

A mitificação nas imagens: análises sobre “momentos marcantes” da Copa do Mundo 2018

The mythification in the images: Analyzes about Russia 2018's most eye-catching moments

Mauricio Barth¹

Gustavo Roese Sanfelice²

RESUMO

Venerados por torcedores e fãs do esporte, jogadores de futebol, em muitos casos, atingem o *status* de mitos – como se, de fato, fossem entidades divinas. Em especial, os atletas que disputam a Copa do Mundo estrelam noticiários esportivos, estampam álbuns de figurinhas e tem sua vida particular exposta, movimentando os inúmeros mercados que circundam o megaevento esportivo. A partir dessa ótica, o presente trabalho visa analisar, do ponto de vista imagético, a mitificação de atletas em ambientes digitais, utilizando, para isso, a galeria de fotos intitulada “Russia 2018's most eye-catching moments”, presente no site oficial da FIFA. Com base na técnica de análise a proposição de Joly (1996), elencaram-se as mensagens plásticas, icônicas e linguísticas presentes em cinco fotos marcantes da Copa do Mundo 2018. Ao término do estudo, as análises apontaram que as fotos selecionadas ressaltam a mitificação proposta pela galeria analisada e, ainda, foi possível elencar palavras que resumissem iconicamente a imagem, como vibração, desabafo, grandiosidade, esperança e espanto.

Palavras-chave: Futebol. Mitos. Fotos.

ABSTRACT

Venerated by sports fans and fans, soccer players in many cases attain the status of myths - as if they were in fact divine entities. In particular, World Cup athletes star in sports news, stamp albums and have their private lives exposed, moving the numerous markets surrounding the mega sports event. From this perspective, the present work aims to analyze, from an imaginary point of view, the mythification of athletes in digital environments, using the photo

1. Doutor em Diversidade Cultural e Inclusão Social. Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS).

2. Doutor em Ciências da Comunicação. Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS).

gallery entitled “Russia 2018’s most eye-catching moments”, on the official FIFA website. By using the analysis technique proposed by Joly (1996), the plastic, iconic and linguistic messages present in five striking photos of the 2018 World Cup were listed. At the end of the study, the analysis showed that the selected photos highlight the mythification proposed by the selected gallery and, furthermore, it was possible to list words that iconically summarize the image, such as vibration, outburst, grandeur, hope and amazement.

Keywords: Soccer. Myths. Photos.

1. APONTAMENTOS INICIAIS

O futebol, considerado o esporte mais popular do planeta, tem seu auge de quatro em quatro anos na Copa do Mundo organizada pela FIFA – Federação Internacional de Futebol. Durante o evento, o mundo praticamente para, afinal, todos querem assistir os melhores jogadores do mundo em campo. Nomes como Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Neymar Jr. e Kylian Mbappé desfilam seu talento e agitam o imaginário dos fãs do esporte.

Nesse sentido, esportistas como os citados acima atingem o *status* de mitos, visto que são venerados por torcedores e fãs do esporte. Como se fossem entidades divinas, os atletas que disputam a Copa do Mundo estrelam noticiários esportivos, estampam álbuns de figurinhas e têm sua vida particular exposta, movimentando os inúmeros mercados que circundam o megaevento esportivo.

Sob esse prisma, o presente trabalho visa analisar, do ponto de vista imagético, a mitificação de atletas na galeria de fotos intitulada “Russia 2018’s most eye-catching moments”, presente no site oficial da FIFA. Tal coletânea ressalta momentos marcantes da Copa do Mundo 2018, exibindo fotos icônicas de defesas dos goleiros, gols marcantes e cenas inusitadas que ajudaram a, simbolicamente, mitificar os esportistas e imortalizar o evento.

Por esse motivo, expõem-se, na Seção 2, conceitos e significações acerca do mito, utilizando, para isso, autores como Morin (1972), Barthes (1993), Lévi-Strauss (1989) e Eliade (1972). Intenciona-se, com este excerto, demonstrar que a palavra *mito* pode possuir inúmeras interpretações, desde a expressão de condutas e situações imaginárias, até ser percebida como um sistema de comunicação e uma mensagem, alcançando o *status* de divindade ou, até mesmo, atingir a condição de sobrenaturalidade.

Como técnica de análise de dados, utilizam-se os conceitos propostos por Joly (1996), que visualiza as imagens compreendendo-as sob os aspectos plásticos, icônicos e linguísticos – a Seção 3 explicitará, de uma maneira otimizada, esses conceitos. Entende-se que tal técnica é apropriada a esta análise por permitir uma visualização aprofundada da imagem a ser analisada, visto que ela pode ser assimilada através dos diversos campos possíveis, tanto visuais (cores, formas, enquadramento etc) quanto

icônicos (o que, de fato, essa imagem nos mostra?). Além disso, aspectos textuais são levados em consideração durante a leitura das imagens, como o número na camisa do jogador e/ou a legenda que acompanha tal fotografia.

Após, têm-se a análise especificada para o estudo e, logo após, suas considerações finais e referências utilizadas no desenrolar do texto. Isto posto, apresentam-se, a seguir, os apontamentos envolvendo os mitos.

2. MITOS: CONCEITOS, APONTAMENTOS E PODERES

Os mitos mexem com nossos sentidos e revolvem nosso imaginário. É neles que nos inspiramos e deles é a nossa vontade de ser como tais, quase como deuses do Olimpo. Morin (1972, p. 26) diz que “um mito é um conjunto de condutas e situações imaginárias. Essas condutas e situações podem ter por protagonistas personagens sobre-humanos, heróis ou deuses”. É comum relacionarmos figuras míticas àquilo que gostaríamos de ser, seja no cinema, seja no esporte. O autor complementa dizendo que os mitos “atuam a meio caminho entre os deuses e os mortais; ambicionam tanto a condição de deuses quanto aspiram a libertar os mortais de sua miséria infinita” (p. 27).

Randazzo (1997) e Lloyd (2018), por sua vez, revelam que, nas construções humanas passadas, os mitos tinham uma função essencial para a humanidade, pois eram os detentores da sabedoria. Nessa época, os conhecimentos eram transmitidos aos mais novos por meio de ensinamentos e fábulas mitológicas, deixando os indivíduos conscientes a respeito das suas origens e de sua existência. Sobre a questão, Eliade (2004, p. 13) relata: “O mito lhe ensina as histórias primordiais que o constituíram existencialmente, e tudo o que se relaciona com a sua existência e com o seu próprio modo de existir no Cosmo o afeta diretamente”.

Para Butterworth (1966) e Randazzo (1997), ainda, o termo mito é, habitualmente, relacionado a uma situação que jamais ocorreu, uma história inventada. Posteriormente, em seu texto, o autor acaba consentindo com os apontamentos de Campbell e Moyers (2014), quando assevera que um mito goza de enorme relevância social em contato com a origem humana, ainda que, às vezes, ele acabe não sendo, de fato, algo verdadeiro.

Barthes (1993), sob outro prisma, diz que os mitos são falas; no entanto, o autor reforça que não se trata de uma fala qualquer: o mito é um sistema de comunicação, é uma mensagem. Nesse sentido, segundo o autor, tudo pode constituir um mito. A Mona Lisa, por exemplo, é um mito da pintura, pois, mesmo sendo um quadro fixo em uma parede, tem muito a dizer e a comunicar. Michael Jordan e Michael Phelps, astros do esporte americano, comunicavam através de cestas e braçadas, por isso, foram considerados atletas “fora da curva” e mitos do seu tempo.

A fala dessa narrativa não é (ou não precisa obrigatoriamente ser) oral. O relato pode ser de maneira escrita ou ilustrada. De fato, a escrita, o vídeo, a fotografia, a matéria, a arte, a publicidade e/ou o esporte servem de alicerce para a fala mítica. Essa comunicação mitificada vem por intermédio da produção de um conteúdo constituído em consequência de uma comunicação apropriada: todos os elementos do mito, desde os representativos até os gráficos, constituem-se de uma consciência significativa, tornando viável discorrer sobre eles, independentemente da sua matéria. Por conseguinte, como assevera Barthes (2001), a fotografia, por exemplo, terá exatamente a mesma consideração no quesito fala, como um texto de jornal. A fala, por seu turno, significa algo quando os próprios objetos se transformam nela mesma.

Os mitos, no entanto, podem se transformar. É o que explicam Lévi-Strauss (1989) e Falcous e Masucci (2019). Um mito, embora naquele momento seja unânime, pode, com uma atitude errada, perder seu *status* de divindade e ser alçado à fúria da opinião pública. Exemplo disso é o ator Kevin Spacey, aclamado por filmes como *Beleza Americana* (1999) e séries como *House of Cards* (2013). Acusado de abuso sexual, mesmo tendo se declarado inocente, o ator perdeu contratos importantes na carreira. No âmbito esportivo, O. J. Simpson, mesmo absolvido da acusação do assassinato de sua ex-mulher Nicole Brown e de seu amigo Ronald Goldman, com a polêmica, comprometeu sua vitoriosa carreira no futebol americano.

Não obstante, Eliade (2004, p. 9) aponta que “o mito é uma realidade cultural extremamente complexa, que pode ser abordada e interpretada através de perspectivas múltiplas e complementares”. O autor acresce dizendo que, para ele, o mito narra uma história santificada: “ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do princípio” (Eliade, 2004, p. 9).

Campbell e Moyers (2014) e Bălan (2017) argumentam também que os mitos acabam se tornando exemplos, símbolos para pequenas atitudes, presentes no subconsciente e inconsciente das pessoas, isto é, conectados à natureza delas. A semelhança com o mito, uma reação emocional ou, até mesmo, um padrão no íntimo da *psíquê* humana podem ser gerados em uma simples ação de um indivíduo. “O voo da aeronave, por exemplo, atua na imaginação como libertação da terra” (Campbell; Moyers, 2014, p. 19).

A respeito do mito, ainda, Campbell e Moyers (2014) afirmam que as pessoas precisam buscar significações para as suas vidas, alcançar o eterno, entender o misterioso e ter autoconhecimento; segundo ele, “mitos são histórias de nossa busca da verdade, de sentido, de significação através dos tempos. Todos nós precisamos contar nossa história e compreendê-la” (p. 5). Essa significação é, justamente, o próprio mito.

Para Barthes (2001), o mito consiste em um sistema de dois pontos, onde há imprecisão: o inicial é elaborado pelo ponto final de um sentido. Assim, o autor alega

que “o mito depende de uma ciência geral extensiva à linguística” (Barthes, 2001, p. 133). Por outro lado, Tuastad (2019) afirma que os mitos estimulam a tomada de consciência da sua perfeição possível, a plenitude da sua força, a introdução de luz solar no mundo. Destrói monstros, destrói as coisas mais sombrias. O autor, por fim, garante: os mitos o apanham, lá no fundo, de você mesmo.

De modo geral, Eliade (2004, p. 18) afirma que o mito criado nas sociedades arcaicas elabora “a História dos atos dos Entes Sobrenaturais”; história essa que, por se referir a realidades, é apontada como uma verdade absoluta e também sagrada. Outro ponto levantado pelo autor é a questão de o mito se referir sempre a uma feitura, a como algo se tornou real, “ou como um padrão de comportamento, uma instituição, uma maneira de trabalhar foram estabelecidos. Essa é a razão pela qual os mitos constituem os paradigmas de todos os atos humanos significativos” (Eliade, 2004, p. 18).

Os mitos humanos têm se desenvolvido em todo o mundo, não importando a época e, muito menos, a conjuntura. Da mesma maneira, os mitos são considerados, para todos os itens disponíveis das ações do corpo e da mente, como a viva inspiração, segundo Campbell (2007). O autor acrescenta dizendo: “Não seria demais considerar o mito a abertura secreta através da qual as inexauríveis energias do cosmos penetram nas manifestações culturais humanas” (p. 15).

De fato, todo círculo básico e mágico do mito contribuiu para o surgimento das artes, pesquisas primordiais da ciência e tecnologia, religiões, filosofias e, até mesmo, para “formas sociais do homem primitivo e histórico” (Campbell, 2007, p. 15). Dessa forma, a mitologia colabora para a concepção de um mundo, tendo como objetivo inicial o esclarecer de uma distração apoiada em uma construção responsável da linguagem (Rowe, 2018).

Já a mitologia postulada à liberdade está em conformidade com o cenário do mundo e não é exatamente igual, mas tem a intenção de ser. Em relação a isso, Barthes (2001, p. 176) lembra que “todo mito é um pouco generalizado, é efetivamente ambíguo, porque representa a própria humanidade daqueles que, não tendo nada, o pedirão emprestado”.

Atualmente, ainda que envolvido na estruturação do mundo, o espaço do mito vem sendo, por vezes, preenchido por celebridades temporárias. Para Araujo (2008, p. 35), “as raízes do mito estão no inconsciente do ser humano.” Eliade (2004, p. 9) argumenta também que “os mitos descrevem as diversas e, algumas vezes, dramáticas, irrupções do sagrado (ou do ‘sobrenatural’) no Mundo. É essa irrupção do sagrado que realmente fundamenta o Mundo e o converte no que é hoje”.

O fato é que o mito tem algo de sobrenatural. É o que reforça Eliade (1972). O autor ressalta que, em suma, “os mitos revelam que o mundo, o homem e a vida têm uma origem e uma história sobrenaturais, e que essa história é significativa,

preciosa e exemplar” (p. 18). É como se atribuíssemos aos mitos um caráter divino e os elevássemos a um lugar onde nós, meros mortais, não temos capacidade de chegar; os mitos, portanto, estão acima dos seres humanos comuns, pois possuem, justamente, habilidades e competências que os demais não têm. Ser um mito é, portanto, um *status* alcançado por poucos.

3. A PAISAGEM METODOLÓGICA: OS CAMINHOS DA MENSAGEM IMAGÉTICA

A galeria “Russia 2018’s most eye-catching moments”³ é composta por 17 fotografias coloridas e publicadas, em acesso aberto, no site oficial da FIFA. Em um primeiro momento, fez-se download dessas imagens e, em seguida, todas foram impressas e dispostas em uma mesa para que, dessa forma, os pesquisadores as vissem em sua totalidade. Após, cinco foram selecionadas através de uma amostra de intencionalidade (Farias Filho; Arruda Filho, 2015; Prodanov; Freitas, 2013), visto que, no entendimento dos autores do trabalho, as fotografias atendem aos objetivos propostos por esta pesquisa.

Este estudo, portanto, caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica (utilizando-se dos autores referidos em sua fundamentação teórica) e documental (por, justamente, utilizar as citadas imagens), com cunho qualitativo (ao basear-se em descrições, comparações e interpretações, suprimindo-se os números e as estatísticas), tendo, para essas definições, apoiado-se em Eco (2016), Decarli *et al.* (2018) e Ruiz (2017). Como técnica de análise, utiliza-se Joly (1996), que discute os conceitos que permeiam a polissêmica definição de imagem e debate os desafios de sua análise. A autora propõe, ainda, seu método que, após a seleção e descrição das peças, busca a leitura da imagem observando-a sob três mensagens: plásticas, icônicas e linguísticas. A autora tem forte influência da semiótica e, principalmente, dos conceitos propostos por Roland Barthes (1964) em *A retórica da imagem*.

Inicialmente, a etapa da descrição prevê que o analista detalhe aspectos como tamanho da peça, disposição dos elementos e textos que a compõem, apenas descrevendo-a, sem nenhum tipo de interpretação. É como se houvesse a necessidade de contar a alguém como determinado anúncio é e este não pudesse ser revelado. A etapa descritiva tem como função, portanto, ser os olhos de quem não teve acesso àqueles elementos. Após, iniciam-se as interpretações das mensagens. Joly (1996, p. 89) assevera que a “análise de cada uma delas e o estudo de sua interação deverão permitir-nos detectar a mensagem implícita global”, ou seja, o somatório das três mensagens – plástica, icônica e linguística – viabilizará a compreensão do objeto de estudo.

3. Disponível em: <https://www.fifa.com/worldcup/photos/galleries>. Acesso em: 19 mar. 2021.

Na abordagem plástica, a autora destaca, de forma explícita, aspectos aderentes ao Design. Os itens são relatados de forma mais técnica e não tanto interpretativa. O anúncio usado como exemplo é da marca Marlboro Classics e são propostas observações nos seguintes campos: *suporte, quadro, enquadramento, ângulo de tomada e escolha da objetiva, composição, diagramação, formas, cores e iluminação e textura*. Buscando facilitar o entendimento, o quadro a seguir descreve as possibilidades de análise de cada um dos itens levantados.

Quadro 1 – Elementos.

Elementos	Descrição dos elementos	Breve descrição do exemplo analisado pela autora
Suporte	Estrutura que “recebeu” a peça. A mesma pode ser off-line (papel, plástico, madeira) ou on-line (telas de computador, <i>tablets</i> , <i>smartphones</i>).	“Papel semiacetinado, formato revista, página dupla. [...]. As dimensões do anúncio, sua diagramação e o tipo de caracteres empregados assinalam que essa mensagem visual é uma publicidade” (p. 93).
Quadro	São os limites físicos, normalmente materializados por uma moldura.	“Na página da esquerda, a fotografia não é circunscrita por uma moldura, mas parece cortada, interrompida, pelas bordas da página” (p. 94).
Enquadramento	Associa-se ao tamanho da imagem; relação entre a distância, o objeto fotografado e a objetiva usada.	“Os enquadramentos opõem-se entre as duas páginas: vertical e muito apertado à esquerda, dá uma impressão de grande proximidade; horizontal e amplo à direita, uma impressão de afastamento” (p. 94-95).
Ângulo de tomada e escolha da objetiva	Envolve ponto de vista e perspectiva. Quando visto de cima, pode dar a sensação de esmagamento de personagens ou produtos; quando visto de baixo, pode ressaltar engrandecimento.	“[...] na primeira foto, o ângulo de tomada é o de um <i>contre-plongée</i> muito leve, que situa o olhar na altura de um homem [...]. Na segunda foto, ao contrário, o ângulo de tomada é um <i>plongée</i> discreto, o que confere ao espectador a impressão de dominar um pouco da paisagem” (p. 95).
Composição, diagramação	Disposição dos elementos na peça; é a geografia visual da mensagem.	“À esquerda, a construção maciça e oblíqua conduz o olhar do ponto mais nítido, brilhante e luminoso do anúncio, quase em posição axial, em leitura que ascende, para o alto à direita, de onde se poderá continuar, a princípio na horizontal, para ler o comentário verbal” (p. 98).

Elementos	Descrição dos elementos	Breve descrição do exemplo analisado pela autora
Formas	São os contornos e delineamentos da imagem.	“[...] à esquerda, formas moles, organizadas em <i>massa</i> ; à direita, todo um sistema de traços, listras finas e verticais, algumas sublinhadas por um traço horizontal [...]” (p. 100).
Cores e iluminação	Percepção visual acerca da luz	“As cores das duas fotografias são as mesmas: castanho, cinzento pálido, prateado, branco. As dos caracteres tipográficos: preto sobre fundo branco. Branco, cor do frio, da neve, do Norte; cinzento, cor do céu carregado e do metal, preto e branco o contrário da cor; castanho da terra, das cascas, do couro, das peles. [...] A iluminação, nestas fotografias, é difusa. O mesmo é dizer que ela imita a luminosidade acariciadora do céu de Inverno, sem sombras nem relevo” (p. 101).
Textura	Aspecto de uma superfície; sensação visual de densidade	“A fotografia da esquerda tem um <i>grão</i> , uma espessura e uma rugosidade que podemos supor, enquanto, que a fotografia da direita oferece uma textura lisa, se não mesmo <i>gelada</i> , que acentua o carácter de frieza e de distância da imagem” (p. 102).

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Joly (1996).

Ao trazer questões icônicas, Joly ressalta que tudo que está em um anúncio está por algum motivo; nada, ali, foi posto por acaso. Essa é, portanto, a iconicidade da imagem: mostrar além do que os olhos podem ver. Uma marca que aposta em uma fotografia de um atleta rodeado por troféus e medalhas não quer apenas expor o quão vencedor aquele indivíduo é. Na essência, a ideia é demonstrar que esse esportista só é vitorioso por, justamente, vestir a marca; e o consumidor, através da compra dos produtos em questão, tem a oportunidade de também ser um campeão, um medalhista triunfante, um atleta herói. Joly denomina esses aspectos como *motivos*, isto é, a busca por desencadear no receptor interpretações que ocorrem por meio do processo de conotação advinda de diversas ordens: “usos socioculturais dos objetos,

dos lugares ou das posturas, citação e auto-referência, figuras de retórica” (Joly, 1996, p. 108).

Por fim, discutem-se as mensagens linguísticas, “[...] determinantes na interpretação de uma ‘imagem’” (Joly, 1996, p. 108). Inicialmente, são resgatadas as definições propostas por Barthes, observando-se apenas as diferenças nas nomenclaturas. O que, para Barthes, é definido como *fixação* e *relais*, é compreendido por Joly como *ancoragem* (um reforço textual àquilo que a imagem demonstra) e *revezamento* (manifesta-se quando a mensagem linguística vem suprir carências expressivas da imagem). São levantadas, ainda, questões pertinentes à “imagem das palavras”, destacando que a escolha da tipografia (se *com* ou *sem* serifa), da cor (somada a sua espessura) e da diagramação na página (hierarquia visual) contribuem para uma maior assimilação do conteúdo por parte do leitor. A autora reforça, no entanto, que, além das questões técnicas, o analista deve preocupar-se com o conteúdo linguístico, observando seus significados e sua relação com os elementos visuais.

Diante desse prisma, a seção seguinte apresenta e propõe interpretações acerca das imagens selecionadas.

4. A LEITURA MÍTICA DAS IMAGENS NA GALERIA “RUSSIA 2018’S MOST EYE-CATCHING MOMENTS”

4.1. Messi de Braços Abertos

Figura 1 – Messi.



Fonte: Lionel [...] (2018).

A fotografia traz Lionel Messi em primeiro plano, usando o uniforme principal da seleção argentina nas cores branco, azul e preto; somando-se a isso, há, ainda, a faixa de capitão na cor verde claro. Ao fundo, demais jogadores e torcida aparecem desfocados, o que prioriza, ainda mais, os traços do jogador argentino. Há sensação de movimento, visto que a camiseta do atleta parece balançar com o vento contrário à sua corrida. O corte fotográfico é feito um pouco abaixo da cintura, o que valoriza o formato paisagem adotado pela imagem. Com os braços abertos, o jogador preenche todo o campo de visão do expectador, pois seus membros superiores alcançam as duas extremidades da figura, atingindo os lados esquerdo e direito.

A mensagem icônica passada pela imagem é, sobretudo, a **vibração** do gol. O atleta corre, de braços abertos, em direção ao seu torcedor. As câmeras captam o momento e, pela profundidade de campo desfocada, entende-se que, nessa ocasião, só o que importa é Lionel Messi. O jogador, sozinho, corre até sua torcida e toda a atenção é dada a ele. Na imagem, sequer identifica-se quem são seus companheiros próximos, afinal, eles não importam – Messi, nesse momento, é o mito que acabara de marcar um gol. Eleito cinco vezes o melhor jogador de futebol do mundo, o atleta, na seleção argentina é, seguidamente, questionado. A Copa do Mundo seria, portanto, a chance de ouro, a oportunidade da redenção. Na copa anterior – 2014, no Brasil –, sua seleção ficou “no quase”: foi vice-campeã, perdendo a final para a Alemanha. A Copa da Rússia, em 2018, se configuraria como a possibilidade de o jogador alcançar o auge em sua seleção. Infelizmente, para Messi, nada aconteceu. A Argentina foi eliminada nas oitavas de final pela França que, posteriormente, seria a campeã mundial. Messi, considerado mito do esporte, não conseguiu levar sua seleção à final; como aponta Eliade (1972), mesmo os sobrenaturais podem falhar.

No plano textual, destaca-se, sobretudo, o número 10 estampado na camisa do jogador. Culturalmente, acredita-se que o número 10 é destinado ao melhor jogador da equipe, aquele capaz de decidir uma partida em segundos. A numeração é apropriada à Messi, acostumado às decisões, tanto no seu clube – Barcelona F. C. – quanto na seleção de seu país. Possivelmente, Pelé, considerado o maior jogador de todos os tempos, tenha inaugurado o mito da camisa 10, ou seja, o jogador mais tecnicamente habilidoso de um clube. Atribui-se, nesse caso, a ligação do número da camisa à qualidade técnica de um atleta. Como apontou, anteriormente, Barthes (1993), o mito é uma mensagem. Nesse caso, Messi com a camisa 10 é a mensagem exponencial de um jogador incomum, um mito ou como também é carinhosamente chamado, um extraterrestre.

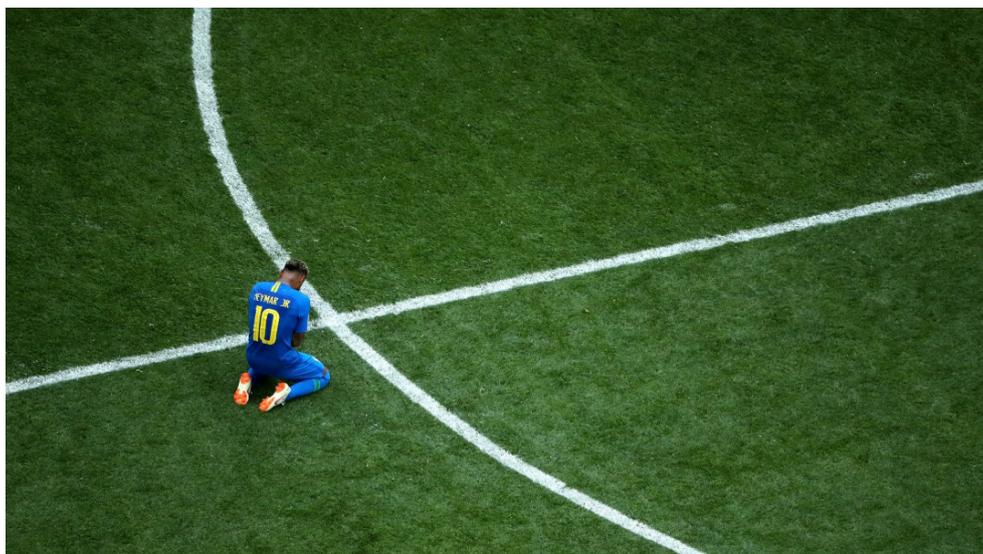
Quadro 2 – Messi: Quadro-síntese.

Plástico	<ul style="list-style-type: none"> • Cores branco, azul e preto (no uniforme principal da seleção argentina) e verde claro (na faixa de capitão); • Demais jogadores e torcida aparecem desfocados, privilegiando os traços do jogador argentino; • Sensação de movimento presente através do balançar da camiseta do atleta; • Corte fotográfico abaixo da cintura, destacando o formato paisagem na imagem; • Braços abertos do jogador preenchendo o campo de visão do espectador.
 Icônico	<ul style="list-style-type: none"> • A mensagem passada reproduz, sobretudo, a vibração do gol; • Messi, considerado mito do esporte, não conseguiu levar sua seleção à final; • Como aponta Eliade (1972), mesmo os sobrenaturais podem falhar.
Linguístico	<ul style="list-style-type: none"> • O número 10 estampado na camisa dá a entender que se trata do melhor jogador da equipe; • Como aponta Barthes (1993), o mito é uma mensagem; • Nesse caso, Messi com a camisa 10 é a mensagem exponencial de um jogador incomum, um mito.

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.2. Neymar de Joelhos

Figura 2 – Neymar.



Fonte: Neymar [...] (2018).

Do ponto de vista plástico, a imagem mostra Neymar Jr. levemente à esquerda da fotografia, com o uniforme azul da seleção brasileira, em meio ao tom esverdeado do gramado. A imagem é “cortada” pelas linhas do campo, que atuam como demarcadores do espaço de jogo. As extremidades da foto possuem tom mais escuro que seu centro, o que dá a ideia de profundidade, ao mesmo tempo em que as diferentes tonalidades de verde nos fazem perceber a textura da grama. Destacam-se também os tons amarelos da camisa do jogador e o laranja de sua chuteira, cores quentes em meio à frieza do azul.

Iconicamente, pode-se dizer que a imagem retrata o jogador em uma espécie de prece acompanhada de um **desabafo**. Criticado antes e durante a Copa do Mundo, Neymar Jr., após a vitória brasileira sobre a Costa Rica, locomoveu-se ao centro do campo e, solitariamente, chorou aliviado, afinal, mesmo com toda a pressão, o jogador marcou o segundo gol da vitória sobre o adversário. Críticos sugeriram que tudo se configurou como um teatro, onde o esportista teria procurado o centro do campo para que as câmeras o filmassem melhor e seu choro fosse usado como moeda de sensibilização ao público – há quem diga que nem lágrimas saíram. Fãs, por outro lado, defenderam o jogador, afirmando que Neymar Jr. demonstrou toda sua humanidade ou, como mostram os conceitos de Barthes (1993), comunicou sua mensagem, exibindo-se como o mito que é.

A legenda vinculada à foto chama atenção para a reação do jogador. Neymar Jr., até a partida contra a Costa Rica, não havia desempenhado bom futebol e, ao marcar o segundo gol da seleção brasileira já nos acréscimos, o jogador voltou a destacar-se como um dos grandes nomes da Copa do Mundo. Na sequência, o texto dá detalhes técnicos do jogo, como a data e o local onde a partida ocorreu, situando o internauta que acessou o site. Na camisa do jogador, há a inscrição de seu nome, em caixa alta. É possível, aqui, retomar novamente Barthes (1993), que diz que o mito comunica: nesse caso, o nome do jogador em letras grandes na sua camisa busca situar os expectadores sobre quem é aquele jogador, contribuindo, assim, para o seu processo de mitificação.

Quadro 3 – Neymar: Quadro-síntese.

Plástico	<ul style="list-style-type: none">• Neymar Jr. aparece levemente à esquerda da fotografia, com o uniforme azul, em meio ao tom esverdeado do gramado;• A imagem é dividida pelas linhas do campo, que atuam como limitadores do espaço de jogo;• Os extremos da foto possuem tom mais escuro que seu centro, dando a ideia de profundidade;• As díspares tonalidades de verde nos fazem perceber a textura da grama;• Os tons amarelos da camisa do jogador e o laranja de sua chuteira representam cores quentes em meio à frieza do azul.
-----------------	---

Icônico	<ul style="list-style-type: none"> • A imagem simboliza o jogador em momentos de prece e desabafo; • Críticos sugeriram que tudo se configurou como uma encenação do jogador; • Fãs, por outro lado, o defenderam, afirmando que Neymar Jr. demonstrou toda sua humanidade ou, como mostram os conceitos de Barthes (1993), comunicou sua mensagem, exibindo-se como o mito que é.
Linguístico	<ul style="list-style-type: none"> • Na camisa do jogador, há a inscrição de seu nome, em caixa alta. É possível, aqui, retomar Barthes (1993), que diz que o mito comunica: nesse caso, o nome do jogador em letras grandes na sua camisa busca situar os expectadores sobre quem é aquele jogador, contribuindo, assim, para o seu processo de mitificação.

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.3. Lloris Gigante

Figura 3 – Lloris.



Fonte: Belgium [...] (2018).

A imagem, que por entre as tranças da rede mostra a defesa do goleiro Lloris da França, tem uma infinidade de cores. Destacam-se, contudo, o amarelo do uniforme do goleiro e o vermelho dos jogadores da Bélgica. Ao fundo, com efeito desfocado, aparecem também as muitas cores da torcida e do telão do jogo. Trata-se de uma fotografia com muitas informações, pois, em seu enquadramento, pode-se visualizar os jogadores, a torcida, o telão, a parte superior do estádio e a bola. É preciso, portanto, olhá-la atentamente para que não se percam detalhes, dada a imensidão de elementos que a compõem.

Sob o prisma icônico, a imagem tenta demonstrar a **grandiosidade** da defesa feita pelo goleiro, mostrando sua elasticidade ao fazer uma difícil proteção. A ideia é complementada através dos rostos dos jogadores que, incrédulos, assistem ao salvamento feito por Lloris. Nesse momento, atribui-se ao jogador um caráter divino, como se não fálássemos de um ser humano comum; é alguém sobrenatural, majestoso e diferente de todos, como destaca Eliade (1972). Os holofotes, ao fundo, aumentam a carga dramática da defesa, pois transpassam ao atleta o aspecto mítico que permeia o futebol e, em especial, os goleiros, pois, justamente, é deles a responsabilidade de evitar o apogeu do esporte: o gol.

Textualmente, a legenda que acompanha a imagem ressalta também o salvamento realizado pelo goleiro. A partida, válida pelas semifinais da Copa do Mundo, era de suma importância, visto que garantiria ao vencedor uma vaga à final da competição. Nesse sentido, a defesa de Lloris no chute do zagueiro Alderweireld ganha ainda mais importância, pois o placar final do jogo foi de apenas um a zero para a França contra a Bélgica. Importante ressaltar que, no momento da defesa, o placar estava, ainda, em 0x0 e um gol da seleção belga naquele momento poderia mudar a história da partida. Dessa forma, como ressalta Lévi-Strauss (1989), um mito – mesmo que improvável – pode ser transformado em tal; no caso do futebol, a probabilidade de um goleiro ser alçado ao *status* de mito é hipotética, no entanto, nada o impede de sê-lo.

Quadro 4 – Lloris: Quadro-síntese.

<p>Plástico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A imagem, que, por entre as tranças da rede, mostra a defesa do goleiro Lloris da França, tem uma infinidade de cores; • Destacam-se, contudo, o amarelo do uniforme do goleiro e o vermelho dos jogadores da Bélgica; • Ao fundo, com efeito desfocado, aparecem, também, as muitas cores da torcida e do telão do jogo; • Há uma infinidade de informações visuais na fotografia, pois, em seu enquadramento, pode-se visualizar os jogadores, a torcida, o telão, a parte superior do estádio e a bola.
<p>Ícônico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A imagem demonstra a grandiosidade da defesa feita pelo goleiro, mostrando sua elasticidade ao fazer uma difícil proteção; • A ideia é complementada através dos rostos dos jogadores que, incrédulos, assistem ao salvamento feito por Lloris; • Atribui-se ao jogador, portanto, um caráter divino, como se não fálássemos de um ser humano comum; é alguém sobrenatural, majestoso e diferente de todos, como destaca Eliade (1972); • Os holofotes, ao fundo, aumentam a carga dramática da defesa, pois transpassam ao atleta o aspecto mítico que permeia o futebol e, em especial, os goleiros.

Linguístico	<ul style="list-style-type: none"> • A legenda que acompanha a imagem ressalta, também, o salvamento realizado pelo goleiro; • Como apresenta Lévi-Strauss (1989), um mito – mesmo que improvável – pode ser transformado em tal; no caso do futebol, a probabilidade de um goleiro ser alçado ao status de mito é hipotética, no entanto, nada o impede de sê-lo.
--------------------	--

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.4. Kroos e a Viagem da Bola

Figura 4 – Toni Kroos.



Fonte: Toni [...] (2018).

Imagetivamente, tem-se, em primeiro plano, o atleta alemão Toni Kroos ao centro e de costas para a câmera que o fotografou. Ao lado direito do jogador, também com foco, surgem os atletas Marco Reus (Alemanha) e Sebastian Larsson (Suécia); os demais estão desfocados, ressaltando a profundidade de campo adotada como estratégia fotográfica. Predominam, além do verde do gramado, as cores branca e preta no uniforme alemão e, também, o azul e o amarelo no uniforme sueco. No canto esquerdo, com desfoque, o goleiro da Suécia tem uniforme diferente dos demais: suas cores são o preto, o lilás e o branco. O enquadramento adotado valoriza o plano geral, a fim de mostrar a cena completa e apenas Kroos e Reus têm seus corpos “serrados” pelo corte fotográfico.

Enquanto ícone, a foto representa a **esperança** através da viagem da bola até o gol que deu à Alemanha a vitória aos 50 minutos do segundo tempo, ou seja, cinco minutos além do tempo regulamentar. O empate, naquele momento, praticamente eliminaria a seleção alemã da copa e faria a atual campeã mundial voltar mais cedo para casa. Kroos, no último lance da partida em uma cobrança perfeita, deu vida

à seleção comandada pelo técnico Joachim Löw. Conhecido por suas habilidades técnicas, o jogador sempre foi coadjuvante nos clubes por onde passou. Naquele momento, porém, ele assumiu o protagonismo. Como afirma Lévi-Strauss (1989), os mitos se transformam na hora mais apropriada. O esforço mítico, porém, foi inútil. No jogo seguinte, a Alemanha perdeu para a seleção da Coreia do Sul e deu adeus, muito cedo, à Copa do Mundo da Rússia, frustrando milhões de torcedores e amantes do esporte ao redor do mundo.

Sob o prisma textual, veem-se, sobretudo, placas de publicidade que destacam marcas patrocinadoras do evento. No canto esquerdo, há a Coca-Cola, patrocinadora tradicional. Em cima, no canto superior direito, a publicidade é da FIFA, órgão responsável por organizar o evento. A legenda utilizada na fotografia ressalta o gol que deu a vitória à seleção alemã sem, como já mencionado, imaginar que o gol seria inútil à equipe. Pela primeira vez em sua história, a Alemanha foi eliminada na fase de grupos da Copa do Mundo; havia muita expectativa por um bicampeonato, no entanto, o mau desempenho da equipe a conduziu a uma queda precoce.

Quadro 5 – Kroos: Quadro-síntese.

Plástico	<ul style="list-style-type: none"> • Em primeiro plano, a imagem apresenta o atleta alemão Toni Kroos ao centro e de costas para a câmera que o fotografou; • Ao lado direito do jogador, também com foco, surgem os atletas Marco Reus (Alemanha) e Sebastian Larsson (Suécia); os demais estão desfocados; • Predominam, além do verde do gramado, as cores branca e preta no uniforme alemão e, também, o azul e o amarelo no uniforme sueco; • O enquadramento adotado valoriza o plano geral, a fim de mostrar a cena completa e apenas Kroos e Reus têm seus corpos divididos pelo corte fotográfico.
Ícônico	<ul style="list-style-type: none"> • A foto representa a esperança através da viagem da bola até o gol que deu à Alemanha a vitória aos 50 minutos do segundo tempo; • Como afirma Lévi-Strauss (1989), os mitos se transformam na hora mais apropriada. O esforço mítico, porém, foi inútil. No jogo seguinte, a Alemanha perdeu para a seleção da Coreia do Sul e deu adeus, muito cedo, à Copa do Mundo da Rússia, frustrando milhões de torcedores e amantes do esporte ao redor do mundo.
Linguístico	<ul style="list-style-type: none"> • Veem-se, sobretudo, placas de publicidade que destacam marcas patrocinadoras do evento; • No canto esquerdo, há a Coca-Cola, patrocinadora tradicional; • Em cima, no canto superior direito, a publicidade é da FIFA; • A legenda utilizada na fotografia ressalta o gol que deu a vitória à seleção alemã.

Fonte: Elaborado pelos autores.

4.5. Croácia em um Nocaute

Figura 5 – Jogadores da Croácia.

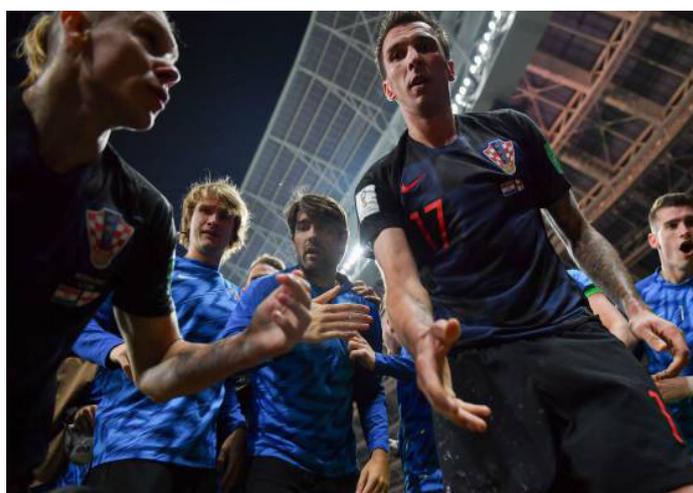
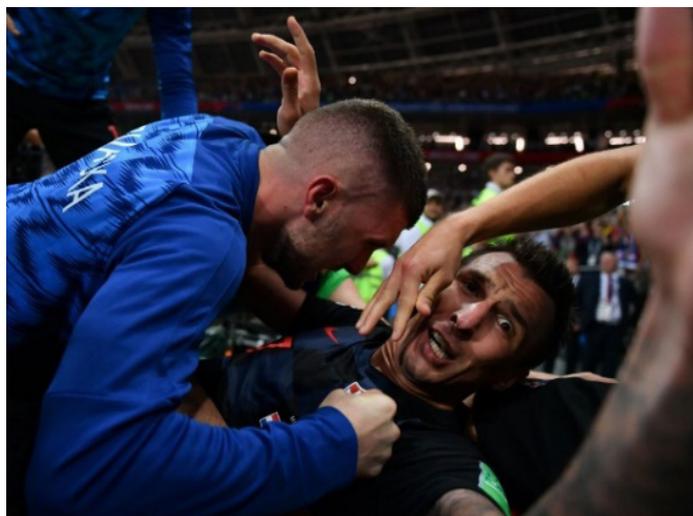


Fonte: England [...] (2018).

Dada a quantidade de informações presentes, a imagem causa confusão. São muitas cores, formas e detalhes. Em um primeiro momento, chamam a atenção a cor azul do uniforme do jogador croata – ao centro – e também o verde, tanto do gramado quanto do uniforme do goleiro reserva da equipe – à esquerda. Tem-se, ainda, a presença de cores quentes nas meias dos jogadores e na camisa do expectador – à direita da fotografia. A cena em questão é cortada pelos limites da foto, logo, pressupomos que há muito mais coisas ao seu redor, como o restante do público que assiste a partida e o corpo dos jogadores que foram “serrados” no enquadramento realizado pelo fotógrafo.

Iconicamente, a foto representa **espanto**, tanto para quem a vê quanto para quem foi protagonista da cena. Trata-se da comemoração efusiva de um gol da Croácia onde o jogador que o marcou foi comemorar com a equipe reserva que, normalmente, se concentra ao fundo do campo enquanto faz seu aquecimento. Os olhares espantados são muitos, assim como é visto, principalmente, no rosto de Mario Mandžukić, autor do gol e da situação imprevisível: os mitos produzem situações imaginárias, conforme apontado por Morin (1972). Destaca-se, ainda, o expectador que está ao lado direito que, pela credencial pendurada ao pescoço, é um convidado *vip* do evento. O indivíduo tira seu *smartphone* do bolso e, com a velocidade de um fotógrafo profissional, registra a cena. Ao centro, abaixo, está Yuri Cortez, a principal “vítima” da ação: o fotógrafo, mesmo soterrado pela multidão de jogadores, registrou a comemoração, como mostram as fotos a seguir.

Figura 6 – Jogadores da Croácia.



Fonte: O Fotógrafo [...] (2018).

No aspecto textual, a legenda, obviamente, ressalta o choque entre os jogadores e o fotógrafo após o segundo gol da equipe croata. Contudo, o tom usado, apesar da aparente violência da batida, é ameno, visto que o verbo utilizado é “celebrar”: “Jogadores da Croácia derrubam um fotógrafo enquanto celebram após Mario Mandzukic, da Croácia, marcar o segundo gol da equipe”. O texto, de muitas formas, conota a ideia de que, quando há um gol, qualquer ruptura deve ser amenizada, afinal, esse é o momento mais intenso do esporte e, em uma Copa do Mundo, essa celebração adquire proporções ainda maiores. Percebem-se, ainda, as letras AFP na cadeira caída ao lado do fotógrafo: trata-se da Agence France-Presse, veículo de notícias em que Cortez trabalha.

Quadro 6 – Kroos: Quadro-síntese.

Plástico	<ul style="list-style-type: none"> • A imagem causa confusão. São muitas cores, formas e detalhes; • Chamam a atenção a cor azul do uniforme do jogador croata – ao centro – e também o verde, tanto do gramado quanto do uniforme do goleiro reserva da equipe – à esquerda; • Há a presença de cores quentes nas meias dos jogadores e na camisa do expectador – à direita da fotografia; • A cena em questão é cortada pelos limites da foto, logo, pressupomos que há muito mais coisas ao seu redor.
Iconico	<ul style="list-style-type: none"> • A foto representa espanto, tanto para quem a vê quanto para quem foi protagonista da cena; • Os olhares espantados são muitos, o que pode ser observado, principalmente, no rosto de Mario Mandžukić, autor do gol e da situação imprevisível; • Os mitos, por conseguinte, produzem situações imaginárias, conforme apontado por Morin (1972).
Linguístico	<p>O texto conota a ideia de que, quando há um gol, qualquer ruptura deve ser amenizada, afinal, esse é o momento mais intenso do esporte e, em uma copa do mundo, essa celebração adquire proporções ainda maiores;</p> <p>Há, também, as letras AFP na cadeira caída ao lado do fotógrafo: trata-se da Agence France-Presse.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores.

5. APONTAMENTOS FINAIS

Este trabalho buscou analisar, do ponto de vista mítico-imagético, cinco imagens publicadas no site oficial da FIFA presentes na galeria “Russia 2018’s most eye-catching moments”. Pôde-se, ainda, elencar uma palavra que resumisse iconicamente a imagem. Ao fim das análises, alguns pontos podem ser destacados. São eles:

- Na Figura 1, Lionel Messi, da seleção argentina, corre após marcar o gol contra a Nigéria e a foto busca exibir a sensação desse movimento. Com os braços abertos, o jogador preenche todo o espaço fotográfico, alcançando as duas extremidades da imagem, demonstrando sua vibração com o objetivo concluído;
- Na Figura 2, Neymar Jr., solitário no campo após a vitória brasileira sobre a Costa Rica, protagoniza um desabafo, visto que o atleta, até aquele momento da competição, era seguidamente criticado por uma parcela de jornalistas e torcedores. O gol era, portanto, sua redenção;

- Na Figura 3, Hugo Lloris mostra sua grandiosidade ao salvar a França em bola chutada por Alderweireld da Bélgica. A defesa, naquele momento do jogo, foi fundamental, já que o placar estava em 0X0 e um gol belga poderia transformar a partida em uma batalha épica para a seleção francesa;
- Na Figura 4, a viagem da bola batida por Toni Kroos carrega consigo a esperança alemã da vitória. Deu certo; no entanto, o gol não impediu a desclassificação na primeira fase, pois, no jogo seguinte, a equipe foi derrotada pela seleção sul-coreana e deu adeus, pela primeira vez em sua história, à Copa do Mundo na primeira fase da competição.
- Na Figura 5, percebe-se o espanto de todos os envolvidos no lance: jogadores, fotógrafos e expectadores. Mario Mandžukić, após marcar o gol da seleção croata, corre em direção à torcida e é derrubado pelos colegas de time. Juntos, caem em cima do fotógrafo Yuri Cortez, a principal “vítima” da ação.

À guisa de conclusão, entende-se que o estudo atingiu seu objetivo e, ao mesmo tempo, projeta-se sua continuidade. É possível, por exemplo, realizar a análise aqui utilizada nas demais fotos da galeria Russia 2018's most eye-catching moments. Ou, ainda, analisar fotos de outros eventos de futebol ou também concretizar a análise de eventos de outros esportes, a fim de conhecer ângulos e pontos de vista diferentes. Sabe-se, contudo, que o modelo proposto por Joly (1996) é aplicável a inúmeras perspectivas da imagem, atendendo aos anseios de pesquisa de interessados em análises imagéticas.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Adalice Maria de. *Franklin Cascaes, o mito vivo da Ilha: mito e magia na arte catarinense*. Florianópolis: UFSC, 2008.

BĂLAN, Nina Aurora. Classical myths and marketing: a semiotic approach. *Analele Universității din Craiova. Seria Științe Filologice. Lingvistică*, Frankfurt, v. 39, n. 1-2, p. 13-18, 2017.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo, SP: Bertrand Brasil, 1993.

BARTHES, Roland. Rhétorique de l'image. *Communications*, v. 4, n. 1, p. 40-51, 1964.

BELGIUM v France: Hugo Lloris of France makes a save. *Getty Images*, Seattle, 2018. Disponível em: <https://www.fifa.com/worldcup/photos/galleries/russia-2018-s-most-eye-catching-moments-1#belgium-v-france-semi-final-2018-fifa-world-cup-russia-20>. Acesso em: 1 mar. 2021

BUTTERVORTH, Edric Allan S. *Some traces of the pre-Olympian world in Greek literature and myth*. Berlin: Thormann & Goetsch, 1966.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento, 2007.

CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill. *O poder do mito*. 30. ed. São Paulo, SP: Palas Athena, 2014.

DECARLI, Mariana Oliveira; SANTOS, Gessika Mayara dos; SANTOS, Jandira Pereira dos; DORETO, Daniella Tech; AZEVEDO, Vanessa Lúcia Santos de. *Fundamentos da pesquisa em serviço social*. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. 26. ed. rev. atual. São Paulo, SP: Perspectiva, 2016.

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. São Paulo, SP: Perspectiva, 1972.

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ENGLAND v Croatia: semifinal - Croatia players knock over a photographer as they celebrate. *Getty Images*, Seattle, 2018. Disponível em: <https://www.fifa.com/worldcup/photos/galleries/russia-2018-s-most-eye-catching-moments-1#england-v-croatia-semi-final-2018-fifa-world-cup-russia-21>. Acesso em: 1 mar. 2021.

FALCOUS, Mark; MASUCCI, Matthew. Myth and the narrativization of cycle racing in popular literature. *Sport in Society*, London, p. 1-17, 2019.

FARIAS FILHO, Milton Cordeiro; ARRUDA FILHO, Emílio J. M. *Planejamento da pesquisa científica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mito e significado*. Lisboa: Edições 70, 1989.

LIONEL Messi of Argentina celebrates after scoring. *Getty Images*, Seattle, 2018. Disponível em: <https://www.fifa.com/worldcup/photos/galleries/russia-2018-s-most->

eye-catching-moments-1#nigeria-v-argentina-group-d-2018-fifa-world-cup-russia-6. Acesso em: 1 mar. 2021.

LLOYD, Harriet R. The Myth of giving as good: charitable giving represented as an End in itself. *Discourse, Context and Media*, Amsterdam, NL, v. 25, 2018, p. 122-131.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: Editora José Olympo, 1972.

NEYMAR reacts following his side's victory. *Getty Images*, Seattle, 2018. Disponível em: <https://www.fifa.com/worldcup/photos/galleries/russia-2018-s-most-eye-catching-moments-1#brazil-v-costa-rica-group-e-2018-fifa-world-cup-russia-57>. Acesso em: 1 mar. 2021.

O FOTÓGRAFO que foi derrubado na comemoração da Croácia, mas não parou de clicar. 2018. *El País*; o jornal global, Madrid, 12 jul. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/12/album/1531347838_281566.html#foto_gal_4. Acesso em: 1 mar. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RANDAZZO, Sal. *A criação de mitos na publicidade: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

ROWE, David. Money, myth and the big match: the political economy of the sports media. In: WASHINGTON, Robert E. (org). *Sport, Power, and Society: institutions and practices*. New York: Taylor & Francis, 2018. p. 51-94.

RUIZ, João Álvaro. *Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos*. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TONI Kroos of Germany scores against Sweden. *Getty Images*, Seattle, 2018. Disponível em: <https://www.fifa.com/worldcup/photos/galleries/russia-2018-s-most-eye-catching-moments-1#germany-v-sweden-group-f-2018-fifa-world-cup-russia-42>. Acesso em: 1 mar. 2021.

TUASTAD, Svein E. The Scandinavian sport model: myths and realities. Norwegian football as a case study. *Soccer and Society*, Toronto, CA, v. 20, n. 2, 2019, p. 341-359.