o Profut)”.

<sup>36</sup> Link da matéria do portal Globoesporte.com sobre os endividamentos dos clubes em 2011: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2012/05/cariocas-puxam-fila-e-divida-dos-clubes-brasileiros-sobe-19-em-2011.html>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2019.

dívida, que está dentro da obviedade de ser o clube. Sua simplificação da complexidade é o que entra em cheque. Ele conclui sua fala questionando qual seria a herança que o Fluminense pegaria numa saída do patrocinador, após ter feito diversas projeções fatalistas.

Mas uma condição, que só seria conhecida dois anos depois da fala de Kajuru, trouxe ainda nova complexidade à questão, que já não podia, em 2012, ser taxada com argumentos simplistas. A condição foi a deflagração de uma crise financeira e política na empresa de plano de saúde, que resultou até mesmo na intervenção da ANS na direção fiscal da mesma. Conforme já assinalamos, atualmente a Unimed-Rio tem 730 mil beneficiários (uma perda de mais de 200 mil clientes em relação ao período anterior à crise). De acordo com a ANS, hoje a dívida da Unimed-Rio é de R\$ 2,6 bilhões.

Imagina-se que um bom patrocinador serviria para ajudar a equilibrar as finanças de um clube de alguma forma: seja tirando do clube o peso maior da responsabilidade salarial do elenco, seja entregando a quantia acordada integralmente para que o clube, assim, faça a distribuição estratégica da verba. Na parceria aqui analisada, o que ocorria com frequência era a divisão dos vencimentos de atletas de destaque entre clube e empresa de saúde. Para a empresa, é de se notar que o interessante era a visibilidade maior de sua marca ao ser estampada e exposta através de atletas do mais alto nível possível.

Para isso, era necessário o pagamento de altos salários. Isto, quando em condições que existiam na parceria, compromete o orçamento de qualquer clube pela alta despesa mensal, dificultando, por exemplo, pagamentos de dívidas ou investimentos em infraestrutura. Havia ganho por um lado – o esportivo –, e um certo entrave por outro – o econômico. Aqui, cabe refletir em cima do que dizem Dantas, Machado e Macedo (2015), que consideram a maximização dos resultados desportivos, de cada temporada, como a melhor conduta de um clube para não comprometer a renda das temporadas seguintes. Como já visto, os resultados desportivos do Fluminense no período de contrato com a Unimed-Rio poderiam ser considerados bons em alguns anos, e ruins em outros, caso esses dados que apontamos fossem critérios de análise.

Ocorreram atrasos salariais dentro do clube, em momentos pontuais da relação, mesmo com o suporte da empresa. Recortamos dois casos, em anos distintos, veiculados na imprensa: em 2009<sup>37</sup>, quando o Fluminense atrasou o pagamento salarial de seus funcionários

---

<sup>37</sup> Matéria do portal Globoesporte.com sobre o assunto:  
<<http://globoesporte.globo.com/esportes/noticias/times/fluminense/0,,mul1289803-9866,00-oposicao+do+fluminense+trabalha+por+impeachment+do+presidente+horcades.html>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

por dois meses; e em 2014<sup>38</sup>, quando novamente dois meses de salário foram atrasados, dessa vez afetando alguns jogadores com a falta do pagamento do direito de imagem, cuja responsabilidade era da Unimed-Rio.

Cravar que a parceria era ótima foi uma simplificação oportuna a Jorge Kajuru, que pode fazer valer sua posição – a de emissor de opiniões – para usar o valor da linguagem que Motta (2013) chama atenção em seu postulado. Nela, encontra-se o caráter de mediar as relações humanas. Experiências permeadas pela multidimensionalidade da linguagem, gerando novas representações do mundo e da história. Jorge Kajuru, com sua linguagem, assume a função e busca por uma realidade imediata e simplificada.

### **3.2 Comentarista Gustavo Hofman**

Outro comentarista conhecido a opinar sobre o tema em seu espaço de fala na televisão foi Gustavo Hofman<sup>39</sup>, mais precisamente no canal fechado ESPN Brasil, onde atua até hoje. Dessa vez, diferente de Jorge Kajuru que já conjecturava a respeito da possibilidade anos antes da ruptura contratual da parceria, Hofman tratou do assunto<sup>40</sup>, num comentário mais breve que o de Kajuru, na ocasião do fim da relação, em dezembro de 2014.

Gustavo Hofman seguiu caminho afastado da polêmica, já apontamos nesta pesquisa. O jornalista já estava protegido pela consolidação do término da parceria entre o clube e a empresa de saúde. Logo, a sua fala veio no momento “certo” e já perderia o fator surpresa e polêmico, diferente da ocasião em que Kajuru discursou a respeito. Aliás, vale ressaltar que Gustavo Hofman possuía fama diferente da de Kajuru desde antes. Jornalista de uma geração nova, com um perfil mais moderado. Desse modo, a sua fala traz essa característica.

Com esse contexto, Hofman ganha espaço na ESPN para passar sua visão – mais moderada, vale lembrar – sem ter que prever o já dito futuro de Kajuru. Mas ele faz, indiretamente, uso daquilo que significava a fala de Jorge Kajuru: o imaginário que se constituía pela ação de diversos fatores. É interessante notar, com base em tudo o que circunda o tema, que a previsão do hipotético término de Jorge Kajuru é configurada, já na

---

<sup>38</sup> Link da matéria do portal Uol Esporte: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2014/10/08/oito-times-do-brasileiro-estao-com-salarios-atrasados-veja-quais.htm>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2019.

<sup>39</sup> Gustavo Hofman nasceu em Belo Horizonte (MG) e já atuou como repórter no jornal Folha de S.Paulo e no portal Terra. Atualmente é comentarista dos canais Espn, blogueiro do *site* Trivela.com e colunista do *extratime.com.br*

<sup>40</sup> Link do vídeo da fala de Gustavo Hofman: <[http://espn.uol.com.br/noticia/467039\\_dividas-pessao-por-retorno-financeiro-com-craques-o-fim-da-parceria-flu-e-unimed](http://espn.uol.com.br/noticia/467039_dividas-pessao-por-retorno-financeiro-com-craques-o-fim-da-parceria-flu-e-unimed)>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2019.

mesma época em que foi feita, em mais um senso comum que fortalecia todo o imaginário, todo o caldeirão semântico que a parceria possuía.

Em suma, Gustavo Hofman tenta constituir seu mundo em cima de outro tipo de previsão. Ele prevê, em sua narrativa, um futuro parecido com o de um rival (o Palmeiras) que encontrou a tragédia de uma queda à segunda divisão devido ao término de sua parceria (Parmalat). Isso sem nem ao menos comprovar se, de fato, a queda do time paulista foi causada pelo fim do contrato com sua antiga parceira. Um mundo que amedronta tanto quanto o de Jorge Kajuru. Um mundo baseado no imaginário que nos chama atenção: um colapso financeiro e desportivo do Fluminense.

Com esse caminho aparentemente distinto do tomado por Jorge Kajuru, Hofman seguiu uma linha de pensamento e exposição mais ponderada que poderia ser até, apressadamente, resumida pela conclusão de que o Fluminense conseguiria “andar com as próprias pernas” sem o suporte financeiro da Unimed-Rio. Mas, assim como na simplificação adotada por Jorge Kajuru em 2012, Gustavo Hofman acaba por cair na mesma armadilha – ou artimanha – da narrativa, depois de considerar que o clube das Laranjeiras teria que reaprender a andar após os 15 anos de parceria.

O Fluminense pode andar com as próprias pernas. O problema é que, nesses últimos 15 anos, o Fluminense se apoiou na Unimed-Rio e não se preparou para o dia em que perdesse esse apoio. Hoje, o Fluminense terá que reaprender a andar. O Fluminense não sabe mais andar. O Fluminense era carregado pela Unimed-Rio. Precisará passar por um processo doloroso. Eu imagino que o Fluminense vai passar por um processo muito doloroso. Parecido com o que o Palmeiras passou quando a Parmalat deixou o clube.

Projetando, conjecturando e, ainda, comparando com outro caso. O jornalista segue um arriscado caminho para tocar em assunto complexo e amplo, como já havia feito seu colega de profissão Jorge Kajuru anos antes. Tanto que podemos retomar a linha de análise já feita com este último para pensar o que disse Hofman. Quando ele aponta que “o Fluminense era carregado pela Unimed-Rio”, o comentarista cria um “mundo”, aproveitando-se já de uma “bacia semântica” dos atores envolvidos na emissão e na recepção, conforme conceito de Gilbert Durant (1997) já apontado anteriormente aqui, proveniente de um imaginário que já estava posto – e mesmo reforçado antes pelo colega de profissão Jorge Kajuru – como pano de fundo.

Esse é um exemplo clássico de interação social sendo moldada por uma narrativa. Esta busca legitimar, organizar, estabilizar e explicar o mundo que um narrador constrói, agindo em prol da constituição de uma realidade, conforme temos falado ao longo deste trabalho.

Estes vários elementos são essenciais, e nos concentramos no imaginário, no senso comum, no campo e na bacia semântica, que é fornecida pelo imaginário.

O narrador cria mundos, como também já apontamos. O mundo previsto que Gustavo Hofman traz é, em essência, tão danoso para o clube quanto o trazido por Kajuru, embora Hofman tenha feito o uso desse efeito discursivo mais ponderado, algo que traria uma sensação de sobriedade à simplificação de algo complexo.

Mostaro (2019) mostra que toda a complexidade do mundo real é enquadrada com facilidade com a demarcação do chamado senso comum, que ainda direciona e torna compreensível as ações dos indivíduos em seus quadros sociais. O comentarista Gustavo Hofman parte de um senso comum já bem demarcado anteriormente para criar outro mundo, próprio e que ressoa na audiência: “O Fluminense vai sentir muita dor sem a Unimed-Rio”. Junto a isso, a narrativa é feita em cima de uma constante interação, como já colocamos.

Ela age e sofre influência de todos os elementos que a compõem, desde o repertório cultural do receptor até o do autor, como dito a pouco. Podemos compreender esse fenômeno como “imaginário” que dá sentido a qualquer narrativa. Vale reforçar: a familiaridade com o código torna a narrativa inteligível e possibilita a sua construção. No caso, o mundo do senso comum em torno da parceria entre clube e empresa fora criado antes da fala de Hofman, e a própria fala de Kajuru sintomatiza isto e ajuda a constituir-lo.

A passagem do tempo é o risco que comentaristas correm, pôs expõe projeções às múltiplas validações e análises. Nesse primeiro momento do discurso, Hofman crava muitos futuros ao clube, e garante muitas situações do passado ao mesmo. Projeta, municiado por um repertório tanto dele quanto dos receptores, “um processo muito doloroso” ao clube.

Chega a comparar – e assim apontar para o mesmo destino – ao caso do Palmeiras<sup>41</sup>, que acabou rebaixado<sup>42</sup> em 2002, por complicações econômicas imediatas, após a saída de uma antiga patrocinadora – a empresa de laticínios Parmalat. Com um imaginário constituído de forma complexa, Gustavo Hofman sentiu-se à vontade para trazer elementos simplificados à sua escolha para direcionar o olhar do expectador na direção do que viria, por, segundo o próprio, já ter até acontecido a outro clube.

---

<sup>41</sup> A parceria entre Palmeiras e Parmalat teve início em abril de 1992, e fim no final da temporada do ano 2000. Muitos títulos foram conquistados, e elencos recheados de craques foram montados. Dentre as conquistas mais importantes destacam-se a Libertadores, os dois Campeonatos Brasileiros, a Copa Mercosul, a Copa do Brasil, os dois Torneios Rio-São Paulo e os três Campeonatos Paulistas. Nomes de expressão no futebol nacional como Evair, Edmundo, César Sampaio, Rivaldo, Djalminha, Luizão, Edílson e Roberto Carlos vestiram a camisa alviverde trazidos com o apoio da Parmalat.

<sup>42</sup> Em novembro de 2002, apenas dois anos após à saída da Parmalat de seu quadro de parceiras, o Palmeiras acabou rebaixado para a segunda divisão da principal competição nacional.

Como a passagem do tempo vem mostrando, o Fluminense não teve um destino tão drástico quanto o do Palmeiras – o rebaixamento que teria sido causado pelo fim de sua parceira, como Hofman faz parecer sem provar – no gramado. Poder-se-ia aqui, inclusive, até mesmo utilizar de uma artimanha retórica para contrapor tal conjectura com a realidade da passagem do tempo. Segundo levantamento do portal *Lancenet*<sup>43</sup>, é possível fazer um recorte temporal que vai de 2003 (início da fórmula de pontos corridos da competição e ano da queda do Palmeiras, mencionado por Hofman) ao ano de 2013 (quando a Unimed-Rio ainda era a patrocinadora do clube), por exemplo, e apontar que o clube ocupou alguma posição do Z4 por 57 rodadas nesse período de tempo. Número muito superior se compararmos com a quantidade de rodadas que o clube passou na zona de rebaixamento referente ao período posterior ao fim da parceria – que vai sendo atualizado a cada nova edição do Campeonato Brasileiro desde então.

Dessa maneira, mais um ingrediente é adicionado ao processo de construção do mundo objetivado por Gustavo Hofman ao falar de algo já conhecido pelos receptores, que é a situação drástica vivida por outro grande clube brasileiro anos antes. O público do programa e o comentarista vão às águas do lago, que é, para Mostaro (2019), a “bacia semântica”, buscar a base para a compreensão da narrativa que é registrada na televisão, enquanto constroem expectativas e cenários ambientados para se reforçar a ideia que se deseja passar. Eis que a angulação faz a diferença, e o critério é o de quem está com o poder da narrativa.

O imaginário está, então, nessa bacia semântica que concentra um volume grande de interações que entram e saem para interagirem com novas interações e retornam de outras formas. Gustavo Hofman prossegue sua breve construção narrativa fundamentada neste grande volume de interações, embutidas neste enorme lago de sentidos:

Hoje o time do Fluminense, imaginando esse cenário – já sem os atletas pagos pela Unimed-Rio – é um time fraco. O Paulo Angioni já havia dito recentemente que, para a próxima temporada, 50% do elenco seria formado pela base. É de se imaginar que esse número irá aumentar agora. O Fluminense não tem receita para pagar os salários dos principais atletas. Terá que correr contra o tempo para conseguir um novo patrocinador. Certamente não vai conseguir com os mesmos valores que a Unimed-Rio colocava no clube. Por isso, o cenário a curto prazo para o Fluminense é muito preocupante.

Nesse trecho o jornalista finaliza o seu pensamento, à época. Cita a possibilidade de o clube utilizar os jogadores de suas categorias de base, garante que o mesmo não tem

---

<sup>43</sup> Link do levantamento feito pelo portal: <<https://www.lance.com.br/brasileirao/confira-quantas-rodadas-seu-time-passou-era-dos-pontos-corridos.html>>. Acesso em: 13 de janeiro de 2020.

condições financeiras de pagar os salários dos “principais jogadores” do elenco naquela época – algo que, como já apontamos aqui, não aconteceu. Também sentencia que, para não ter um cenário preocupante a curto prazo, o Fluminense precisava correr contra o tempo para conseguir um novo patrocinador.

Hofman finaliza seu discurso ainda sob a preocupação de usar um tom aparentemente mais moderado. Contudo, ao se observar a fala com atenção, tantas conjecturas e sentenças pretensivas tornam o mundo narrativo que o jornalista construiu algo um tanto longe do comedido.

Ao falar que o Fluminense “não tem receita”, condicionando ao clube apenas a possibilidade de captar verba suficiente para contratar bons jogadores através de um patrocinador, o jornalista ignora as diversas possibilidades e ferramentas de captação de recursos que um clube grande tem. As cotas de televisão, a verba proveniente dos planos de sócio torcedor, a venda dos próprios jogadores da base do clube, mencionada por ele na própria fala, etc. Interessa-nos aqui, então, chamar atenção a essa estratégia narrativa de deixar elementos e informações ocultas, enquanto outras são expostas para se construir um mundo originado de um imaginário anterior, conforme postula Mostaro (2019).

Há grande complexidade em torno da situação, mas o jornalista se apropria de um senso comum anterior para simplificá-la. Tanto que uma breve passagem de tempo, após a declaração de 2014, foi o bastante para contrapor a afirmação que garantia que o Fluminense “não tinha receita para pagar seus principais jogadores”. Já falamos dessa mesma situação, ao analisarmos o discurso de Jorge Kajuru, e verificamos que, na verdade, os dois principais jogadores do elenco de 2014 do Fluminense foram mantidos – sob condições especiais de contrato, é verdade – no elenco de 2015 do Tricolor carioca. Foram eles Fred e Conca.

Para exemplificar a capacidade de captação de recursos de outras formas, vale dar um destaque melhor à venda de jogadores das categorias de base do clube, que fica localizada em Xerém. Mais precisamente, cabe aqui fazer alusão às duas vendas mais próximas do episódio da fala, para times europeus, de jovens jogadores, que foram feitas menos de um ano depois do discurso de Gustavo Hofman: a venda do meia Gérson, e a venda do atacante Kennedy.

Gérson, segundo matéria<sup>44</sup> do portal Globoesporte.com da época, foi vendido ao time da Roma, da Itália, por R\$ 60 milhões, e rendeu aos cofres do Fluminense a quantia de cerca

---

<sup>44</sup> Link da notícia da venda de Gérson, no portal Globoesporte.com: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2015/08/vendido-ao-roma-gerson-fica-no-flu-ate-dezembro.html>>. Acesso em: 16 de janeiro de 2020.

de R\$ 45 milhões, pois o clube só era dono de 70% do passe do atleta. Essa negociação foi confirmada em agosto de 2015.

Pouco tempo antes, em julho daquele mesmo ano, o jovem atacante Kennedy também já havia sido negociado, por valores menores. Segundo matéria<sup>45</sup> do portal ESPN Brasil daquele período, o jogador fora vendido por cerca de R\$ 31 milhões a um grupo de investidores, que o repassou diretamente ao clube inglês Chelsea. Como no caso do meia Gérson, o Fluminense não era totalmente dono do passe de Kennedy, tendo direito a 55% do valor total (cerca de R\$ 17 milhões).

As duas vendas exemplificam, num período curto de tempo, a capacidade de geração de verbas através de outra fonte: a categoria de base do clube, e expõe a simplificação de um contexto complexo de negócios que Hofman faz em seu discurso, por tentar justificar suas abstrações futurísticas acerca do resultado que daria o fim da parceria. Como visto, a sua análise gira em torno de uma bacia semântica prévia, um imaginário anterior, e sua intenção em atrelar novas representações narrativas a esse imaginário é visível na criação da comparação apressada com a situação vivida anos atrás, em outro contexto futebolístico, o clube Palmeiras, por exemplo.

Como já pontuamos aqui, a nossa intenção é entender o discurso usado pelo jornalista, e apontar facetas e informações que podem elucidar que o que Hofman simplifica em palavras deterministas, é, por outro lado, algo mais complexo e dinâmico que a sua breve apropriação da realidade. Essa apropriação é explicada por Motta (2013) como mais um estratagema narrativo que, munido de estatísticas e citações, visa dessubjetivar o relato para tentar criar a ilusão e o efeito de realidade. Segundo Mostaro (2019), também faz parte dessa estratégia a possibilidade do narrador “deixar” aspectos de seu interesse sobressaírem e emergirem de forma explícita no texto.

Vale ainda lembrar mais uma vez Motta (2013), que considera que o valor da linguagem também vem de seu caráter de mediar as relações humanas, a coletividade, as experiências e representações do mundo e da história. Um papel já legitimado por esse jeito de fazer jornalismo que Gustavo Hofman lança mão, na busca de sua realidade imediata.

---

<sup>45</sup> Link da notícia da venda de Kennedy, no site da ESPN Brasil: <[http://www.espn.com.br/noticia/524801\\_fechado-com-o-chelsea-kenedy-se-despede-do-flu-por-meio-de-carta](http://www.espn.com.br/noticia/524801_fechado-com-o-chelsea-kenedy-se-despede-do-flu-por-meio-de-carta)>. Acesso em: 16 de janeiro de 2020.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caso da parceria entre o Fluminense Football Club e a empresa de planos de saúde Unimed-Rio, que trazemos aqui, é apenas mais um dentre alguns exemplos de apropriação de realidade, operada com ajuda da narrativa, que a imprensa exerce. Interessa-nos deixar mais uma contribuição na tarefa de analisar as construções que a mesma imprensa influencia através de sua posição de poder no jogo de narrar e de singularizar.

As facetas que permeiam a narrativa nos chamam atenção devido à grande abrangência que a mesma sempre almeja, e conquista, com a ajuda de uma fonte que vai sendo enriquecida e angulada por ela própria e pela a cultura, que Gilbert Durant (1997) chama de “bacia semântica”. Partimos desse pressuposto para refletir sobre o nosso objeto. Contamos, aliás, com uma considerável bibliografia, a que mais nos chamou atenção, para chegarmos a algumas considerações relevantes.

Com Motta (2013), entendemos que o narrador/jornalista sempre tem uma intenção. Encontramos uma mesma intenção em comum nos dois discursos que nos debruçamos, ainda que os artifícios retóricos utilizados tenham se diferido em certo grau. Jorge Kajuru, em 2012, seguiu a linha da surpresa com seu já conhecido jeito polêmico certificando um impacto em suas previsões. Gustavo Hofman falou depois de já ocorrido o distrato entre as partes e, com isso, seguiu facilmente numa linha que poderia ser considerada mais moderada, como sua própria fama na TV fechada já lhe garantia.

Vale frisar que não nos interessou analisar se cada um deles (Kajuru e Hofman) estava certo ou errado. Este trabalho focou, apontando ao mesmo tempo para as complexidades que todo o contexto em torno do assunto continha, na compreensão e na análise das estratégias utilizadas na construção da narrativa de ambos, que buscavam construir um mundo e chamar o telespectador a compartilhar deste mesmo mundo, o que, conseqüentemente, o convenceria.

Pensando distanciadamente esse cenário narrativo de múltiplas facetas percebemos que, na verdade, os discursos têm igual intenção e origem. Se municiam dentro da mesma bacia semântica, do mesmo imaginário, para chegarem ao pensamento de que o clube entraria grave crise financeira e desportiva. Com isso, também entram como novas fontes de informações nesse caldeirão de representações que se construíram ao longo dos anos de parceria.

Procuramos explicar a união desses dois universos (o clube com o impacto do negócio, a ascensão da empresa de saúde) na introdução e no primeiro capítulo deste trabalho. Neste último, também voltamos no tempo para trazermos, brevemente, os históricos das duas

instituições. Entendemos que é importante percebermos a amplitude de ambas as histórias, sobretudo a do clube, que revela uma importância centenária. Essa importância também é apontada – sendo o foco central – no trabalho do pesquisador Fernandez (2010), que é nossa principal fonte de informações para o capítulo.

A pretensão, por parte dos jornalistas, de avaliar e balizar conjecturas, após um período curto de determinada parceria, para uma instituição de 100 anos já é sintomática e este capítulo nos ajuda a perceber: qualquer afirmação rápida tira toda a complexidade que o assunto demanda.

Diante de tantas situações complexas, não poderíamos deixar de abordar a própria Comunicação enquanto ciência, junto às definições de notícia, jornal e jornalismo. É isso que objetivamos no segundo capítulo: trazer à tona tais definições que se entrelaçam com o próprio assunto que analisamos. Para pensar na disciplina Comunicação, recorreremos aos postulados de Martino (2001) e França (2001), que já não pretendiam defini-la completamente, já que, eles apontam, as ciências humanas estão sempre sendo atravessadas por muitos processos comunicativos. Mas Martino (2001) deixa uma sugestão: é preciso que, ao se tentar tomar a Comunicação enquanto disciplina, explicitar e definir o objeto, que deve ser restrito à dimensão humana e mediatizado por dispositivos técnicos. No nosso caso, tomamos o discurso televisivo de dois jornalistas para analisarmos a Comunicação mediatizado por um dispositivo.

A partir disso, fomos caminhando nas trilhas de estudos acerca dos fenômenos comunicacionais enquanto disciplina, que são ótimas referências. Destaque para Franciscato (2003), que pensa o jornalismo – mesclado à notícia e ao jornal enquanto dispositivo – como uma instituição, desde que chegou a modelo que vemos ainda hoje: o de intermediar, através do relato periódico, eventos na sociedade não vivenciados. O autor traz a este trabalho não apenas essa contribuição na conceptualização do fazer jornalístico; Ele também chama atenção para sua capacidade de constituir 'padrões reguladores' de ações e comportamentos. Eis que vai, assim, ao encontro de nosso foco aqui.

A instituição que é o jornalismo esportivo brasileiro é exposta em linhas gerais com o auxílio da pesquisa de Mostaro (2012), que revela a sua importância, junto aos vários dispositivos técnicos criados e assimilados ao longo dos anos, na consolidação do Futebol como uma força enorme na sociedade brasileira. Com tamanha força, entendemos que as disputas de poder que estão contidas na narrativa são muitas. É aí que fazemos uso das já

mencionadas contribuições de Motta (2013) sobre o tema, que demarca um espaço importante no jogo midiático esportivo.

Batemos, conforme o autor, numa tecla: a construção do sentido na narrativa. Partimos da esclarecedora ideia que trata o enunciado narrativo como uma estratégia enunciativa. Essa estratégia, Motta (2013) diz, visa atrair as atenções do interlocutor para envolvê-lo e convencê-lo com os sentidos que lhe convêm. As interações, segundo Mostaro (2019), são essenciais para as narrativas fazerem sentido. Mesmo que tentar decifrar os rumos dessas interações seja uma tarefa quase mística, a imprensa age nesse sentido para convencer o expectador. Com isso em mente, observamos as previsões feitas por Jorge Kajuru em 2012, e por Gustavo Hofman em 2014, com o olhar apurado diante das intenções narrativas de ambos.

Nesse ponto, achamos interessante trazer também a ideia de campo, de Bourdieu (2004), já que este é um mundo social que impõe e solicita condições. Ocorrem disputas de poder entre os campos, onde alguns visam dominar outros usando de diversas estratégias. A estratégia do campo midiático é justamente a narrativa, fundamentada nas interações e no imaginário que fornecem sentidos comuns, para convencer através dos mundos que cria, conforme indica Mostaro (2019).

É assim que chegamos no terceiro e último capítulo, com todas essas informações contidas em pesquisas de grandes autores como base, para analisarmos os discursos que nos chamaram atenção em momentos distintos. Ele é dividido em duas partes para que a análise seja melhor destrinchada. A primeira parte se refere ao discurso de Jorge Kajuru, enquanto a segunda traz a fala de Gustavo Hofman.

Conforme já apontamos, saímos com a impressão de que, embora tenham usado estratégias distintas, os mundos que ambos almejam criar, a partir de seus campos midiáticos, são praticamente iguais. Suas previsões e considerações eram, em certa medida, favorecidas pelo tal imaginário anterior, esse fenômeno que o jogo de interações possibilita no âmago da sociedade e que a narrativa da imprensa é capaz de moldar, por estar num campo com poder privilegiado.

## REFERÊNCIAS

- BORDIEU, Pierre. Coisas ditas. Trad. Cássia Silveira e Denise Pegorin. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- COELHO NETTO, Paulo. O Fluminense na intimidade Volume II. Rio de Janeiro: Fluminense Football Club, 1969.
- \_\_\_\_\_. História do Fluminense 1902 – 2002 {atualizado por Rodrigo Nascimento}. Rio de Janeiro: Pluri, 2002.
- DANTAS, M. G. S.; MACHADO, M. A. V.; MACEDO, M. A. S. Fatores determinantes da eficiência dos clubes de futebol do Brasil. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, v. 8, n. 1, p. 113-132, 2015.
- DURAND, Gilbert. As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral. Lisboa: Ed. Presença, 1997.
- ESTENDER, Antonio Carlos. A importância da administração profissional para os clubes de futebol. *Revista Administração em Diálogo*. São Paulo, v. 15, n. 3, p.18-32, 2013.
- FERNANDEZ, Renato Lanna. Fluminense Foot-ball Club: a construção de uma identidade clubística no futebol carioca (1902-1933). Dissertação (Mestrado em Bens Culturais e Projetos) – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Fundação Getúlio Vargas, 2010.
- \_\_\_\_\_. O jogo da distinção: C. A. Paulistano e Fluminense F. C. - um estudo das identidades clubísticas durante a fase amadora do futebol em São Paulo e no Rio de Janeiro (1902-1933). 2016. 507 f. Tese (Doutorado em História) - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2016.
- FRANÇA, Vera Veiga. O Objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org.) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica. 2003. Tese (Doutorado Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- HALKOS, G., TZEREMES, N. A Two-Stage Double Bootstrap DEA: The Case of the Top 25 European Football Clubs' Efficiency Levels. *Managerial and Decision Economics*, 34 (2), pp. 108-115, 2013.
- MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org.) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MARTINO, Luiz C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org.) Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. História da Televisão Brasileira. Petrópolis: Editora Vozes, 4. Ed., 2002.

MELO NETO, F. P. Marketing esportivo. 2A. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

MELO, José Marques de. A opinião no jornalismo brasileiro. 2ª ed. rev. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro. Garrincha x Pelé: a influência da mídia na carreira de um jogador. Juiz de Fora: Juizforana, 2012.

\_\_\_\_\_. Os técnicos, os campos e as Copas: imprensa, narrativa e o imaginário da elite cultural do futebol. 2019. 298f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil, 2019.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise Crítica da Narrativa. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. Footbalmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro (1902 – 1938). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PINHO, J.B. Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PRONI, Marcelo Weishaupt. A Metamorfose do Futebol. Campinas: Unicamp, 2000.

RICOEUR, Paul. Tempo e Narrativa. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

RODRIGUES FILHO, Mário. O negro no futebol brasileiro. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SMIT, Barbara. Invasão de Campo: Adidas, Puma e os Bastidores do Esporte Moderno. Editora Zahar, Rio de Janeiro, 2007.

## SITES

<<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/linha-do-tempo-relembre-parceria-entre-flu-e-unimed-de-1999-2014.html>>, último acesso em 10 de setembro de 2017.

<<https://www.youtube.com/watch?v=5VO-Bahw9Bk>>, último acesso em 20 de fevereiro de 2019.

<[http://espn.uol.com.br/noticia/467039\\_dividas-pressao-por-retorno-financeiro-com-craques-o-fim-da-parceria-flu-e-unimed](http://espn.uol.com.br/noticia/467039_dividas-pressao-por-retorno-financeiro-com-craques-o-fim-da-parceria-flu-e-unimed)>, último acesso em 20 de fevereiro de 2019.

Site oficial do Fluminense F.C. <<https://www.fluminense.com.br/sobre/principais-titulos>>, último acesso em 03 de janeiro de 2020.

<[https://odia.ig.com.br/\\_conteudo/esporte/2017-09-06/fifa-nao-considera-fluminense-e-palmeiras-campeoes-do-mundo-diz-conmebol.html](https://odia.ig.com.br/_conteudo/esporte/2017-09-06/fifa-nao-considera-fluminense-e-palmeiras-campeoes-do-mundo-diz-conmebol.html)>, último acesso em 03 de janeiro de 2020.

Site oficial da Unimed-Rio <<http://www.unimedrio.com.br/unimed-rio/conhe%C3%A7a-a-unimed-rio/>>, último acesso em 20 de agosto de 2018.

<<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/pf-investiga-se-unimed-rio-cometeu-fraudes-fiscais-de-ate-r-500-milhoes.ghtml>>, último acesso em 20 de agosto de 2018.

<<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/copa-do-mundo-de-2010-foi-vista-por-32-bilhoes-de-telespectadores,d8f00f3e4389a310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>>, último acesso em 6 de janeiro de 2019.

<<https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,mais-de-3-2-bilhoes-de-pessoas-viram-a-copa-em-2014,1812267>>, último acesso em 6 de janeiro de 2019.

<<https://extra.globo.com/esporte/melhor-copa-do-mundo-da-historia-teve-audiencia-recorde-em-2018-diz-fifa-23321043.html>>, último acesso em 6 de janeiro de 2019.

<<https://extra.globo.com/esporte/campeonato-carioca/muricy-diz-que-vestiario-do-fluminense-tem-ate-rato-nega-ida-para-santos-1296962.html>>, último acesso em 20 de janeiro de 2019.

<<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2015/01/mais-quatro-anos-com-pompa-flu-anuncia-renovacao-do-idolo-fred.html>>, último acesso em 6 de janeiro de 2019.

<[http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/605471\\_como-a-historia-de-fred-no-fluminense-chegou-ao-fim](http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/605471_como-a-historia-de-fred-no-fluminense-chegou-ao-fim)>, último acesso em 6 de janeiro de 2019.

<<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/clube-chines-oficializa-contratacao-do-argentino-conca-auxt57onsfe7ag1k3fp7vq7gu/>>, último acesso em 10 de janeiro de 2019.

<<http://esportes.r7.com/blogs/cosme-rimoli/conca-vai-ganhar-r-60-milhoes-na-china-e-ainda-tem-coragem-de-ir-embora-chorando-do-fluminense-04072011/>>, último acesso em 20 de janeiro de 2019.

<<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2014/12/conca-2014-na-volta-ao-flu-o-estilo-discreto-e-grande-habilidade-do-idolo.html>>, último acesso em 20 de janeiro de 2019.

<<https://oglobo.globo.com/esportes/conca-deixa-fluminense-acerta-volta-para-china-15123270>>, último acesso em 20 de janeiro de 2019.

<<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2003>>, último acesso em 13 de fevereiro de 2019.

<<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2008>>, último acesso em 13 de fevereiro de 2019.

<<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2009>>, último acesso em 13 de fevereiro de 2019.

<<http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2013-2013>>, último acesso em 13 de fevereiro de 2019.

<<https://oglobo.globo.com/esportes/campeonato-brasileiro-2013/fluminense-vasco-sao-rebaixados-para-segunda-divisao-11008466>>, último acesso em 4 de fevereiro de 2019.

<<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2013/12/16/stjd-decide-por-queda-de-lusa-e-mantem-flu-na-primeira-divisao-cabe-recurso.htm>>, último acesso em 15 de fevereiro de 2019.

<[http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/706276\\_exclusivo-ranking-das-dividas-fla-e-cruzeiro-nos-extremos-e-o-desperdicio-do-corinthians](http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/706276_exclusivo-ranking-das-dividas-fla-e-cruzeiro-nos-extremos-e-o-desperdicio-do-corinthians)>, último acesso em 4 de fevereiro de 2020.

<<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2012/05/cariocas-puxam-fila-e-divida-dos-clubes-brasileiros-sobe-19-em-2011.html>>, último acesso em 15 de fevereiro de 2019.

<<http://globoesporte.globo.com/esportes/noticias/times/fluminense/0,,mul1289803-9866,00-oposicao+do+fluminense+trabalha+por+impeachment+do+presidente+horcades.html>>, último acesso em 20 de janeiro de 2019.

<<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2014/10/08/oito-times-do-brasileiro-estao-com-salarios-atrasados-veja-quais.htm>>, último acesso em 20 de janeiro de 2019.

<<https://www.lance.com.br/brasileirao/confira-quantas-rodadas-seu-time-passou-era-dos-pontos-corridos.html>>, último acesso em 13 de janeiro de 2020.

<<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/2015/08/vendido-ao-romageron-fica-no-flu-ate-dezembro.html>>, último acesso em 16 de janeiro de 2020.

<[http://www.espn.com.br/noticia/524801\\_fechado-com-o-chelsea-kenedy-se-despede-do-flu-por-meio-de-carta](http://www.espn.com.br/noticia/524801_fechado-com-o-chelsea-kenedy-se-despede-do-flu-por-meio-de-carta)>, último acesso em 16 de janeiro de 2020.