

## **QUANDO A AMARELINHA NÃO BASTA: o distanciamento da Seleção Brasileira de Futebol com o torcedor<sup>1</sup>**

Jenisson Edy Viana Bartniski<sup>2</sup>

Giovanna Jesus Baiocco<sup>3</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá-MT

### **RESUMO**

Este trabalho examina os fatores que levaram ao distanciamento entre a Seleção Brasileira de Futebol e sua torcida, abordando questões históricas, institucionais e culturais. Destaca-se a ausência de um projeto esportivo consistente por parte da CBF, que privilegia interesses comerciais em detrimento da relação com os torcedores. Além disso, discute-se a transformação do estilo de jogo, a globalização dos jogadores e a polarização política como elementos que fragilizaram a identificação do público com a equipe. Conclui-se que, sem reformas na gestão e uma reafirmação da identidade nacional, a Seleção tende a perder seu vínculo simbólico que outrora a consagrou.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Distanciamento; futebol brasileiro; identidade; Seleção Brasileira de Futebol; torcedor.

### **CORPO DO TEXTO**

Desde a conquista do pentacampeonato em 2002, na Copa do Mundo realizada na Coreia do Sul e no Japão, a Seleção Brasileira enfrenta um período de estagnação, enquanto outras seleções passaram por processos de renovação e alcançaram feitos históricos, como a Argentina, que encerrou um jejum de 36 anos ao vencer o Mundial de 2022. Esse intervalo foi marcado não apenas pela ausência de novas conquistas expressivas, mas também por derrotas emblemáticas que abalaram a confiança dos torcedores. O revés mais significativo ocorreu na Copa do Mundo de 2014, quando o Brasil sofreu a histórica goleada por 7 a 1 para a Alemanha na semifinal, em pleno território brasileiro. Mais recentemente, durante a elaboração deste trabalho, a Seleção registrou sua pior derrota nas Eliminatórias da Copa do Mundo, ao perder para a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT08CO - Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 20 a 22 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder (PPGCOM) pela UFMT, e-mail: [jenibartniski@gmail.com](mailto:jenibartniski@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de graduação do 8º semestre do curso de Jornalismo da UFMT, e-mail: [gijjesusbaiocco@gmail.com](mailto:gijjesusbaiocco@gmail.com).

Argentina por 4 a 1 fora de casa, evidenciando a crise técnica e institucional que afeta o desempenho da equipe<sup>4</sup>.

O Brasil, que outrora foi referência mundial no futebol, enfrenta um processo de perda de identidade, refletido tanto dentro de campo quanto na relação com sua torcida. A ausência de um projeto estruturado reforça a percepção de que a camisa amarela já não impõe o mesmo respeito de antes. Esse cenário reacende o chamado “complexo de vira-latas”, expressão cunhada pelo cronista Nelson Rodrigues (1993) para descrever o sentimento de inferioridade que tomou conta do país após a fatídica derrota para o Uruguai na final da Copa do Mundo de 1950, no Maracanã. Rodrigues argumentava que o Brasil precisava reafirmar sua identidade para se consolidar como nação, uma reflexão que, mais de 70 anos depois, continua ressoando no futebol brasileiro. A diferença, porém, é que o desafio atual não se limita à superação de um trauma específico, mas envolve a reconstrução da conexão entre Seleção e torcedores em meio a um cenário de crise institucional.

A Seleção Brasileira sempre foi um símbolo da identidade nacional, unindo o povo brasileiro em torno de sua paixão pelo esporte desde o início do século XX. Goussinsky e Assumpção (2014) apontam que, desde sua formação oficial em 1914, a equipe construiu uma relação próxima e calorosa com a torcida, consolidando-se como uma das mais vitoriosas do mundo ao alcançar o tricampeonato, o tetracampeonato e, posteriormente, o pentacampeonato - um feito exclusivo até hoje. No entanto, com o avanço do marketing esportivo e a globalização do futebol, o vínculo entre jogadores e torcedores foi se enfraquecendo gradativamente. A Seleção, que antes representava um reflexo autêntico da cultura e do orgulho nacional, passou a ser tratada como um ativo comercial. Paschoalino (2012) ressalta que esse processo de comercialização alterou profundamente a relação entre a Seleção e seu público, tornando-a mais dependente de interesses corporativos do que de sua identidade histórica, o que contribuiu para a erosão de seu papel como símbolo coletivo do país.

O fenômeno da perda de identidade da Seleção Brasileira vai além do distanciamento entre jogadores e torcida. Ele se intensifica com a transformação do futebol em um espetáculo altamente mercadológico, onde a preocupação com a imagem

---

4

Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2025/03/25/brasil-sofre-maior-derrota-de-sua-historia-em-eliminatarias.ghtml>. Acesso em: 31 mar. 2025.

e os lucros muitas vezes se sobrepõe à essência do jogo. Em 2023<sup>5</sup>, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entidade responsável pela gestão da Seleção, registrou uma receita bruta de R\$ 1,172 bilhão, sendo que mais de R\$ 1 bilhão desse valor veio de patrocínios e direitos de transmissão. Essa dependência crescente de acordos comerciais reforça a percepção de que a Seleção se tornou um produto globalizado, priorizando compromissos financeiros em detrimento do vínculo com os torcedores brasileiros, que se veem cada vez mais afastados do time que outrora representava sua identidade nacional.

Freitas (2024) argumenta que a imprensa desempenhou um papel fundamental na transformação da relação entre torcedores e a Seleção Brasileira. Historicamente, o jornalismo esportivo servia como uma ponte direta entre o público e a equipe, reforçando a identificação dos brasileiros com o time. No entanto, com a massificação da mídia e a diversificação das formas de consumo, essa conexão se enfraqueceu. A cobertura passou a privilegiar aspectos midiáticos e comerciais do futebol, promovendo a Seleção mais como um espetáculo global de entretenimento do que como um símbolo da identidade nacional. Antigamente, os jogadores mantinham um contato mais próximo com a torcida, com treinos abertos e interações diretas. Hoje, a cobertura jornalística frequentemente destaca a blindagem da equipe, com treinos fechados e entrevistas altamente controladas, afastando ainda mais os torcedores.

Atualmente, a Seleção Brasileira é composta, em sua maioria, por jogadores que possuem contratos milionários em clubes europeus, refletindo uma mudança significativa na relação entre o futebol nacional e sua base histórica. Quando foi anunciado como técnico da equipe em janeiro de 2024, Dorival Júnior<sup>6</sup> declarou: “a partir de agora, não é a Seleção do Dorival, é a Seleção do povo brasileiro”<sup>7</sup>, reforçando seu compromisso em convocar mais atletas que atuam no Brasil. No entanto, essa realidade contrasta com os números recentes: na Copa do Mundo de 2022, apenas três jogadores da lista final jogavam no futebol brasileiro, um número muito inferior ao de

---

<sup>5</sup>

Disponível

em:

[https://ge.globo.com/futebol/noticia/2024/04/30/cbf-fatura-r-117-bilhao-e-bate-recorde-de-lucro-em-2023\\_gh.html](https://ge.globo.com/futebol/noticia/2024/04/30/cbf-fatura-r-117-bilhao-e-bate-recorde-de-lucro-em-2023_gh.html). Acesso em: 31 mar. 2025.<sup>6</sup> No dia 28 de março de 2025, após a derrota supracitada para Argentina, a CBF anunciou a demissão do técnico Dorival Júnior.<sup>7</sup>

Disponível

em:

[https://ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2024/01/11/dorival-junior-novo-tecnico-selecao-apresentacao\\_gh.html](https://ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2024/01/11/dorival-junior-novo-tecnico-selecao-apresentacao_gh.html). Acesso em: 31 mar. 2025.

2002, quando 13 dos 23 convocados atuavam no país. Esse afastamento dos jogadores em relação aos clubes nacionais contribui para a perda de identificação da torcida com a equipe, tornando-a cada vez mais um produto global do que um reflexo do futebol brasileiro.

Além disso, o próprio estilo de jogo da Seleção passou por uma transformação que contribuiu para o afastamento dos torcedores. O futebol brasileiro, antes admirado pela criatividade, ginga e improvisação, foi gradativamente absorvendo características do modelo europeu, marcado por um jogo mais físico e disciplinado taticamente. Damo (2005) analisa esse fenômeno como um desdobramento da profissionalização dos jogadores, em que o talento espontâneo cede espaço à formação rígida e à mecanização dos esquemas táticos. Galeano (1995), por sua vez, lamenta essa transição, apontando que o futebol-arte foi substituído por um jogo burocrático e industrializado, no qual a ousadia cedeu lugar à eficiência. Essa transformação resultou na diluição da identidade histórica do futebol brasileiro, tornando-o mais pragmático e previsível. Com menos espaço para jogadas plásticas e dribles desconcertantes, elementos que sempre cativaram o torcedor, a Seleção perdeu parte de seu encanto, contribuindo para a crescente desconexão emocional da torcida com a equipe.

Outro fator crucial para essa desconexão é a polarização política que envolveu a Seleção Brasileira nos últimos anos. A apropriação da camisa da Seleção como símbolo de manifestações políticas distorceu sua identidade e fragmentou sua base de torcedores, que passaram a associá-la a ideologias específicas. Damo (2019) analisa esse fenômeno como parte do processo de elitização do futebol, no qual os estádios e eventos esportivos se tornam cada vez mais voltados para as classes médias e altas, afastando o “povão” do coração do futebol brasileiro. Essa instrumentalização política do esporte não é um fenômeno isolado. No caso do Brasil, a ressignificação da camisa canarinho intensificou o distanciamento emocional entre a Seleção e parte de sua torcida, esvaziando o caráter inclusivo que sempre marcou sua identidade.

Diante desse cenário, a reconstrução da relação entre a Seleção Brasileira e seus torcedores parece cada vez mais distante. A CBF, atolada em crises de gestão e interesses políticos, demonstra pouco comprometimento com a essência do futebol nacional, priorizando negociações comerciais e alianças corporativas em detrimento da conexão com os torcedores. O distanciamento da Seleção não é apenas um reflexo da

globalização do esporte, mas também um sintoma da falta de planejamento e transparência por parte da entidade que a administra. Enquanto outras seleções reinventaram seus modelos de gestão e reconquistaram seus torcedores, o Brasil segue preso a um ciclo de promessas vazias e decisões questionáveis que reforçam a sensação de apatia e desalento.

Mais do que vitórias, a Seleção Brasileira precisa recuperar sua credibilidade e relevância para além dos contratos milionários e do marketing esportivo. O futebol que um dia encantou o mundo agora parece um produto desgastado, vendido a um público que já não se reconhece nele. Sem uma mudança estrutural profunda, que passe por reformas na CBF, maior valorização do futebol nacional e um compromisso real com os torcedores, a amarelinha seguirá sendo um símbolo cada vez mais esvaziado. O problema não é apenas a falta de títulos, mas a ausência de identidade. E, se nada for feito, o Brasil correrá o risco de ver sua Seleção se tornar apenas mais um time, sem alma, sem povo e sem história.

## REFERÊNCIAS

DAMO, Arlei. **Do dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França**. 2005. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DAMO, Arlei. Elitização provocou distanciamento entre seleção e torcedor popular no Brasil, diz antropólogo. **Ludopédio**, São Paulo, 8 de julho de 2019. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/entrevista/arlei-sander-damo/>. Acesso em: 31 mar. 2025.

FREITAS, Guilherme. País do futebol? A seleção brasileira e a crise de identidade com o público. 2024. 60 f. Monografia (Curso de Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2024. Orientador: André Luiz Piva de Carvalho. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/33553/1/GGLF12112024.pdf>.

GALEANO, Eduardo. **O futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L&PM, 1995.

GOUSSINSKY, Eugenio; ASSUMPÇÃO, João Carlos. **Deuses da bola: 100 anos da Seleção Brasileira**. São Paulo: Editora DSOP, 2014.

PASCHOALINO, Christiane. A construção e (des)construção da identidade da seleção brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: INTERCOM, 2012. Disponível em: <https://cev.org.br/media/biblioteca/4036371.pdf>.

RODRIGUES, Nélson. **À sombra das chuteiras imortais:** crônicas de futebol. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.