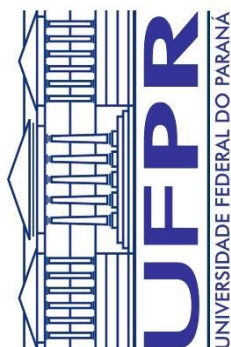


**SETOR DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS  
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO FÍSICA  
CURSO DE MESTRADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA**

**EVERTON DE ALBUQUERQUE CAVALCANTI**

**A MÍDIA E O MITO DO HERÓI: ANALISANDO AS MATÉRIAS  
DO CADERNO DE ESPORTES DA FOLHA DE SÃO PAULO A  
PARTIR DO CASO RONALDO (2008-2011)**



**CURITIBA  
2013**

**EVERTON DE ALBUQUERQUE CAVALCANTI**

**A MÍDIA E O MITO DO HERÓI: ANALISANDO AS MATÉRIAS DO CADERNO  
DE ESPORTES DA FOLHA DE SÃO PAULO A PARTIR DO CASO  
RONALDO (2008-2011)**

**Dissertação apresentada como  
requisito parcial para a obtenção  
do Título de Mestre em Educação  
Física do Programa de Pós-  
Graduação em Educação Física,  
do Setor de Ciências Biológicas  
da Universidade Federal do  
Paraná.**

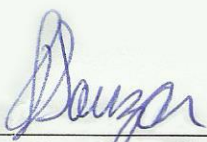
**Orientador: Dr. André Mendes Capraro**

# TERMO DE APROVAÇÃO

## EVERTON DE ALBUQUERQUE CAVALCANTI

**“A mídia e o mito do herói: Analisando as matérias do caderno de esportes da Folha de São Paulo a partir do caso Ronaldo (2008-2011)”**

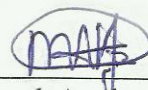
Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Educação Física – Área de Concentração Exercício e Esporte, Linha de Pesquisa Sociologia do Esporte e Lazer, do Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Setor de Ciências Biológicas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte Banca Examinadora:



Professora Dra. Doralice Lange de Souza  
Presidente



Prof. Dr. Fernando Renato Cavichioli  
Membro Interno



Prof. Dr. Miguel Archanjo Freitas Junior  
Membro Externo

Curitiba, 01 de Março de 2013.

A MÍDIA E O MITO DO HERÓI: ANALISANDO AS MATÉRIAS DO CADERNO DE ESPORTES DA FOLHA DE SÃO PAULO A  
PARTIR DO CASO RONALDO (2008-2011)  
EVERTON DE ALBUQUERQUE CAVALCANTI

2013

*A minha família e aos amantes  
do futebol.*

## AGRADECIMENTOS

Certa feita, o professor Ronaldo Castro em sua palestra pós-treino, questionou os atletas de nossa equipe, do porque nós jogávamos futebol. A maioria – inclusive eu – não pensou muito para responder e logo declarou: “Oras, porque eu quero ser jogador de futebol profissional”. Em seguida, o professor afirmou uma das coisas que mais marcaram minha vida e que desde então, levo comigo: “Ah tá, então quer dizer que se vocês não forem profissionais, de nada valerá todos esses anos jogando? Coloquem uma coisa na cabeça, vocês devem jogar futebol, porque simplesmente gostam de jogar futebol”. E não é que ele tinha razão? Todo esse tempo dedicado aos treinamentos e jogos não me renderam milhões, entretanto, me trouxeram até aqui. E sempre que alguém elogia minhas pesquisas, dizendo que eu entendo de futebol, simplesmente respondo a elas, que eu estudo aquilo que eu gosto de estudar e que o futebol para mim vai além de um campo de teorizações – necessárias – estando implícito desde minha gênese.

Sim, eu sou daqueles que carrega a bola de futebol debaixo do braço desde criança, que gostava de ir à escola só para encontrar os amigos e bater uma bolinha, que esperava pelo campeonato inter-classe, ou que se gabava por ser liberado da aula de português para os treinamentos dos jogos municipais. Daqueles que acompanhavam o time de coração pelo walkman ganho da madrinha ou que vibrava toda vez que o pai levava ao Pacaembu para comer um cachorro quente e assistir o jogo do Corinthians.

Sim, antes de entender de antropologia, eu já observava as pessoas caminhando em direção ao estádio, eu já percebia a alegria delas – e a minha – por estar ali vivendo aquele momento. Antes de compreender de sociologia, eu já entendia que o futebol agregava as pessoas em torno de um grupo e que discutir aquilo com os amigos era tão legal quando meu time ganhava e tão amendrotador quando ele perdia.

Vivenciar intensamente o futebol em seu âmbito prático despertou um potencial que eu não imaginava ter, e que hoje é meu grande trunfo como pesquisador da área. Porque aliar a prática com as teorizações antigas e contemporâneas não é fácil, porém, menos difícil do que teorizar sem ter vivido. É nesse momento – que eu já to falando demais, rs – que eu gostaria de agradecer a inúmeras pessoas que colaboraram inicialmente na minha formação prática e posteriormente na formação teórica, junção que certamente me capacitou a escrever esse texto que vos segue.

Primeiramente agradeço a Deus por sua infinita bondade e amor para comigo e por ser a minha fortaleza nos momentos de dificuldade.

Agradeço a minha mãe Marcia Cavalcanti por estar ao meu lado em todos os momentos, por ser parceira, companheira, conselheira, por me educar, amar e mostrar que nunca, nunca estive sozinho nessa caminhada. Por acreditar no meu trabalho, por alegrar-se junto comigo no momento de uma carta de aceite, por me incentivar quando tudo parecia estar perdido. Enfim, muito obrigado mãe!

Agradeço a meu pai Valdir Cavalcanti por ter me educado e nunca deixado que algo faltasse em minha vida. Por ter me feito corintiano e dado continuidade a essa tradição de família e por fazer parte da minha formação ideológica sobre o futebol.

Agradeço meu irmão Marcos Cavalcanti por ser um apoio importante em todos os momentos da vida e pela colaboração efetiva no texto em relação aos recursos tecnológicos e sistemáticos, necessários para a formatação do trabalho nos moldes adequados.

Agradeço meu irmão Daniel Cavalcanti pela parceria de vida, pela amizade e principalmente pelas constantes risadas, que norteiam nosso cotidiano.

Agradeço à minha avó Zélia Cavalcanti pelo amor e carinho e por todo apoio durante a caminhada da vida, não sei o que seria de mim sem a senhora.

Agradeço a minha avó Ana Bete Leite pelo amor e carinho e por ter me acolhido em um dos momentos mais difíceis da minha vida.

Agradeço ao meu avô Rubens Cavalcanti por me apoiar nas decisões profissionais e acadêmicas e por me acompanhar inúmeras vezes ao Pacaembu quando temos a alegria de ver nosso Coringão jogar.

Agradeço ao meu avô Jairo Cavalcanti (em memória) por me incentivar a seguir a carreira esportiva e por ter influenciado em minha formação corintiana (particularmente não vi corintiano mais fanático do que o senhor).

Agradeço ao meu padrinho Valter Cavalcanti e a minha madrinha Jacqueline Cavalcanti pelo amor, carinho e incentivo.

Agradeço ao meu tio Rogério Leite por ter me ensinado muito sobre a prática futebolística e por permitir que eu o acompanha-se, quando criança, para cima e para baixo nos campinhos do Caiuá.

Agradeço aos meus tios Rodrigo e Ademir Leite (em memória) e a minha tia Ângela pelo carinho e amizade.

Agradeço a tia Eni pelas conversas, conselhos e por me incentivar profissionalmente.

Agradeço a tia Elda Nazaré pelo apoio, incentivo, pelas conversas sobre a pós-graduação e pelos conselhos da vida.

Agradeço ao meu primo/irmão Guilherme Cavalcanti pela amizade que dinheiro nenhum pode comprar e por estar presente nos momentos bons e ruins.

Agradeço ao meu primo/irmão Henrique Cavalcanti (em memória) pela amizade e pelos momentos que jamais esquecerei.

Agradeço as minhas primas/irmãs Larissa, Aline e Kaune Cavalcanti, pela parceria e amizade de todas as horas.

Agradeço ao meu amigo/irmão Manoel Nogueira pela amizade de muitos anos, pela parceria de todos os momentos, pelos conselhos e pelas discussões futebolísticas que certamente acrescentaram conhecimento em minha vida.

Enfim, agradeço a todos os parentes e familiares que de alguma forma influenciaram na minha formação pessoal e profissional.

Agradeço imensamente ao meu orientador, Dr. André Mendes Capraro por acreditar no meu potencial desde a graduação, por me iniciar na pesquisa científica, por fazer daquele primeiro artigo um sonho e um objetivo que se realiza, por me oportunizar o ingresso no mestrado, por ser extremamente participativo em minhas atividades acadêmicas, por todas as orientações sem hora marcada, nas quais ficávamos discutindo sobre futebol, pela constante intervenção nos momentos positivos e negativos, pelas críticas e por saber criticar (como um verdadeiro orientador), pelos elogios, pelo caráter humano com o qual lida com seus orientandos, pelos conselhos acadêmicos, profissionais e pessoais. Enfim, professor, muito obrigado!

Agradeço aos professores da banca, Dr. Miguel Arcanjo Freitas Júnior e Dr. Fernando Renato Cavichioli, pelas críticas e colaborações extremamente favoráveis ao desenvolvimento do trabalho.

Agradeço a professora e Doutoranda do departamento de Educação Física UFPR, Letícia Godoy, pelo incentivo, amizade, pelas críticas, conselhos, elogios, por todo material cedido, pelas manhãs de sexta na disciplina de Análise do Discurso em história, pela boa vontade em me ajudar a fazer um bom trabalho e por colaborar imensamente nessa fase tão importante da minha vida.

Agradeço a professora, presidente da banca, Dra. Doralice Lange de Souza pelas críticas e elogios ao meu trabalho, pelo incentivo e direcionamento da pesquisa e pela oportunidade de trabalhar em conjunto na construção de artigos científicos. Espero que possamos continuar essa parceria que muito enriquece minha formação acadêmica!

Agradeço a todos os professores da Pós-Graduação ainda não citados e que certamente colaboraram significativamente em minha formação. Dr. Wanderley Marchi Júnior por ter me dado a oportunidade de cursar sua disciplina como aluno ouvinte e assim conhecer melhor o programa. Dr. Fernando Marinho Mezzadri pela disciplina que possibilitou discutir acerca do meu projeto, colaborando satisfatoriamente para o crescimento. A professora Dra. Cristina Carta Cardoso de Medeiros pela disciplina de Metodologia do Ensino Superior que norteou algumas técnicas necessárias para o ofício. A professora Doutoranda Rosecler Vendruscolo pelas conversas, conselhos, críticas, elogios e pelo material cedido. Aos professores Dr. Euclides Marchi e Dr. Luiz Carlos Ribeiro pela oportunidade de cursar suas disciplinas no Departamento de História.

Agradeço a todos os colegas e amigos da pós-graduação. Destaco: A Doutoranda Natasha Santos pela parceria, pelas críticas e elogios, e pela boa vontade em colaborar com a revisão ortográfica do meu trabalho. Ao Doutorando Juliano de Souza pela amizade, pelas críticas e elogios, pela parceria nos artigos científicos, pelas conversas sobre o nosso coringão, pelos conselhos profissionais e pessoais e pelo apoio em momentos que agente sabe reconhecer um amigo de verdade. Ao amigo e Mestrando Sandro dos Santos Ferreira, pela amizade desde a graduação, pelas conversas acerca da pós-graduação, pelas discussões sobre futebol e por todo conhecimento compartilhado ao longo de todo processo. E por fim, aos colegas Mestrandos Riqueldi Straub Lise e Rodrigo Cribari por compartilharem as experiências de seus referidos projetos.

Agradeço ao professor e amigo Clóvis Martins, por ter sido a primeira pessoa a identificar potencial acadêmico em mim, por me incentivar na iniciação a pesquisa científica, pelas discussões acerca do esporte e em específico do futebol, pelos conselhos, pela motivação quando as coisas não ocorriam como deveriam e pelos momentos de alegria compartilhados. Enfim, saiba que você é um dos responsáveis por eu estar completando mais essa fase da minha vida e eu sou imensamente grato por isso, muito obrigado Clóvis!

Agradeço a todos os meus amigos e colegas de graduação na Universidade Positivo, com destaque para: Andreia Túlio, Bruno Kenappe, Carlos Henrique Garon, Carlos Augusto Garon, Karin Kurzawa, Luiz Felipe Ostrovski, Paulo Carvalho, Saymon Ortiz e Wagner Argenton por



compartilharem comigo quatro anos de muito aprendizado e experiências de vida.

Agradeço ao professor Ronaldo Castro pelos conselhos que fizeram com que eu escolhesse a profissão, por sua postura enquanto profissional do futebol, que colaboraram na minha formação e no meu caráter, pela amizade, pelo incentivo, por ter compartilhado seu conhecimento e pelos aprendizados que ajudaram em minha formulação ideológica acerca do futebol. Professor, sou imensamente grato por tudo!

Agradeço ao professor Sandro Orlandelli pelos aprendizados no período em que fui atleta, pela experiência compartilhada no futebol, por sua postura como profissional que certamente influenciou na minha escolha e pelo seu caráter humano no tratamento com os futebolistas.

Agradeço ao professor Rafael Fernandes pela amizade, pelas discussões sobre o futebol, que me fizeram amadurecer e analisar o esporte de maneira profissional, pelas conversas e risadas e pela oportunidade de compartilhar seu vasto conhecimento teórico/prático acerca do futebol. Pode ter certeza que aprendi muito trabalhando com você, obrigado!

Agradeço a professora e grande amiga Graziela Moura pelos conselhos, pelas conversas, por estar sempre presente nos momentos bons e por estar disposta a me ajudar nas angústias pessoais, profissionais e acadêmicas. A professora e amiga Ms. Deise Rezende pelo apoio e incentivo na pós-graduação, pelas conversas e conselhos de irmã. Ao professor e amigo Doutorando Fabiano Barbosa pela oportunidade de compartilhar as experiências na Unesp de Rio Claro e pelo incentivo na conclusão do meu trabalho.

Agradeço aos meus amigos Eduardo Azrak, Johnny Andres, Fabiano Rodrigues, Fernanda Ritzdorf, Jorge Vitor, Natasha Angel, Franciele Asmin, Rosane Pranke, Geyson Roberto, Kethelyn Paola e Sergio Luiz por compartilharem os momentos bons e ruins.

Agradeço a CAPES pelo incentivo financeiro à pesquisa e a UFPR por proporcionar minha qualificação profissional gratuitamente.

A todos os que colaboraram para que esse momento fosse possível, **MUITO OBRIGADO!**

*Ei, povo brasileiro  
Não ponha suas crianças nas ruas para mendigar  
Pois a saída de nossos problemas é a educação  
Se você não teve sua chance  
Dê-a seus filhos então [...]*

*(Natiruts)*

## RESUMO

As narrativas apresentadas pela imprensa são um terreno propício para a veiculação da imagem do esportista como figura heroica, que sai do cotidiano, perpassa por caminhos desconhecidos, supera obstáculos intransponíveis e retorna a sua comunidade com a conquista da vitória almejada. Através disso, objetivamos analisar e refletir como o caderno de esportes da Folha de São Paulo retratou a imagem de Ronaldo a partir das matérias publicadas entre 2008 e 2011, período referente ao seu retorno para o futebol brasileiro. Em se tratando de uma pesquisa qualitativa, baseada na análise dos processos históricos, nos apoiamos na história do tempo presente, definida como uma história inacabada, que visa pesquisar o tempo do seu próprio objeto. O material de análise (fontes históricas) se refere ao periódico Folha de São Paulo, veículo de comunicação disponível nas bancas de jornal, na internet e no portal UOL. A escolha se definiu pelo fato de Ronaldo ter sido contratado por um clube da cidade de São Paulo, acarretando maior exposição de sua imagem nos veículos de comunicação local. Junto a isso, a elevada quantidade de notícias observadas, que se enquadravam no recorte temporal, inviabilizou a utilização de mais de um jornal, levando-nos a delimitar a pesquisa nas análises da Folha de São Paulo, partindo especificamente do tema caracterizado pela figura de Ronaldo. A partir do interesse em retratar o herói através de um estudo histórico-social do futebol, analisamos inicialmente as fontes, as quais apresentaram correlação com a teoria escolhida. Subdividimos os capítulos de acordo com a relevância de assuntos relacionados ao tema e utilizamos o material de análise de maneira com que suprisse as necessidades reflexivas das discussões abordadas. Em conjunto com a análise de fontes, utilizamos dos pressupostos teóricos elaborados por Joseph Campbell, que fala da ideia do “ciclo do mito do herói”. O ciclo do mito do herói se define pela saída do sujeito de seu mundo cotidiano, perpassando pelo limiar da aventura, onde encontrará desafios desconhecidos que testarão sua natureza heroica. O indivíduo, então, retorna ao limiar com o elixir da vitória que redimirá o seu povo, proporcionando experiência e sabedoria pela autoconquista, encerrando o ciclo mítico. Em seguida, partimos para uma caracterização do jornalismo esportivo no editorial de esportes da Folha de São Paulo, que demonstrou particularidades acerca da subjetividade e da ideologia implícitas ao veículo de comunicação em foco. As narrativas pesquisadas, sobre o retrato de Ronaldo, apresentaram como a Folha de São Paulo constrói o cenário esportivo a partir dos fatos apresentados pela realidade, permeando suas análises através de estratégias discursivas que utilizam da imagem do atleta como protagonista. A utilização do herói, como personagem de histórias criadas pelo periódico, justifica-se pela necessidade de identificar o atleta como uma referência esportiva e social capaz de afetar o imaginário do torcedor. Tais estratégias visam desenvolver as práticas de consumo do veículo de comunicação e, consequentemente, do espetáculo esportivo pautado atualmente pela lógica da indústria cultural de entretenimento. Em determinados discursos, observamos que o jornal enalteceu a figura de Ronaldo, construindo um cenário de mitificação do herói esportivo, através do sentimentalismo proposto por narrativas folhetinescas que objetivam atingir o leitor através da paixão, característica da identidade futebolística brasileira. Assim como nas notícias que tratam das conquistas, as narrativas dos fracassos do atleta utilizam do protagonismo, caracterizado pela trajetória permeada pelas vitórias anteriores, para vilanizar o sujeito que falhou e não correspondeu às expectativas. Por último, identificamos que no pronunciamento de encerramento da carreira de Ronaldo, o jornal consolidou e legitimou o discurso expresso pelo atacante.

Palavras-chave: Futebol. Ronaldo. Mito do Herói. Imprensa Esportiva. Folha de São Paulo.

## ABSTRACT

The narratives presented by the press are a propitious place to spread the image of the sportsman as heroic figure, who comes out of the everyday, goes through paths unknown, overcomes insurmountable obstacles and returns to his community with the achievement of victory. On this way, we aim to analyze and reflect about how the sports section newspaper Folha de Sao Paulo described Ronaldo's image, based on articles published between 2008 and 2011, which was the period through his return to Brazilian football. In terms of qualitative research, based on analysis of historical processes, we rely in the history of the present time, defined as an unfinished history, which aims to investigate the time of its own study object. The material of analysis (historical sources) refers to periodic Folha de Sao Paulo, a communication vehicle available on newsstands, on the Internet and on the UOL website. The option was realized because of the fact that Ronaldo had been employed by a football club from Sao Paulo, resulting in the greatest exposure of his image in local media. Along with this, there was observed a high amount of news in the period delimited. So, we limited the research on the analysis of only one newspaper, which is Folha de Sao Paulo, investigating specifically the theme characterized by the figure of Ronaldo. Initially, we analyzed the sources, which presented correlation with the chosen theory, in order to characterize the hero through a socio-historical study of football. We subdivided the chapters according to the relevance of subjects related to the theme and, also, we used the sources in order to satisfy the needs from the reflective discussions developed. Within the analysis of sources, we used the theory elaborated by Joseph Campbell, who established the idea of the "hero myth cycle". The hero myth cycle is defined by the individual that leaves his everyday world and breaks the threshold of adventure, where he will find unknown challenges which will test his heroic nature. After this, the individual returns to the threshold with the victory elixir, which will redeem his people, giving them experience and wisdom by providing self-conquest, ending the mythic cycle. Accordingly to this, we made a characterization of sports journalism in Folha de Sao Paulo sports editorial, which showed particularities about the subjectivity and ideology implied in the periodic that was analyzed. The narratives researched about Ronaldo's image showed how Folha de Sao Paulo builds sports scene, from the facts presented by reality, permeating its analyzes through discursive strategies, which use the image of the athlete as a protagonist. The use of the hero, as the character from stories created by the journal, is justified by the need for identifying the athlete as a sports and social reference, able to affect the fans imagination. Such strategies aim to develop the consumption practices of both journal and sports spectacle, which is ruled by the logic of cultural entertainment industry. In some discourses, we observed that the newspaper praised the figure of Ronaldo from a construction of a sports heroe mythologizing scenario. In order to this, the journal used the sentimentality proposed by romantic narratives that aims to reach the reader through the passion, which is a characteristic of Brazilian football identity. As the news about that deal conquests, the narratives about athlete's failures also use the protagonism of a player to transform the heroe in a villain, who failed and did not correspond to expectations. At last, we identified that the newspaper consolidated and legitimized the discourse expressed by Ronaldo, about the end of his career.

Keywords: Football. Ronaldo. Heroe Myth. Sports Press. Folha de Sao Paulo.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – CAMISA DE RONALDO NO CORINTHIANS.....	44
FIGURA 2 – RONALDO REALIZANDO EXERCÍCIOS NO TREINO.....	49
FIGURA 3 – RONALDO E O ATOR HUGH JACKMAN.....	82
FIGURA 4 – RONALDO APÓS A PRIMEIRA PARTIDA FRENTE O TOLIMA.....	100
FIGURA 5 – RONALDO NO DESEMBARQUE NA COLÔMBIA.....	102
FIGURA 6 – RONALDO APÓS A ELIMINAÇÃO NA LIBERTADORES.....	104

## **LISTA DE SIGLAS**

CBF – Confederação Brasileira de Futebol

COB – Comitê Olímpico Brasileiro

CONFAO – Conselho dos Clubes Formadores de Atletas Olímpicos

CONMEBOL – Confederação Sul-Americana de Futebol

EUA – Estados Unidos da América

FIFA – Fédération Internationale de Football Association

IMC – Índice de Massa Corpórea

SA – Sociedade Anônima

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>1 O PERFIL DO CADERNO DE ESPORTES DA FOLHA DE SÃO PAULO</b>	
1.1 CONTEXTUALIZANDO O JORNALISMO ESPORTIVO.....	27
1.2 HISTORIZANDO A FOLHA DE SÃO PAULO.....	28
1.3 O EDITORIAL DE ESPORTES DO JORNAL.....	30
<b>2 HEROÍSMO E MÍDIA: AS NARRATIVAS DO JORNAL</b>	
2.1 RONALDO, FUTEBOL E PUBLICIDADE.....	38
2.2 DESCONFIANÇA E EXPECTATIVA: A REPRESENTAÇÃO DISCURSIVA.....	46
2.3 A NARRATIVA DO RETORNO AOS GRAMADOS.....	55
<b>3 DESEMPENHO ESPORTIVO: O HERÓI EM FOCO</b>	
3.1 NARRATIVAS PRELIMINARES ACERCA DAS ATUAÇÕES.....	64
3.2 A SUPERVALORIZAÇÃO DA VITÓRIA: CAMPEONATO PAULISTA 2009.....	68
3.3 HEROÍSMO E MITIFICAÇÃO: COPA DO BRASIL 2009.....	81
<b>4 RONALDO E A REPRESENTAÇÃO DA DERROTA</b>	
4.1 A VILANIZAÇÃO DO HERÓI: COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA 2010.....	90
4.2 A IMAGEM DO FRACASSO: COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA 2011.....	99
4.3 A NEGAÇÃO DO RETORNO: O ENCERRAMENTO DA CARREIRA.....	105
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>111</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>119</b>
<b>FONTES.....</b>	<b>131</b>

## INTRODUÇÃO

O futebol passa por um processo histórico desde sua introdução no Brasil, ascendendo do amadorismo ao futebol espetáculo (PRONI, 1998). O contexto atual promove mudanças na relação estabelecida entre os agentes envolvidos com tal modalidade, pois a espetacularização proporcionou novas possibilidades para o esporte, modificando-o nos âmbitos político, econômico, administrativo e cultural.

Como elemento da cultura popular (HOBSBAWM, 1995), o futebol atual tem no mito do herói um referencial de conduta, que aproxima os atletas da transcendência, ou seja, a quase condição de semideuses. Isso ocorre pela trajetória percorrida, pelos desafios enfrentados e pelas vitórias conquistadas (RÚBIO, 2002).

A idealização acerca da prática competitiva modificou-se ao longo das gerações. A transformação dos valores institucionais acompanhou o crescimento do esporte a partir de avanços tecnológicos, proporcionando o desenvolvimento de novas técnicas, regras e equipamentos. Entretanto, a superação retrata um princípio recorrente no ideal esportivo desde os tempos antigos até a contemporaneidade (SILVA, RÚBIO, 2003, p. 70).

Campbell (1990) afirma que o herói é aquele que sai do mundo cotidiano e parte para o limiar da aventura. Superador de dificuldades e obstáculos desconhecidos, este herói conquista a vitória e retorna ao seu povo com os benefícios de sua redenção alcançada.

Rúbio (2001), pautada em Campbell, considera que a representação mitológica no esporte é, quase em sua totalidade, de natureza heroica. A autoconquista do herói, a saída para a aventura, o cumprimento do ciclo, a vitória almejada e a superação de obstáculos esportivos contribuem para que esta imagem se sedimente.

Nas narrativas apresentadas pelos meios de comunicação, o universo do futebol é considerado um terreno propício para a produção do mito do herói – sua trajetória de vida sai do mundo cotidiano para transpor dificuldades, realizar feitos impossíveis e trazer conquistas ao seu povo, no caso, os torcedores de uma agremiação ou selecionado (HELAL, 2003; GODOI, 2011, p.640).



A trajetória de um herói é marcada por vitórias e conquistas. Porém, a derrota reconstrói o sujeito, proporciona-lhe experiência, preparando-o para novos desafios, fazendo com que fique fortalecido para lutar por novas conquistas. Assim, o atleta aprende a persistir diante da derrota e supera dificuldades, o que o torna uma referência para outros indivíduos (RÚBIO, 2006).

Esse ideal de referência, que enquadra o atleta nas complexas práticas que regem o futebol, nos faz refletir acerca da sua relação com a figura heroica. Compreendendo que o herói constitui uma representação, que aproxima modelos de conduta social à exposição da imagem de futebolistas na mídia (HELAL, SOARES, 2001; RÚBIO, 2001).

Muller (1987) afirma que o herói assemelha-se à figura do ser humano exemplar, ampliando os conhecimentos em busca de uma renovação de sua realidade social. As dificuldades enfrentadas e a experiência adquirida no cotidiano perfazem o caminho de sujeitos das mais diversas culturas.

Conhecer a história de atletas, representativos no cenário esportivo, possibilita compreender o esporte em seu âmbito maior, entendendo as ligações que estabelece com outros setores da sociedade e como essas relações pré-estabelecidas se modificam, de acordo com o contexto do presente (RÚBIO, 2010, p. 73).

Neste sentido, Campbell (1990, p.140) demonstra que as barreiras encontradas pelo candidato a herói irão determinar se o indivíduo está apto a tal condição. O autor afirma que, para alcançar a condição heroica, o sujeito deverá apresentar capacidade para cumprir a tarefa, preenchendo requisitos como a coragem, a perseverança, a ousadia, a sabedoria e a paciência, a fim de superar os perigos e conquistar o objetivo.

Percebemos que vivenciar a carreira de atleta, por si só, tem um teor mitológico, dadas as dificuldades de alcançar o profissionalismo em grandes clubes do futebol brasileiro (RÚBIO, 2001). No entanto, a representação de alguns esportistas no cenário esportivo influencia determinados comportamentos sociais (sobretudo, no Brasil, onde o futebol é um dos elementos culturais mais representativos), colaborando para a consolidação do ideário de identidade nacional (HELAL, SOARES, 2001).

A criação desta identidade está atrelada às diversas formas de representação do futebol na sociedade brasileira, seja na rivalidade entre clubes, no estilo de jogo, no histórico da seleção, no desenvolvimento cultural futebolístico do país ou na admiração por determinados esportistas (GIGLIO, 2007).

Segundo Rúbio (2002), nenhuma manifestação mitológica permaneceu por tanto tempo no imaginário quanto o mito do herói. A autora afirma que: “Dentre os vários fenômenos que a sociedade moderna tem produzido para a emergência de atitudes heroicas, o esporte vem ocupando um dos lugares mais destacados” (RÚBIO, 2001, p. 95).

Dentre os futebolistas brasileiros que mais se enquadram neste cenário atualmente, encontra-se Ronaldo Nazário de Lima, popularmente conhecido como “fenômeno”, eleito três vezes o melhor jogador do mundo pela FIFA (nos anos de 1996, 1997 e 2002).

Nascido em 22 de setembro de 1976, na cidade do Rio de Janeiro, Ronaldo iniciou sua trajetória profissional, no futebol de campo, atuando pela equipe do Cruzeiro Esporte Clube de Belo Horizonte, estreando no campeonato brasileiro de 1993<sup>1</sup>. Em seguida, aos 17 anos, foi convocado para disputar a Copa do Mundo de 1994, nos EUA, pela seleção brasileira<sup>2</sup>.

Transferido por seis milhões de dólares para o Philips Sport Vereniging (PSV) da Holanda, o atacante sofreu sua primeira grave lesão, sendo submetido a uma cirurgia no joelho (raspagem na cartilagem). No início da temporada, em 1996/1997, o atleta se transferiu para o Fútbol Club Barcelona da Espanha, por vinte milhões de dólares, conquistando, pela primeira vez, o título de melhor jogador do mundo pela FIFA.

Ao final da temporada (em 1997), foi contratado por cerca de 32 milhões de dólares pelo Football Club Internazionale de Milano, clube no qual recebeu o apelido de “fenômeno”<sup>3</sup>, sendo eleito pela segunda vez consecutiva o melhor

---

<sup>1</sup> Em notícia publicada pela Folha de São Paulo, que destaca a estreia do volante Zé Elias pelos profissionais do Sport Club Corinthians Paulista, Ronaldo aparece na escalação do Cruzeiro Esporte Clube, time pelo qual iniciou sua carreira profissional (FOLHA DE SÃO PAULO, 07 set. 1993, p. A3).

<sup>2</sup> Em nota publicada no dia da convocação, a Folha de São Paulo retrata Ronaldo como um dos prováveis convocados para a Copa do Mundo de 1994. Fato confirmado horas mais tarde, pelo então técnico Carlos Alberto Parreira (FOLHA DE SÃO PAULO, 10 mai. 1994, p. A3).

<sup>3</sup> A notícia publicada pela Folha de São Paulo mostra a repercussão da contratação de Ronaldo pelo Internazionale de Milano (FOLHA DE SÃO PAULO, 27 jul. 1997, p. A8).

jogador do mundo pela FIFA. No ano seguinte, destacou-se pelo clube italiano e foi convocado para a Copa do Mundo como a referência da seleção brasileira. Marcou quatro gols na competição e recebeu a Bola de Ouro, troféu oferecido ao melhor jogador do Campeonato.

Porém, a derrota para a seleção da França, na final do Campeonato, levantou vários questionamentos sobre o ocorrido com o atacante antes da partida, no hotel onde o Brasil estava concentrado<sup>4</sup>; além de ser definida como um fracasso, apesar das estatísticas (GASTALDO, 2001).

Em 1999, o atleta rompeu em 20 cm o tendão patelar do joelho direito, lesão que o afastou por cerca de cinco meses do futebol. Em meio às sessões de fisioterapia e o retorno aos treinamentos físicos, Ronaldo voltou a jogar na partida contra a Societa Sportiva Lazio, na final da Copa da Itália em 2000, quando sofreu rompimento total do tendão patelar do joelho direito<sup>5</sup>.

Mesmo atuando pouco e sendo questionado quanto a sua capacidade de voltar a atuar em alto nível<sup>6</sup>, Ronaldo foi convocado por Luiz Felipe Scolari para a Copa do Mundo de 2002, competição na qual marcou oito gols em sete jogos. Ao final do Mundial, em alta no mercado internacional<sup>7</sup>, transferiu-se para o Real Madrid Club de Fútbol da Espanha, por 39 milhões de euros, sendo eleito, pela terceira vez na carreira, o melhor jogador do mundo pela FIFA, no final do ano de 2002. Após um bom início no clube espanhol, o fraco desempenho durante os últimos anos de sua passagem por Madri gerou críticas individuais ao atacante, principalmente no que tangia à sua condição física<sup>8</sup>.

Em meio às críticas, Ronaldo foi convocado para sua quarta Copa do Mundo, em 2006. Com atuações consideradas ruins pela imprensa e estando acima do peso, o jogador teve questionada a sua convocação para o

---

<sup>4</sup> Folha de São Paulo noticia que, segundo a CBF, Ronaldinho teve uma crise de convulsão antes da final da Copa do Mundo de 1998 (FOLHA DE SÃO PAULO, 14 jul. 1998, p. A3).

<sup>5</sup> A Folha de São Paulo comenta acerca das lesões de Ronaldo e faz um resumo do seu histórico de contusões (FOLHA DE SÃO PAULO, 13 abr. 2000, p. A8).

<sup>6</sup> A Folha de São Paulo questiona o potencial de Ronaldo, utilizando-se das palavras do próprio técnico Luiz Felipe Scolari (FOLHA DE SÃO PAULO, 1 jun. 2002, p. D8).

<sup>7</sup> Ronaldo é o destaque da Copa do Mundo de 2002: marcando gol em todos os jogos, tem sua imagem valorizada após a conquista do mundial pela seleção brasileira (FOLHA DE SÃO PAULO, 18 jun. 2002, p. D3).

<sup>8</sup> O colunista José Geraldo Couto destaca o desempenho ruim de Ronaldo no Real Madrid e o fato de estar sendo preterido pelo técnico Fábio Capello (COUTO, 4 nov. 2006, p. D3).

selecionado nacional<sup>9</sup>. Porém, com três gols na competição, tornou-se o maior artilheiro de todas as Copas do Mundo, com quinze gols.

Com Ronaldo desvalorizado pela irregularidade de suas atuações, a má fase do clube e as constantes brigas com o técnico do Real Madrid, Fábio Capello, o atacante foi negociado com a Associazione Calcio Milan da Itália, por 7,5 milhões de euros<sup>10</sup>, porém, uma nova lesão impediu que o atleta continuasse a carreira no clube italiano.

Em dezembro de 2008, retornou ao futebol brasileiro em meio a uma polêmica. Torcedor declarado do Clube Regatas Flamengo, o atacante, que se recuperou da lesão no clube carioca, assinou contrato para atuar pelo Sport Club Corinthians Paulista na temporada de 2009<sup>11</sup>.

No mesmo ano, o atleta foi campeão da Copa do Brasil e do Campeonato Paulista pelo Corinthians. Após fraca campanha no Campeonato Brasileiro daquele ano, o jogador sofreu uma lesão diante da rival Sociedade Esportiva Palmeiras, contusão que tirou o esportista de atividade por volta de dois meses<sup>12</sup>.

Com o contrato renovado, criou-se uma expectativa acerca do desempenho de Ronaldo na Copa Libertadores da América de 2010, ano do centenário do clube paulista. Com a eliminação corintiana nas oitavas de final, diante do Flamengo, as críticas a Ronaldo, em relação ao seu desempenho e à sua condição física, se intensificaram<sup>13</sup>. O ano terminou com o Corinthians perdendo o título brasileiro para o Fluminense Football Club, ficando apenas na terceira colocação do campeonato.

De contrato renovado em 2011, Ronaldo participou do jogo em que o Corinthians foi eliminado pela Corporación Club Deportes Tolima da Colômbia, ainda na primeira fase da Copa Libertadores da América – fato que revoltou a

---

<sup>9</sup> A Folha de São Paulo destaca o início ruim de Ronaldo na Copa do Mundo de 2006, fato constantemente relacionado à falta de forma física do jogador (PERRONE, 16 jun. 2006, p. D2).

<sup>10</sup> Em nota, a Folha de São Paulo afirmou que o canal Antena 3, da Espanha, noticiou como fechada a transferência de Ronaldo para o Milan da Itália (PERRONE, 25 jan. 2007, p. D2).

<sup>11</sup> A Folha destaca a contratação de Ronaldo pelo Corinthians e a frustração dos flamenguistas no acerto do atleta com o clube paulista (FOLHA DE SÃO PAULO, 10 dez. 2008, p. D6).

<sup>12</sup> A Folha de São Paulo destacou a lesão sofrida por Ronaldo aos 18 minutos do primeiro tempo no clássico contra o Palmeiras, válido pelo primeiro turno do Campeonato Brasileiro de 2009 (FERNANDEZ, GALDIERI, 27 jul. 2009, p. D2).

<sup>13</sup> Notícia destaca a entrevista coletiva de Ronaldo após a eliminação do Sport Club Corinthians Paulista na Libertadores de 2010 (FERNANDEZ, 07 mai. 2010, p. D1).

torcida, a qual responsabilizou o jogador pela derrota<sup>14</sup>. Após este episódio, o atleta foi a público e anunciou o fim de sua carreira profissional, programada, anteriormente, para o fim da temporada de 2011.

A partir da reflexão sobre o referido jogador, como integrante central do cenário futebolístico, compreendemos que o processo histórico que identifica o Brasil como país do futebol sofre influências midiáticas. Os meios de comunicação e os esportistas estabelecem ligações no campo esportivo, que consistem em uma troca favorável a ambos, criando uma relação sócio-histórica quase amalgamada. Tal condição, movida pelo interesse do público torcedor, colabora para o surgimento e desenvolvimento de representações sociais, que se tornam presentes no cotidiano da sociedade em geral (SOBRINHO, 2004).

Segundo Marques (2005), o desenvolvimento da globalização<sup>15</sup> que, por sua vez, colaborou para a difusão dos meios de comunicação e do próprio esporte pelo mundo, faz-nos entender que o futebol transcendeu às questões relativas ao jogo e estabeleceu novas relações na sociedade contemporânea. Assim, faz jus a ideia de que a economia, a política, a comunicação e a cultura podem influenciar a maneira como as medidas teórico-práticas são discutidas e aplicadas no contexto futebolístico brasileiro (RIBEIRO, 2003).

Proni (1998) afirma que o esporte espetáculo se potencializou a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, bem como pela consequente criação de uma cultura esportiva. Esta passou a ser veiculada pela televisão (por meio de seus canais específicos de esporte) e pelos jornais, sendo explorada atualmente tanto pelos acessores de imprensa de clubes, quanto pela mídia digital (GASTALDO, 2000).

A relação entre meios de comunicação e esporte vai além da produção discursiva, exercendo importante papel social, como na formação de opinião, na elaboração da crítica, na investigação de possíveis contradições no campo e na difusão da informação (BORELLI, 2002).

---

<sup>14</sup> A Folha de São Paulo afirma, em notícia após a eliminação do Corinthians na Libertadores de 2011, que a Torcida Organizada Grêmio Gaviões da Fiel pedirá o afastamento de Ronaldo do time (BRAGA, 06 fev. 2011. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com)).

<sup>15</sup> A globalização é o processo que torna o mundo unido em uma única sociedade, estando associada à quebra das barreiras do mercado nacional e à consequente aplicação de capital internacional (OUTHWAITE, BOTTOMORE, 1996).

Tal relação pode ser compreendida como interdependente, englobando aspectos culturais, políticos e econômicos (SOBRINHO, 2004). Os meios de comunicação são os mediadores entre o público e os diversos campos sociais (BACCEGA, 2001). Através destes, a informação é veiculada, determinando construções simbólicas que poderão alterar as relações sociais (SOBRINHO, 2004).

Dentre as ações construídas pelos campos midiáticos, o esporte se constitui como fenômeno importante, atuando na formação identitária, incutindo valores culturais e práticas sociais. E é justamente pela relação entre os atores envolvidos e a mídia, que o esporte se manifesta enquanto fenômeno social, justificando sua importância para o campo jornalístico (BORELLI, 2001).

Portanto, a relação do campo esportivo com a mídia propõe várias manifestações entre os diversos grupos sociais envolvidos (RÚBIO, 2002). Sendo assim, os meios de comunicação, o público e os esportistas com inserção midiática interagem no mundo futebolístico, estabelecendo relações entre si que podem afetar o futebol em seu âmbito maior (HELAL, SOARES, 2001).

O jornalismo se constitui como uma ferramenta dentre as diversas que compõem a mídia. Formulando a notícia (a construção simbólica do cotidiano), descreve os fatos e proporciona a interpretação dos mesmos pelos sujeitos de diversos segmentos da sociedade (SOBRINHO, 2004).

Estudar a notícia constitui uma importante forma de se analisar as ideologias em ação na mídia, delineando a forma como o jornalismo é produzido, como pode (ou não) ser influenciado pelas ideologias do profissional que escreve, pelo ambiente de trabalho e pelos proprietários do veículo de comunicação (JORGE, 2006).

A partir da síntese da carreira do atleta até o seu retorno ao Brasil, da caracterização da ideia de herói e introduzidos alguns preceitos fundamentais acerca da mídia<sup>16</sup>, apresentamos a questão/problema: partindo do conceito de herói, como a Folha de São Paulo retratou a imagem de Ronaldo, nas matérias publicadas no caderno de esportes entre 2008 e 2011?

---

<sup>16</sup> Os quais necessitam de uma análise aprofundada da especificidade da imprensa esportiva; da política editorial do jornal; das características na abordagem dos temas; das motivações para um fato se transformar em notícia; e da relevância das publicações em discussões histórico-sociais em um nível científico e acadêmico (LUCA, 2005, p.140/141).

Ao analisar o futebol, devemos considerar que este é um fenômeno cultural de grande magnitude, sobretudo na sociedade brasileira, capaz de apresentar inúmeras situações e manifestações de poder, controle social e geração de representações por parte dos diversos grupos sociais, envolvidos no campo esportivo (RÚBIO, 2002).

O futebol vem, assim, assumindo um papel relevante nas pesquisas acadêmicas em Ciências Sociais e Humanas, como podemos observar nos estudos de Toledo (2002), Damo (2005), Capraro (2007), Proni (1998), Negreiros (1998) e Freitas Junior (2009).

Portanto, é praticamente consensual que este seja capaz de auxiliar para o entendimento da sociedade brasileira, em um contexto mais amplo. A partir do conceito de herói, temos por objetivo analisar e refletir como a Folha de São Paulo retratou a imagem de Ronaldo, nas matérias publicadas no caderno de esportes entre 2008 e 2011.

Enquanto pesquisa qualitativa, caracterizada pela análise dos processos históricos, apoiamo-nos em procedimentos da história do tempo presente, que se define como uma história inacabada, na qual o historiador vive o tempo do seu próprio objeto (FERREIRA, 1998). A caracterização deste como tempo histórico permite entender a construção do presente não como uma continuidade homogênea do passado, mas como uma aproximação da história com o contemporâneo (CARDOSO, 2001).

O conceito de história do tempo presente está relacionado aos estudos do passado próximo e da história contemporânea. No sentido de haver uma investigação das fontes que privilegiam testemunhas em vida, além de fatos advindos da memória do pesquisador (AREND, MACEDO, 2009).

Não pretendemos singularizar o tempo presente, no sentido de fragmentar a historiografia, mas compreender as particularidades deste tempo histórico. Entendendo que o paralelo entre objeto e pesquisador permite ao primeiro modificar os rumos dos acontecimentos históricos, de acordo com o contexto em que estes ocorrem (NOVAES, 1992, p. 9).

A proximidade temporal entre pesquisador e objeto acarreta riscos para a análise de fontes, devido à ocorrência de novos fatos e o possível redirecionamento dos acontecimentos, além da interferência pela tomada de posição na interpretação por parte do historiador (FERREIRA, AMADO, 2000).

Além do que, o tempo presente se privilegia da quantidade de recursos documentais para a análise – fator positivo que merece a devida atenção, pois a abundância de fontes pode ser prejudicial à escolha e utilização das mesmas durante a pesquisa (FERREIRA, 1998).

Ferreira e Amado (2000) afirmam que, apesar da legitimação da história do tempo presente como método histórico, ainda ocorrem resistências a este como objeto de estudo da historiografia. Para advento de qualquer dúvida a respeito do tempo presente, Hobsbawm (1998, p. 243-255) esclarece a necessidade de pesquisá-lo como forma de preservação das fontes que serão utilizadas posteriormente, tratando de esclarecer o presente com os mesmos cuidados de outros métodos históricos.

Segundo Chauveau e Tetard (1999), existem dois fatores para explicar a ascensão da história do tempo presente como método historiográfico: o impacto de geração e, paralelo a isto, a demanda social. O primeiro se mostrou elemento fundamental no crescimento da historiografia. O impacto dos fatos ocorridos no século XX motivou a tentativa de explicação do presente, seja pelos jornalistas, políticos ou sociólogos através da história imediata; seja pelos historiadores enquanto pesquisadores do tempo presente. Percebemos, então, o surgimento de pressupostos metodológicos que permitem uma aproximação e caracterização particular para as pesquisas do presente, contrapondo positivamente com a ideia de história limitada aos estudos do passado.

A história do tempo presente, com a perspectiva de investigar a atualidade, pode colaborar metodologicamente como nova possibilidade para compreendermos os fenômenos contemporâneos, além da relação entre história e memória (MARANHÃO, 2009).

O material de análise da pesquisa (fontes históricas) foi constituído de um periódico de alcance nacional: a Folha de São Paulo – periódico de maior circulação do Brasil (MOREIRA, MARCHI JUNIOR, 2009), disponível nas bancas de jornal, por meio de assinatura mensal e na *internet* pelo portal UOL.

Tal escolha se justifica devido ao fato de o atleta ter sido contratado por um clube paulistano, acarretando maior exposição de sua imagem nos jornais locais. Além do que, a grande quantidade de informações observadas, inicialmente, e enquadradas no recorte temporal, inviabilizou a utilização de outros veículos de comunicação, levando-nos a delimitar a pesquisa às notícias



da Folha de São Paulo, partindo de um tema específico, caracterizado na representação de Ronaldo.

O critério para a escolha das fontes utilizadas no estudo partiu de uma ideia inicial acerca do interesse em analisar a figura heroica. Após uma leitura generalista do material recortado, observamos características da presença do conceito nas informações pesquisadas. A partir disso, estruturamos a divisão de capítulos, abordando a teoria e utilizando as informações do jornal de acordo com o surgimento dos assuntos propostos pelo tema.

Sabemos de antemão que, nas sociedades letradas, os periódicos de cunho jornalístico cumprem uma função importante como fonte de informação, contribuindo para a construção da memória social (HELAL et al, 2004). A veiculação das notícias jornalísticas é relevante para as manifestações sociais, além de servirem como referência de fonte para os registros históricos (HELAL, CATALDO, 2004).

Trataremos, em seguida, de um capítulo específico acerca das características do editorial esportivo do jornal Folha de São Paulo, permeando discussões que embasarão o entendimento da política de abordagem do periódico, em relação aos temas esportivos.

Em conjunto com a análise das fontes jornalísticas, a pesquisa se utilizará dos pressupostos teóricos, elaborados por Joseph Campbell (1997), no tangente à teoria do mito do herói, baseada em um ciclo no qual o herói parte do seu cotidiano voluntariamente para o limiar da aventura, em que enfrentará desafios desconhecidos e provas que testarão e ameaçarão sua condição heroica.

Essa trajetória é dotada de auxiliares que nortearão o caminho do herói na superação dos obstáculos enfrentados. Após passar pelo extremo das provas, o herói conquista a vitória e recebe o reconhecimento (divinização) por parte dos seus. O ciclo se encerra no retorno à sua comunidade, trazendo consigo o sucesso que há de redimir seu povo. Tal concepção do mito heroico, elaborada por Campbell (1997), se constrói a partir de análises da mitologia e da Grécia antiga, enquadradas no modelo proposto pelo autor.

Rúbio (2001) afirma que o mito do herói não só se difere de cultura para cultura, mas também é acompanhado por uma evolução temporal, que perpassa uma dada sociedade ao longo de seu processo histórico. Isso permite

pensar o herói mitológico a partir do tempo contemporâneo, no qual o heroísmo assume novas formas, como no caso do herói esportivo moderno.

Campbell (1997, p.12) afirma que o herói é o portador das boas novas, personagem histórico – cultural de seu próprio tempo. Ele deve se retirar do mundo e iniciar sua jornada, na qual deverá superar os obstáculos desconhecidos, dominando-os em favor de si mesmo. Nesse sentido, entendemos que os contos e mitos ajudam a ilustrar as provas e os caminhos percorridos pelo sujeito no período em que este saiu à aventura.

Transpondo a teoria para o período contemporâneo, Rúbio (2001, p. 99-100) afirma que a retirada do herói esportivo, para o limiar da aventura, ocorre quando este deixa a casa dos pais e passa a enfrentar dificuldades e obstáculos desconhecidos. A iniciação e a trajetória no clube são repletas de provações que testarão sua capacidade física, cognitiva e psicológica. A chegada à seleção nacional pode representar a recompensa, bem como o retorno à negação da condição mortal e à fuga mágica.

Campbell (1997) afirma que a teoria não necessariamente precisa ser aplicada no ciclo fechado. O próprio autor a utiliza em seus contos e mitos de acordo com a representação analisada. Estratégia esta que também pretendemos utilizar, ou seja, trataremos a teoria em conformidade com as fontes sem respeitar uma linearidade do ciclo nas discussões, mas utilizando-se do referencial de acordo com o surgimento dos fatos na problematização.

# 1. O PERFIL DO CADERNO DE ESPORTES DA FOLHA DE SÃO PAULO

## 1.1 CONTEXTUALIZANDO O JORNALISMO ESPORTIVO

Neste momento, pretendemos compreender as características gerais do jornalismo esportivo, para entender, em um segundo momento, como este se elabora na Folha de São Paulo. O editorial de esportes de um jornal impresso tende a seguir os padrões jornalísticos da maioria dos cadernos do periódico, porém, caracteriza-se pela especificidade de conteúdo.

Geralmente com propostas descritivas, apresenta um tensionamento de opiniões, principalmente, quando se elabora a partir da polêmica. Entretanto, tende a não ser partidário nas disputas – característica dos cadernos de política e economia, por exemplo. É normalmente entendido como entretenimento e proporciona certa liberdade de opinião, algumas vezes não permitida a outros editoriais (BEZERRA, 2008).

Essa subjetividade, representada pela maneira de formular a notícia, é um dos diferenciais na elaboração de narrativas com conteúdo dramatizado. A liberdade discursiva, associada às preferências clubísticas dos jornalistas, permeiam a construção de discussões passionais que identificam o futebol como paixão nacional (GASTALDO, 2008).

Os assuntos retratados pela imprensa esportiva podem ser atrelados à categoria de histórias relevantes para o público apreciador de narrativas folhetinescas. A construção da narrativa futebolística difere do equilíbrio entre neutralidade e objetividade, característico de outros cadernos específicos dos jornais (COSTA, 2011).

Pela abrangência do campo esportivo, o jornalista é conduzido a buscar novas estratégias, a fim de aprimorar o trabalho e lidar com o contexto específico, relativizando certas regras do jornalismo tradicional. Esta diferenciação no tratamento metodológico do conteúdo “esporte”, apesar de ter suas vantagens, mostra fragilidades, justamente porque a sua flexibilidade o condiciona ao tratamento de fatos por profissionais sem formação jornalística.

Até a década de 1940, o esporte tinha ocupação discreta em tal cenário. Entretanto, no final da década de 1980, as coberturas esportivas passaram a ter destaque, sobretudo em relação às Copas do Mundo (MARQUES, 2001).

Atualmente, o editorial de esportes localiza-se em espaço privilegiado, via de regra, ocupando as últimas páginas do periódico, as quais são consideradas as mais atrativas do jornal, juntamente com as primeiras (BORELLI, 2002).

O jornalismo esportivo exige que os profissionais criem estratégias específicas na abordagem e na relação com os leitores (SANTOS, 2010). O conteúdo pode ser apresentado de modo informativo e opinativo, com a elaboração de opiniões subjetivas e/ou óbvias, sem fundamentação teórica. Os discursos esportivos permitem a percepção de manifestações culturais simbólicas, associadas ao gosto dos torcedores, e servem como formação de opinião do público aficionado por futebol (BORELLI, 2001).

A função do editorial de esportes implica proporcionar informação ao leitor, ajudando o mesmo a compreender as “falas” dos agentes presentes no campo esportivo, tais como técnicos, jogadores, dirigentes e patrocinadores. No entanto, determinados periódicos abusam do discurso descritivo, restringindo-se a relatar o ocorrido antes, durante e após o evento, sem acrescentar valor avaliativo e/ou formativo – contribuindo para a estigmatização dos cadernos de esporte enquanto secundários (ALVIM, 2008).

O esporte é interdependente em relação a diversos campos, como o econômico, o publicitário, o político e o cultural. Pode, portanto, gerar informações e discussões relacionadas a campeonatos, bem como sobre o envolvimento político dos clubes, sobre a relação e dependência dos últimos com investidores, sobre o envolvimento direto do público e suas diversas maneiras de consumir o esporte, entre outros assuntos (DAMO, 2008).

O editorial de esportes se privilegia da relativa liberdade discursiva e sua especificidade proporciona sentido às discussões no campo esportivo. Os relatos jornalísticos (e os debates) permitem que o público leitor possa absorver informações e manifestar suas opiniões acerca das questões levantadas pelo jornal (BORELLI, 2002).

## 1.2 HISTORIZANDO A FOLHA DE SÃO PAULO

O jornal Folha de São Paulo tornou-se, na década de 1980, o veículo impresso mais vendido no Brasil (REBOUÇAS, 2008). Do seu início até a atualidade, transformações políticas e ideológicas ocorreram no seu editorial. O

objetivo aqui é descrever o processo histórico, no qual se sucederam essas mudanças, para que se possa compreender como o jornal elabora atualmente sua linha editorial e desenvolve o tratamento da notícia.

Segundo Veras (2008), o marco inicial do “projeto Folha” se deu com a criação do jornal Folha da Noite, no dia 19 de fevereiro de 1921. Período referente a inúmeras deficiências no serviço público, campanhas de apoio ao tenentismo (FERREIRA, PINTO, 2006), ao partido democrático (FAUSTO, 1997) e ao voto secreto (FERREIRA, PINTO, 2006). Em 1925, nasceu a Folha da Manhã, versão vespertina que tinha as mesmas bases editoriais da Folha da Noite, pautada por questões mercadológicas (ALBUQUERQUE, HOLZBACH, 2008). Em 1931, a empresa mudou de proprietário. Octaviano Lima (PIRES, 2007) passa a ditar as novas diretrizes, de acordo com o interesse do liberalismo e da lavoura (era cafeicultor), em oposição ao Estado Novo, além de priorizar campanhas sobre a saúde pública (VERAS, 2008).

Em 1945, a Folha voltou a mudar sua razão social, nesse momento, passando a se chamar Folha da Manhã S.A., transferindo o controle acionário às mãos de José Ramos (SOUZA, 2003), ao mesmo tempo em que uma mudança no discurso determinava novos rumos aos princípios da empresa. Além da questão mercadológica, a imparcialidade (como discurso) é incorporada para ampliar a credibilidade junto ao público leitor (ALBUQUERQUE, HOLZBACH, 2008).

Em 1º de julho de 1949, surge mais uma versão do editorial jornalístico da empresa, a Folha da Tarde (FOLHA ONLINE, 2011). Em 1959, Nabantino criou uma espécie de primeiro manual da redação, que pautava a atuação das Folha's em quatro tópicos: “informação, opinião, colaboração e fontes de receita” (NOGUEIRA, 2011).

Em 1º de janeiro deste mesmo ano, ocorre a fusão dos três editoriais – Folha da Manhã, Tarde e Noite –, formando assim o jornal Folha de São Paulo, presidida por Caio de Alcântara Machado, substituído logo após pelos empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho (PIRES, 2007). Os empresários investiram na organização do empreendimento, na aquisição de tecnologia e no pagamento das dívidas, estratégias que colaboraram para o crescimento do grupo (PIRES, 2007).

Na década de 1970, o perfil jornalístico da Folha de São Paulo começou a mudar, tornando-se de caráter combativo (ALBUQUERQUE, HOLZBACH, 2008). Veras (2008) relata que, em 1976, foi lançado um espaço chamado “tendências/debates”, dedicado à publicação de textos de intelectuais e políticos perseguidos pela Ditadura Militar (GASPARI, 2002). Com o declínio do regime, Octavio Frias percebeu a possibilidade de crescimento, apoiando a redemocratização do país e o movimento “Diretas Já!” (NOGUEIRA, 2011).

A década de 1980 é marcada pela liderança em vendas do jornal Folha de São Paulo, apontado como um dos jornais de maior circulação no Brasil. Além disso, ocorre a formatação de um processo editorial que visava à informação correta, às interpretações competentes sobre essa informação e à pluralidade de opiniões sobre os fatos (VERAS, 2008). Em 1984, a Folha de São Paulo lançou o primeiro manual da redação, documento que pautava os ideais da entidade, visando a um jornalismo sério e objetivo (ALBUQUERQUE, HOLZBACH, 2008); projetando o que o manual denominava de jornalismo crítico, pluralista, apartidário e moderno (VERAS, 2008). Foram publicadas quatro versões do manual, sendo que a cada nova edição novos verbetes foram incorporados e a estrutura do documento, modificada (ALBUQUERQUE, HOLZBACH, 2008).

Os anos 1990 marcaram a criação de novos cadernos, sendo as notícias reorganizadas nos referidos editoriais. A constar, foram criados os cadernos Cotidiano, Esporte, Dinheiro, Brasil e Mundo (VERAS, 2008). Em 1996, a Folha de São Paulo superou a marca de um milhão de exemplares vendidos, diariamente. No mesmo ano, iniciam-se as atividades no portal Uol, pertencente ao grupo Folha. No final dos anos 1990, foram elaborados mais alguns novos cadernos, como a Folha Investe. Em 1999, é lançado o jornal Agora, em substituição à antiga Folha da Tarde. No século XXI, novas parcerias<sup>17</sup> possibilitaram ao jornal crescer consideravelmente (VERAS, 2008).

### 1.3 O EDITORIAL DE ESPORTES DO JORNAL

---

<sup>17</sup> A principal parceria do jornal Folha de São Paulo, atualmente, é com o Universo Online (UOL).

O editorial de esportes é um dos cadernos mais lidos atualmente no jornal Folha de São Paulo. Além de informações técnicas, aborda assuntos relacionados à política (clubística e nacional), *marketing* e legislação, retratando o esporte como espetáculo de magnitude mercadológica (FOLHA ONLINE. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br>). A estrutura do caderno varia significativamente (entre oito e dezesseis páginas), dependendo do dia da semana. Nas publicações do editorial, a ênfase é dada ao futebol, com destaque para as equipes de São Paulo. Vale ressaltar, também, a valorização da cobertura da seleção brasileira, além do espaço destinado aos campeonatos estrangeiros.

Os demais esportes, embora com espaço limitado, também têm cobertura diária, com destaque para o voleibol, a natação, o tênis e a Fórmula 1. Há também um espaço dedicado às tabelas de classificação e aos resultados das partidas nacionais e internacionais, além da programação esportiva televisionada – sempre com ênfase no futebol. Posto isso, pretende-se dividir a análise, que faremos a seguir, em dois momentos distintos: (1) a caracterização da notícia esportiva propriamente dita e (2) a identificação do perfil das colunas.

O editorial esportivo da Folha de São Paulo caracteriza-se pela análise da faceta política do esporte, sendo considerado por alguns especialistas como um caderno de política esportiva, o que singulariza este jornal diante dos demais (SANTOS, 2010). Por exemplo, na notícia publicada em 10 de fevereiro de 2011, o periódico destaca a briga entre o CONFAO e o COB, de maneira a expor a opinião de ambas as partes na luta política. O jornal, no entanto, não elaborou uma discussão aprofundada sobre o assunto, o que demonstra a sua relação superficial e pouco analítica em relação aos fatos. O jornal limita-se a divulgar as ações de cada órgão, como se pode observar, por exemplo, no trecho a seguir, que não foi seguido por nenhum comentário sobre os fatos:

O Confao (Conselho dos Clubes Formadores de Atletas Olímpicos) voltou a ficar com o pires na mão. O governo foi atendido em seu pedido para a retirada da medida provisória 502/2010 do artigo que previa que os clubes recebessem 0,5% dos recursos de loterias, que por sua vez seriam tirados do percentual de 4,5% que o Ministério do Esporte recebe. Ganhara notoriedade a queda de braço entre o Comitê Olímpico Brasileiro e o Confao, que reivindicava um quinhão da parcela do COB. Fundado em fevereiro de 2009, o Confao surgiu

com a proposta de levar 30% dos recursos repassados ao COB. A ideia de a verba sair dos cofres do ministério foi encarada como uma solução apaziguadora. Até ser eliminada. "Estou atônito. Não sei o que aconteceu, pegou todo mundo de surpresa. O [ministro do Esporte] Orlando Silva Junior foi pego de surpresa, e o relator, o deputado José Rocha (PR-PT)", explicou Edson Garcia, diretor executivo da CBC (Confederação Brasileira de Clubes). É a CBC que receberia a verba do ministério e o repassaria aos membros do Confao, entre eles o Flamengo, o Minas Tênis e o Pinheiros. "O governo acha que o Brasil disputará os Jogos Olímpicos de 2016 com quem? Os clubes formadores precisam ter verba para preparar os atletas. Não vai ter atleta para 2016", vaticina. A medida provisória será encaminhada ao Senado e, se aprovada sem alterações, seguirá para a sanção da presidente Dilma Rousseff. Os clubes, agora, pretendem entrar em contato com senadores para que eles encaixem de novo na medida provisória o artigo que trata da reivindicação do Confao. Nesse cenário, o documento voltaria à Câmara. "O argumento da liderança do governo para que o artigo fosse retirado é que isso constituiria uma vinculação de recursos para a confederação", rebate o relator Rocha. "Acho que não tem nada a ver, já que o dinheiro ia para o Ministério do Esporte e só aí iria para a confederação. Clubes como Pinheiros, Minas e Flamengo fazem um trabalho com esportistas que disputam Olimpíada e não têm recursos para isso", finaliza (OHATA, 10 fev. 2011, p. D12).

A Folha de São Paulo, aparentemente, interliga o campo esportivo, político, econômico, social e cultural (BOURDIEU, 1983), mostrando, mesmo que rapidamente, as condições com que o esporte é elaborado, discutido e praticado no país. Ressaltando que tais reflexões sobre política, cultura e economia esportiva são necessárias para o entendimento do esporte como um todo. No entanto, é preciso que essas reflexões deixem de ser apenas descritivas e passem a ser aprofundadas, considerando o intercâmbio que existe entre agentes de diferentes campos. O jornalismo esportivo também necessita ser profissionalizado, fazendo uma maior interlocução com outras áreas do conhecimento que influenciam as condutas esportivas.

O jornalismo político investigativo também faz parte do escopo do Caderno Esportivo, no qual se mostra a faceta dos bastidores do esporte; a relação entre dirigentes, atletas, comissão técnica; a política dos clubes, federações, confederações, comitês de arbitragem; e tribunais de justiça, com o intuito de divulgar as condições do esporte, além de noticiar e denunciar possíveis irregularidades no campo esportivo. Na edição de 11 de fevereiro de 2011, por exemplo, o Caderno destacava uma possível manobra, por parte do presidente do São Paulo Futebol Clube, Juvenal Juvêncio, e por parte do conselho do clube, ao tentar mudar o estatuto, que passaria a permitir uma



segunda reeleição consecutiva. Nesta notícia, afirma-se que a mudança do estatuto – que sugeria três anos de mandato na presidência, ao invés de dois – ocasionaria a possibilidade de uma segunda reeleição para Juvenal, já que seu primeiro mandato havia sido de dois anos. Em contrapartida, a oposição alega que a mudança do estatuto não invalidaria o primeiro mandato do presidente do São Paulo, o que supostamente não permitiria uma nova reeleição do mesmo (OHATA, 11 fev. 2011, p. D2). Vale ressaltar que o jornal abriu espaço para os dois lados apresentarem suas versões (situação e oposição), porém, não emitiu opinião acerca do assunto – características observadas também em outros editoriais do próprio jornal, como o político e o econômico.

A investigação por parte do jornal é o primeiro passo para que irregularidades possam se tornar públicas. A Folha de São Paulo cumpre esse papel (LÉLLIS, BONI, 2009), já que em várias oportunidades possibilitou o acesso a investigações de casos de corrupção, manobras políticas e irregularidades administrativas (SILVA, 2010; MENDES, 2002), seja no esporte, na política ou na economia. Porém, percebe-se que, logo que a discussão deixa de ser inédita e o público perde o interesse, o jornal abandona o assunto sem apresentar um desfecho para os fatos tratados.

Seguindo esta linha de jornalismo investigativo, a Folha abre espaço para notícias de problemas da sociedade contemporânea, que afetam diretamente o campo esportivo. Um exemplo disso é a notícia veiculada em fevereiro de 2011, quando publicou um suposto caso de racismo no jogo entre BMG/São Bernardo e Londrina/SERCOMTEL, pela Superliga de Vôlei masculino, realizado na cidade de Londrina. O atleta do São Bernardo, Deivid, acusara torcedores do Londrina de lhe chamarem de macaco durante a partida (BASTOS, 09 fev 2011, p. D12).

Não só neste caso, como em outras notícias de ordem social, os fatos são informados de maneira superficial e tratados como meras ocorrências. Em raras circunstâncias, foram tratados com mais profundidade, como ocorreu na cobertura do caso de racismo, envolvendo os atletas Grafite e Desábato, na Copa Libertadores da América de 2005 (CAVALCANTI, CAPRARO, 2009). Nesta ocasião, o jornal elaborou discussões com especialistas (inclusive cientistas sociais dos dois países envolvidos), realizou inúmeras reportagens e

acompanhou o caso minuciosamente, até sua resolução final, cumprindo o que se espera de um periódico sério, isento e crítico.

O caderno de esportes abre espaço, também, para questões de *marketing* esportivo; negociações entre empresas e confederações; disputas mercadológicas pelas principais competições; negociação entre clubes e redes de televisão, para transmissão de eventos esportivos; discussão sobre a exploração da imagem de atletas e demais agentes do esporte; e divulgação da exploração de novos ramos empresariais no setor esportivo.

A notícia publicada em 11 de fevereiro de 2011 é um exemplo disso, pois, a Folha de São Paulo relatara a possibilidade da Traffic perder os direitos de transmissão e publicidade da Copa América de 2015, 2019 e 2023, para a Full Play, empresa argentina que afirma já ter um acordo com a CONMEBOL para as próximas edições do torneio. A Traffic, porém, alega não somente ter os direitos de transmissão da Copa América de 2015, como também prioridade na negociação para as edições de 2019 e 2023 desta Copa. O jornal trata os fatos da disputa, relatando o tensionamento entre as partes e o posicionamento da CONMEBOL. Porém, se posiciona a respeito do assunto de maneira pouco analítica, como se pode notar no trecho a seguir:

[...] Segundo a Full Play, o novo acordo não prevê uma quantia a ser dada à confederação, mas uma comissão das cotas que forem vendidas. A empresa garante à Conmebol US\$ 40 milhões de lucro mínimo por torneio. No entanto, esse acordo entre confederação e empresa Argentina é considerado ilegal pela firma brasileira. Jochen Lösch, presidente de negócios internacionais da Traffic, afirma que o contrato que a empresa tem com a Conmebol está vigente até a Copa América de 2015. [...] De acordo com ele, se a Conmebol insistir que a Full Play é a detentora dos direitos da Copa América de 2015, a Traffic irá acionar a Justiça. [...] Caso perca os direitos da Copa América, será criada uma rusga na relação de J. Hawilla com a Conmebol. A Traffic foi uma das responsáveis por reerguer a tradição do torneio e mantém outros negócios com a confederação. Ela detém os direitos, por exemplo, das Eliminatórias Sul-Americanas e da Libertadores da América (ITRI, FERNANDEZ, 11 fev. 2011, p. D4).

Como afirmado anteriormente, outra característica importante do jornal é a cobertura dos jogos da seleção brasileira, sendo parcela considerável do caderno esportivo destinada a informar e avaliar o desempenho dos jogadores em treinamentos e jogos. Observou-se, ainda na edição de 10 de fevereiro de 2011, a repercussão da derrota da seleção brasileira para a França, em

amistoso realizado no Stade de France, em Paris. A capa e mais três páginas foram dedicadas única e exclusivamente aos acontecimentos deste jogo (FOLHA DE SÃO PAULO, 10 fev. 2011, p. D1, D2, D4, D6). Existe um sentimento de nacionalismo quando a seleção brasileira atua. A Folha incorpora e reproduz esse sentimento de nacionalidade (HELAL, SOARES, 2002). O periódico fez uma avaliação do jogo de maneira superficial, destacou algumas atuações individuais e descreveu o jogo a partir dos possíveis erros cometidos pela seleção. As críticas foram elaboradas de maneira pontual, sem uma maior contextualização nem aprofundamento.

Percebemos que a maioria das notícias do Caderno de Esportes possuem características descritivas, fortemente carregadas de juízo de valor. Exemplo disso foi a eleição de Messi como o melhor jogador do mundo pela FIFA. O título da notícia destacava: “‘Azarão’, Messi é o melhor outra vez”. A notícia faz alusão ao fato de o argentino não ser o favorito ao prêmio, já que sua equipe não foi à final da Liga dos Campeões da Europa e sua seleção não fez grande campanha na Copa do Mundo da África do Sul. Houve outros atletas que se destacaram nas principais competições do ano e que eram considerados “favoritos” ao prêmio (BUENO, 11 jan. 2011, p. D2).

Uma das características da notícia descritiva é a dramaticidade. O “melodrama” (MIRANDA, 2009) é utilizado como estratégia para chamar a atenção dos leitores e alavancar as vendas. Isso pode ser observado na reportagem que relata a eleição de Marta, melhor jogadora de futebol do mundo pela FIFA. O título da notícia expressa: “Marta ignora reinado e pede pelas mulheres” (FOLHA DE SÃO PAULO, 11 jan. 201, p. D3).

A notícia não tinha teor analítico e simplesmente informava ao leitor, de forma bastante emocional, sobre a entrega do prêmio, realizado anualmente pela entidade que comanda o futebol. O conteúdo dramático da notícia remete à situação do futebol feminino no Brasil, o qual sustenta condições precárias e recebe pouco apoio por parte das Federações estaduais e da CBF.

Outra proposta de publicação no Caderno de Esporte é a coluna, em que se escreve sobre diversos temas esportivos. A coluna esportiva é um espaço instituído para a exposição de opiniões e ideais específicos, havendo autonomia por parte de quem escreve. Em 2011, a Folha de São Paulo possuía treze colunistas esportivos, com destaques para Juca Kfourri, Paulo Vinícius

Coelho, Tostão e Soninha. Analisar-se-á, através de alguns exemplos, as características dos textos publicados, nesse formato, pelo editorial de esportes.

Na edição de 13 de fevereiro de 2011, Tostão criticou os jogadores da seleção expulsos em momentos importantes, além de fazer uma análise dos atletas convocados pelos últimos técnicos do selecionado do Brasil. Por último, criticou Ronaldo e outros atletas, que, segundo ele, não sabem a hora de se aposentar nem se preparam para tal momento (FOLHA DE SÃO PAULO, 13 fev. 2011, p. D5).

A coluna de Tostão retrata a função do colunista: opinar sobre questões atuais de acordo com seus ideais, dentro de uma linha crítica em relação ao que se discute e sobre quem se fala. As características analíticas da coluna diferem-se das características dos outros tipos de matérias, publicadas no Caderno de Esporte. Pensando a característica individual do colunista, percebemos que Tostão tem preferência por tratar do tema futebol no âmbito prático, discorrendo, por exemplo, sobre atuações de atletas e do momento que vivenciam profissionalmente.

Outra característica importante, em uma coluna jornalística que preza pela qualidade de informação, é não poupar críticas aos dirigentes, diretores e entidades esportivas, quando estes violam condutas morais ou agem em desacordo com a legislação. Na mesma edição de 13 de fevereiro, Paulo Vinícius Coelho relatou o descaso da CBF em relação à seleção, já que, após o fracasso na Copa do Mundo de 2010, afirmara, através do assessor de imprensa, que mudanças iriam ocorrer (COELHO, 13 fev. 2011, p. D7).

Segundo Coelho, após a contratação de Mano Menezes como técnico, nada de diferente foi feito. Pior: a Confederação deixou a encargo de Mano Menezes toda a organização da seleção brasileira. Este, sem suporte técnico, fez as vezes de treinador e diretor; em determinadas situações, tomando decisões que deveriam ser de responsabilidade do então presidente da entidade, Ricardo Teixeira (COELHO, 13 fev. 2011, p. D7).

Coelho elabora suas colunas de uma maneira mais integradora. Gosta, portanto, de abordar assuntos voltados à prática do futebol, mas também opina acerca de temas extracampo (como política, violência, economia); além de discorrer sobre a memória do esporte (SOARES, 2007) e estatísticas (VENDITE, VENDITE, MORAES, 2005).

Em outra coluna, Juca Kfourri criticou o técnico Mano Menezes por ter convocado Renato Augusto, questionando o fato de os dois terem o mesmo empresário. O colunista aproveitou para afirmar que o técnico da seleção não deveria ter empresário nem fazer comercial de cerveja. Por último, afirmou ser difícil querer idoneidade do técnico, quando o presidente da Confederação faz contratos nos quais ficaria com quase todo o eventual lucro da Copa do Mundo (KFOURI, 10 fev. 2011, p. D4). As colunas de Juca estão pautadas em um viés crítico e investigativo, sempre questionando a conduta dos principais detentores do poder no campo esportivo, os dirigentes.

Percebemos, na análise de três diferentes colunistas, algumas características semelhantes e que fazem parte do escopo de uma coluna jornalística. A liberdade de expressão relaciona-se ao fato do texto ser dissertativo. O jornalista não se prende a descrever informações ou relatar fatos, ao contrário, ele opina, critica e exerce seus ideais pessoais e profissionais acerca do tema que aborda. A própria escolha do assunto abordado retrata isso. A redação segue características de uma coluna, porém o conteúdo escolhido para discussão é tratado de acordo com a opinião de quem escreve. Isso torna a coluna o tipo de publicação que mais se aproxima de discussões elaboradas por outros editoriais do jornal, apesar de alguns colunistas não terem formação adequada para abordar o campo esportivo.

## 2. HEROÍSMO E MÍDIA: AS NARRATIVAS DO JORNAL

### 2.1 RONALDO, FUTEBOL E PUBLICIDADE

O Corinthians ontem fechou talvez o maior negócio de marketing de sua história. Vislumbra a explosão de vendas de sua camisa, de seus produtos licenciados, de receitas de patrocínio e de seu nome no exterior. E de quebra, se os joelhos deixarem, terá também os gols do principal artilheiro em copas e do atleta que foi eleito por três vezes o melhor do planeta (ARRUDA, PERRONE, 10 dez. 2008, p. D1).

O fenômeno da mercadorização do esporte investe na imagem de atletas que se enquadram nas características do herói esportivo. A presença na mídia, a popularidade, o carisma e as conquistas permeiam a criação de personagens que modificam a cultura através da divulgação e comercialização do futebol enquanto entretenimento (CAPRARO et al, 2011).

Na visão da Folha de São Paulo, a contratação de Ronaldo expressou uma estratégia publicitária, que permitiu aliar a imagem do clube a um esportista de carisma popular e relevante inserção midiática, ampliando a exposição do Corinthians nos meios de comunicação, além de propiciar novas possibilidades de crescimento econômico e comercial para o clube.

Relegando as questões técnicas da contratação do atleta para segundo plano, o direcionamento do periódico na exposição dos fatos demonstra a prioridade da narrativa em discutir os possíveis benefícios que a parceria poderia causar.

Mesmo sem atuar por mais de um ano, o posicionamento do esportista no campo esportivo permitia sua manutenção no noticiário jornalístico. Considerado o terceiro sujeito mais conhecido do mundo, Ronaldo era retratado como atleta exemplar, humilde e dedicado, aproximando-se de um modelo de referência social, enquadrando-se no ciclo do herói-mítico (ROGGERO, LARUCCIA, 2009; RÚBIO, 2001).

A Folha de São Paulo retratou, então, o retorno do atleta ao futebol brasileiro como manobra publicitária da diretoria do Corinthians, sem desconsiderar a trajetória do jogador, mas justificando sua análise a partir do contexto situacional. As condições físicas do esportista apresentavam-se precárias para a atuação em campo, sendo o atacante ironizado pelo jornal,

que afirmou ter sido uma “contratação de peso” (ARRUDA, PERRONE, 10 dez. 2008, p. D1).

A ironia se caracteriza como um recurso de linguagem capaz de expressar uma dupla interpretação, discursando algo que não se concretiza, denotando sarcasmo, desqualificação e deboche (BENETTI, 2007, p.40). Esse gênero discursivo enquadra-se na construção da narrativa em relação à contratação do atleta, principalmente devido ao seu histórico de dificuldades em manter a forma física, além do período de inatividade ao chegar no Corinthians.

A análise retrata os riscos de um projeto no qual os interessados não poderiam prever os resultados, remetendo ao início da aventura, quando Campbell (1997) afirma que o herói sai do cotidiano em busca da glória, desconhecendo os perigos com os quais poderá se deparar.

A Folha de São Paulo chegou a citar uma fala do então presidente do Corinthians, Andrés Sanches, afirmando: “Nós não estamos contratando o Ronaldo, estamos contratando uma empresa” (ARRUDA, PERRONE, 10 dez. 2008, p. D1). Aludindo ao fato de o atleta não ter chegado ao clube por sua condição técnica, mas por sua rentável imagem.

Nesta perspectiva, a chegada do esportista ao clube paulista tratava-se de uma estratégia de marketing, visando associar a imagem de superação, carregada pelo atleta, ao clube que retornava à elite do futebol brasileiro. No que tange a representação do sujeito como uma entidade empresarial, esta realmente se confirma, haja vista o impacto socioeconômico que sua presença causa nas campanhas publicitárias das empresas, pelas quais é patrocinado (ROGGERO, LARUCCIA, 2009).

Dois dos obstáculos e inimigos a serem superados nas jornadas do herói são os mesmos enfrentados pelos seres humanos em suas vidas cotidianas: os desafios físicos do ciclo da vida, bem como os desafios do subjetivo e da alma, que acompanham o sujeito do nascimento até a morte (RÚBIO, 2001).

Nesse sentido, as passagens que rememoram aventuras esportivas de Ronaldo serviram para mitificar sua trajetória como atleta, gerando identificação social e tornando a carreira do esportista um campo propício para a retratação

do herói esportivo moderno (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA 2011; MARQUES, 2005).

Essa associação do esporte à saga do herói pode ser observada nas campanhas publicitárias, expostas nos diversos meios de comunicação. Em uma análise da propaganda “Ronaldo brahmeiro”, a figura do herói é representada por um sujeito determinado, guerreiro, persistente e corajoso. Em outro exemplo, a campanha intitulada “Boas vindas a Ronaldo” utiliza-se do cenário mítico heroico, para expressar as características do atleta que supera a si mesmo e transpõe as dificuldades no esporte e na vida (GODOI, 2011, p.645-646).

A transposição do heroísmo esportivo para a vida cotidiana, exposta em campanhas publicitárias, aparenta ser um dos fatores positivos na valorização das marcas que patrocinam esportistas. A Siemens aumentou em 27% o faturamento após a contratação de Ronaldo pelo Real Madrid, equipe patrocinada pela empresa. Em outro exemplo, a Ambev contratou Ronaldo para a inauguração de uma fábrica na Guatemala, onde, três meses depois, a empresa já detinha 40% do mercado local (ROGGERO, LARUCCIA, 2009, p. 11).

A identificação heroica atribuída ao atleta e a transposição do heroísmo para o cotidiano dos sujeitos é utilizada como modelo de representação que, aliados à trajetória do esportista, geraram expectativas de crescimento econômico e financeiro no Corinthians, além de estreitar as relações entre o clube e seu torcedor.

O periódico então relatou que a contratação, além de estratégia de marketing, visava alavancar a comercialização de camisas, podendo colaborar no enfrentamento da crise financeira global, que afetava todos os setores da economia na época (ARAÚJO, 10 dez. 2008, p. D6). Nesse sentido, Andrés Sanches reafirmou o interesse em utilizar-se da imagem do atleta para proporcionar possibilidades de crescimento financeiro ao clube (PERRONE, ARRUDA, RANGEL, 11 dez. 2008, p. D2).

A trajetória do atleta e sua chegada ao Corinthians demonstram a representação do herói esportivo como um personagem de histórias construídas a partir da realidade do contexto esportivo, a qual, dentro do processo de globalização, permitiu a projeção da imagem através da



publicidade, movimentando o mercado financeiro, bem como ampliando as possibilidades de crescimento econômico no futebol (CAPRARO et al, 2011).

O posicionamento do jornal tende a destacar que Ronaldo não é uma contratação técnica, haja vista a imposição de dúvidas contundentes sobre seu retorno como atleta profissional. As referências aludem para o retorno financeiro do uso da imagem e dos possíveis patrocinadores que sustentem a parceria do atleta com o clube.

Supomos que, ao assinar contrato com o Corinthians, Ronaldo acreditava que ainda poderia ter sucesso jogando futebol. Mesmo que não declarasse seus objetivos, a tentativa de retorno aparentemente não foi motivada por questões financeiras – haja vista seu capital –, mas pelo desejo em superar-se novamente (RÚBIO, 2001).

Em outra notícia, ocorre uma aproximação dos objetivos de Ronaldo e Corinthians na negociação, já que a luta do clube para provar o seu valor é a mesma do atacante, que visa resgatar sua imagem positiva perante o público brasileiro (FOLHA DE SÃO PAULO, 10 dez. 2008, p. D6a).

Tal parceria se tratava de uma relação de troca, na qual o Corinthians almejava associar sua marca a um atleta que, caracteristicamente, era retratado como o indivíduo superador de desafios (CAMPBELL, 1997), com apelo midiático e publicitário (DAMO, 2008, p. 140) – requisitos que poderiam colaborar na recolocação do clube paulista, em uma posição de destaque no cenário nacional. Para Ronaldo, o novo clube era uma oportunidade para superar seus limites físicos, a inatividade e as polêmicas extracampo que o envolveram em 2008.

O primeiro desafio de Ronaldo no clube paulista foi voltar a jogar profissionalmente. Para isso, o jornal afirmou que o atleta deveria se recuperar da lesão sofrida quando atuava pelo Milan, em fevereiro de 2011, e superar um período de treinamentos visando melhorar sua condição física e técnica.

Entre a apresentação de Ronaldo, na próxima sexta e sua estréia com a camisa corintiana deve haver, no mínimo, um período de dois meses. Muitos acreditam até que o atacante não atuará no Paulista, que acaba em abril, por causa da recuperação da cirurgia no tendão patelar de seu joelho esquerdo (FOLHA DE SÃO PAULO, 10 dez. 2008, p. D6b).

A contratação como estratégia de marketing repercutiu positivamente. No entanto, seu retorno efetivo como atleta profissional gerou dúvidas contundentes, segundo o discurso do periódico. A narrativa remete ao tempo de recuperação da lesão como um dos desafios que o atleta deveria superar, demonstrando segundo Rúbio (2010), virtudes heroicas correlacionadas à paciência, à persistência e à determinação na busca pelo objetivo.

Mesmo que de maneira implícita, a imposição da dúvida revela o drama do esportista, resgatando, de certa forma, situações semelhantes experienciadas anteriormente pelo atleta. A narrativa aparenta questionar até que ponto Ronaldo estaria disposto a submeter-se, mais uma vez, a um processo de recuperação e recondicionamento físico para voltar a atuar competitivamente.

Este posicionamento baseou-se na situação em que o atleta se encontrava ao regressar para o cenário esportivo brasileiro. Destacando-se nos meios de comunicação, ora pelo excesso de peso, ora pela inatividade de quase um ano – lesionou-se em fevereiro de 2008 –, as notícias relacionadas ao atacante retratavam mais a sua vida particular do que propriamente sobre futebol, tratando os fatos com um imediatismo característico da imprensa esportiva (PEDROSO, 2003).

Apesar disso, o reconhecimento da trajetória vitoriosa de Ronaldo não foi completamente esquecido, em seu retorno ao futebol brasileiro. O periódico destacou a festa preparada para a apresentação do atacante, relatando que, assim como fazia com os principais reforços de sua história, o Corinthians ativou a sirene do Parque São Jorge para receber o astro internacional (ARRUDA, GALDIERE, 11 dez. 2008, p. D3).

Notamos que a relação entre a espetacularização do futebol e a criação de um cenário, no qual o atleta é transformado em protagonista do espetáculo esportivo, caracteriza-se como um elemento colaborador da formação discursiva do jornal (SANTOS, MEDEIROS, 2009).

A tentativa do periódico de comparar Ronaldo a outros esportistas, que se destacaram historicamente pelo Corinthians, demonstra o enaltecimento, a mitificação e a consolidação do atleta como herói, antes mesmo de ter atuado oficialmente pelo clube (CAPRARO et al, 2011).

Dentro do próprio jornal existem contradições acerca do discurso proferido. No entanto, entendemos que, independentemente da narrativa empregada, as estratégias discursivas elaboradas pelos meios de comunicação enquadram-se em modelos de elaboração da notícia, que objetivam comercializar o periódico, consolidando a cultura esportiva brasileira através de práticas sociais voltadas ao consumo real e simbólico do futebol.

A exposição do drama heroico repercute na identificação social pelo sentimento de luta pela sobrevivência, o qual aproxima o herói da realidade dos demais sujeitos inseridos em sua comunidade. A dificuldade, a persistência, a perseverança, a coragem e a sabedoria constituem características que podem ser transferidas para o cotidiano daqueles que se identificam com a sua referência de vida (RÚBIO, 2010, p. 66-67).

Na relação entre o espetáculo esportivo e a criação de histórias a partir da figura heroica, a trajetória do atleta é uma metáfora de batalhas, das quais é considerado o protagonista (RÚBIO, 2001). O periódico elabora seu discurso a partir da teatralização dos acontecimentos relacionados ao jogador, já que o herói esportivo caracteriza-se por ser o representante de sua comunidade na busca pelas vitórias (COSTA, 2010; 2011).

O cenário construído para a apresentação do atleta no Corinthians, bem como as dúvidas contundentes acerca de suas condições de voltar a ser um atleta profissional, demonstram como o jornal constituiu estratégias comerciais direcionadas ao enaltecimento e a polêmica, afetando o imaginário do torcedor e promovendo a prática de consumo da mídia (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Esta reflexão caracteriza as relações estabelecidas pelos agentes do campo esportivo, destacando a mídia como influenciadora da transformação da realidade social, ao criar e recriar uma cultura esportiva pautada nos princípios da globalização e do esporte espetáculo (HELAL, SOARES, 2001).

Em outra notícia, notamos que, ao mesmo tempo em que o jornal retrata a imagem de Ronaldo como astro do futebol brasileiro, relata que o Corinthians pretendia tratá-lo igualitariamente aos demais atletas do clube (ARRUDA, GALDIERI, PERRONE, 12 dez. 2008, p. D1).

Esse processo de estabelecer tratamento de igualdade entre os esportistas, independentemente do status profissional adquirido durante a

carreira, representa o ritual de humanização do herói e a consequente aproximação deste com os outros sujeitos inseridos no mesmo contexto social (GODOI, 2011; CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

É neste ponto que o torcedor identifica-se com o herói e passa a associar sua imagem como exemplo de humildade, dedicação e sucesso. Este retrato substanciado pelo cotidiano esportivo, além de sustentar a condição heroica do sujeito, projeta publicitariamente o atleta, movimentando o mercado esportivo através das práticas de consumo.

Campbell (1997) afirma que o protagonista das histórias é quase sempre um herói ou uma heroína e, neste sentido, consideramos o jornal um veículo propício à descrição do herói mítico da era moderna, já que, por diversas vezes, rememora e enaltece miticamente as conquistas, dificuldades e obstáculos enfrentados por esportistas renomados (CAPRARO et al, 2011).

Na capa do Caderno de Esportes do dia 13 de dezembro de 2008, o periódico estampou, ocupando a página quase por inteiro, uma imagem da camisa 9 que Ronaldo deveria vestir em seu novo clube. O jornal também relatou a seguinte mensagem: “Volta por cima Ronaldo. Rala que Rola” (FOLHA DE SÃO PAULO, 13 dez. 2008, p. D1).

FIGURA 1 – CAMISA DE RONALDO NO CORINTHIANS



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO DE 13 DE DEZEMBRO DE 2008

A frase apresenta características heroicas, como a superação, a determinação, a coragem e a humildade ao enfrentar os desafios (MULLER, 1987). Além de compor a realidade do herói, tais virtudes podem ser transpostas para o cotidiano do público leitor, reproduzindo a imagem do atleta como exemplo a ser seguido. Esta representação é possível, pois a carreira de Ronaldo permeou-se pela capacidade de vencer e de se reerguer após as derrotas (RÚBIO, 2010).

Aquela altura, uma multidão já se aglomerava por todas as dependências da sede social do Corinthians. Todos à espera de um ídolo que ninguém sabe ao certo quando, de fato, entrará em campo. Mas ele é Ronaldo, um dos maiores jogadores da história do futebol brasileiro (FOLHA DE SÃO PAULO, 13 dez. 2008, p. D3).

A formação discursiva no jornalismo esportivo se apoia em estruturas melodramáticas, enfatizando os acontecimentos de impacto e riqueza descritiva, recorrendo aos sentimentos teatralizados e às emoções exacerbadas, a fim de comover o público receptor (COSTA, 2010, p.2).

Tal estratégia discursiva demonstra uma narrativa que visa atrair a atenção do leitor a partir da emoção. A descrição dos detalhes da notícia justifica a construção da reportagem a partir de particularidades do periódico, na abordagem do fato – estratégia amalgamada aos interesses de outros agentes do campo esportivo, interligados aos atores culturais da mídia brasileira (COSTA, 2011).

A dramatização da notícia se faz presente a um retrato contraditório nas análises realizadas pelo jornal, ora enaltecendo o histórico do jogador permeado pelo heroísmo contemporâneo, ora relatando a desconfiança acerca da jornada aventureira, a que o esportista se submeteu.

A afirmativa a seguir faz pensar esta contraditoriedade, já que explicita que não está posta somente nas descrições e análises do próprio jornal, mas também no imaginário do corintiano: “A chegada de Ronaldo deixa o corintiano dividido entre o desejo de ser feliz e o medo da desilusão” (COUTO, 13 dez. 2008, p. D.6).

A análise do torcedor é influenciada pela formação discursiva do jornal, ou seja, a empolgação pela contratação de um atleta renomado mundialmente é dividida com as críticas a sua condição física (MARTINS, SANTOS, 2010).

A relação estabelecida, entre o periódico e os demais agentes do campo futebolístico, institui a notícia a partir das necessidades econômicas dos sujeitos envolvidos na discussão de um determinado tema. Esta realidade discursiva permeia a análise do esporte a partir da emoção, dos sentimentos e da teatralização dos acontecimentos (COSTA, 2010).

## 2.2 DESCONFIANÇA E EXPECTATIVA: A REPRESENTAÇÃO DISCURSIVA

Na conversa com Ronaldo, Mano disse que o atleta está ansioso para voltar a jogar, o que não ocorre desde fevereiro, quando rompeu o tendão patelar em partida do Milan. “Tivemos uma conversa em cima da linha de trabalho. E se não fosse essa idéia de ele voltar a jogar em alto nível e jogar uma Copa, acho que a diretoria não teria feito esta aposta e ele não estaria se expondo como está” (ARRUDA, 28 dez. 2008, p.D3).

Este foi o primeiro momento em que o jornal enfatizou as questões técnicas em detrimento das questões comerciais. O discurso de que o atleta foi contratado como estratégia publicitária transformou-se em uma discussão acerca do desafio em superar a lesão, que deixou Ronaldo inativo por mais de um ano.

A necessidade de manutenção de esportistas na mídia perpassa por esta caracterização do jornalismo esportivo, como uma instituição comercial que visa lucro, logo, o jornal publica notícias que estimulem o consumo (KELLNER, 2003). Neste sentido, o impacto socioeconômico, causado pela associação da imagem de Ronaldo a campanhas publicitárias, demonstra, também, o interesse dos meios de comunicação em manter o atleta na mídia (ROGGERO, LARUCCIA, 2009).

A moralidade da narrativa do herói mítico está justamente na questão do sacrifício ao qual se submeteu para alcançar seus objetivos (CAMPBELL, 1997, p.141). O jornal retrata o posicionamento do então técnico Mano Menezes, que afirmou que Ronaldo só aceitou o desafio de jogar no Corinthians, com o intuito de recuperar-se e retornar ao futebol de alto nível.

O desafio do atleta era provar que poderia jogar futebol competitivamente, deixando de representar apenas um produto comercializado para projetar a imagem do clube. Neste ponto, Rúbio (2010) afirma que a natureza do herói destaca-se pela capacidade de reerguer-se e comprovar sua condição heroica, superando as adversidades e voltando a vencer.

Na trajetória de Ronaldo, inúmeras vezes observou-se esse potencial para superar adversidades, ao recuperar-se de um fracasso e voltar a vencer. A própria carreira do atleta identifica-o como um protagonista de narrativas propícias à veiculação do heroísmo no esporte, haja vista as frequentes oscilações entre o sucesso e o fracasso pelos quais transitou (MARQUES, 2005).

O jornal questiona este potencial ao expor que o atleta não teria mais as mesmas condições de reerguer-se, estando sua contratação pelo Corinthians à sombra de seus feitos do passado. As críticas ao peso do atacante são um dos elementos mais utilizados para justificar este posicionamento. Em dado momento, o periódico chegou a utilizar-se do IMC – protocolo de avaliação física –, para afirmar que, mesmo chegando ao peso considerado ideal pela comissão técnica, Ronaldo ainda estaria em condição de sobrepeso (ARRUDA, COBOS, 29 dez. 2008, p.D1).

A construção da imagem do atleta se estabelece a partir do desempenho esportivo e de sua capacidade em manter-se em nível competitivo (GODOI, 2011). O jornal discordava da possibilidade de o esportista conseguir chegar nesse patamar novamente, apoiando-se na inatividade do atleta que, por sua condição física de então, não teria mínimas condições de acompanhar seus colegas de equipe.

A desconstrução da imagem é que, ao longo do tempo, possibilitou sua mitificação perante o público, já que a crítica humaniza o atleta, desafiando-o a provar sua condição heroica e retornar ao cenário midiático como superador das dificuldades impostas pelo esporte e/ou pela vida (MARQUES, 2005; CAVALCANTI et al, 2011).

Essas críticas acerca da condição física do atacante enumeram-se a partir das discussões sobre a estética corporal. No futebol contemporâneo, o cuidado com o corpo passou a ser condição essencial para a identificação de um sujeito como esportista. A criação de uma cultura esportiva – em que o

desempenho se correlaciona à perfeição física – não só elabora um tipo ideal para a imagem corporal do futebolista, como também exclui os que não se encaixam nestes padrões (SEBRENSKI et al, 2010).

A constante exposição da imagem de Ronaldo, no período em que esteve inativo, retrata a precariedade de sua condição física, além de relatar algumas atitudes contrárias à vida saudável, a qual, teoricamente, um atleta profissional deveria ter. Esse descomprometimento a respeito do cuidado com o corpo – no que tange principalmente a alimentação – aparenta ser um dos motivos pelos quais o jornal não acreditava no sucesso esportivo da contratação do atacante pelo Corinthians.

A Folha de São Paulo questionou, mais uma vez, a possibilidade de o atleta voltar a jogar profissionalmente, afirmando que nem mesmo o próprio Ronaldo sabia quando estrearia pelo Corinthians (FOLHA DE SÃO PAULO, 30 dez. 2008, p. D2).

Essa constante colocação do herói em xeque parece pressionar o atleta a respostas que – segundo o jornal – nem ele mesmo sabe. Isso decorre da subjetividade que compõe os desafios esportivos (MULLER, 1987). No caso de Ronaldo, as complicações da lesão, uma lesão muscular pelo tempo de inatividade, e a progressão de seu condicionamento físico nos treinamentos são alguns dos fatores que afetam um possível retorno ao futebol, os quais não podem ser previstos com exatidão.

Para conquistar seu objetivo, o atacante chegou a apoiar a pré-temporada longe da família, demonstrando interesse em recuperar-se da lesão (FOLHA DE SÃO PAULO, 30 dez 2008, p. D2).

Esses sacrifícios aos quais se submete – ao longo da carreira – baseiam-se na insistência, na perseverança e na determinação em vencer os desafios impostos pelas batalhas esportivas. Tal afastamento da condição divina revela as angústias e anseios que aproximam o esportista da condição humana, mitificando-o e transformando sua imagem em exemplo a ser seguido (CAMPBELL, 1997; MULLER, 1987; RÚBIO, 2001).

É notório que a admiração e a identificação com heróis esportivos parte do esforço atlético dispendido na luta por vitórias que satisfaçam sua comunidade (CAMPOS, 2007, p. 93-94). A constante exposição de imagens dos treinamentos realizados por Ronaldo no Corinthians, as notícias que



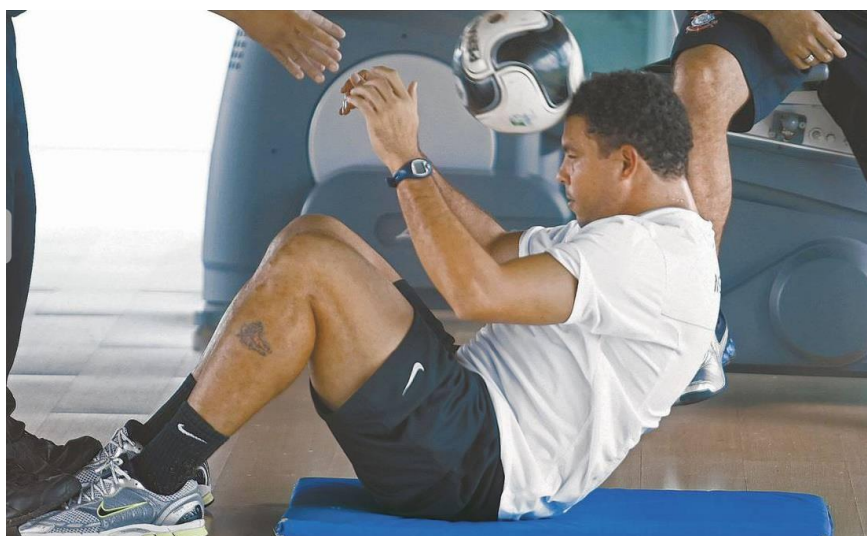
retratam o confinamento na concentração e a rigorosa dieta a que o atleta foi submetido, demonstram alguns exemplos de como o jornal se utiliza de estratégias que apresentam – ou reafirmam – o esportista como um sujeito determinado.

Esse efeito emotivo, que objetiva atingir o imaginário do torcedor através da admiração, só se concretizará se houver credibilidade em relação ao conteúdo retratado. O relato do atleta como benfeitor de uma conquista, que satisfaz os desejos de seu povo através de vitórias e conquistas, colabora na construção de narrativas de superação (JÁUREGUI, 2011).

A trajetória, permeada por oscilações entre o sucesso e o fracasso, caracterizam o atleta como um modelo propício a atingir os objetivos comerciais do jornal, a partir da estratégia discursiva abordada. O argumento justifica-se, haja vista que Ronaldo sequer estreou no Corinthians e já tinha sua imagem constantemente atrelada a essa representação de um sujeito que se supera a todo instante.

Nessa perspectiva, a Folha de São Paulo destacou uma imagem, na qual Ronaldo fez um treinamento de abdominais, finalizando o exercício com um cabeceio. Em tal publicação, fica explícito o apelo jornalístico ao retratar o aparente empenho, a dedicação e a vontade do atleta no processo de recuperação clínica e de condicionamento físico, para que voltasse a atuar (VIEL, 05 jan. 2009, p. D1).

FIGURA 2 – RONALDO REALIZANDO EXERCÍCIOS NO TREINO



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO DE 05 DE JANEIRO DE 2009

A partir do momento em que compreendemos que as histórias do herói contemporâneo são retratadas como trajetórias exemplares, entendemos também que a elaboração deste cenário teatralizado colabora no estabelecimento de estratégias comerciais do discurso esportivo (PITCH, 2009).

Compreendemos, então, que o jornal estava sempre buscando novos fatos que mantivessem Ronaldo em evidência. O tema de discussão e a estratégia de abordagem da narrativa podem mudar, no entanto o objeto de análise e os fins aos quais o discurso se refere não se modificam.

O desenvolvimento do espetáculo esportivo parte da necessidade da criação e manutenção de heróis, bem como da consequente construção de um cenário mítico, que possibilite o consumo do esporte através da exposição dos feitos heroicos de um atleta, somada à identificação do público com sua imagem (VALLE, 2003).

Por isso, a contraditoriedade é fator preponderante nas narrativas jornalísticas relacionadas ao futebol, ou seja, independentemente da estratégia de abordagem – positiva ou negativa – do discurso, o importante para o jornal é comercializar a imagem de Ronaldo, através de histórias das quais ele é o personagem principal (CAVALCANTI et al, 2011).

Ontem, sob o sol e um calor que beirava os 30°C, o atacante, participou da bateria de exercícios ministrada pelo preparador físico Flávio de Oliveira. Na atividade mais exaustiva, os jogadores precisavam correr em ziguezague para transpor objetos fincados no gramado. Ronaldo cumpriu a tarefa, mas de maneira mais lenta que os demais. Após a atividade, os jogadores correram em volta do campo, com Ronaldo sempre atrás, às vezes até parando para caminhar. Alguns de seus novos companheiros, como Moraes, até diminuíram o ritmo para acompanhar o fenômeno (ARRUDA, 07 jan. 2009, p. D4).

O exemplo acima é uma demonstração de como o jornal se apropria de uma narrativa com detalhes descritivos que se aproximam das características do mito heroico esportivo (CAMPBELL, 1997; RÚBIO, 2001). O relato apresenta o caráter espetacularizado que afetou a imprensa esportiva após a transformação do futebol em entretenimento, segundo o qual uma notícia

informativa é retratada como uma história, construída a partir dos fatos vivenciados pelo personagem em sua realidade (COSTA, 2011).

Até mesmo os termos utilizados pelo jornal, tais como “transportar objetos” e “cumprir a tarefa”, aproximam-se desta narrativa espetacularizada, que caracteriza o esporte contemporâneo e que afeta constantemente a cultura esportiva brasileira, pautada na necessidade do consumo através da imagem dos atletas.

Em outra notícia, o jornal destacou a irreverência de Ronaldo na entrevista coletiva, na qual o atacante imitou o então presidente Lula, afirmando que “alguém vai ‘sifu’ por seu sacrifício” em retornar ao futebol (BIANCONI, 14 jan. 2009, p. D1).

Esse discurso cômico se aproxima de aspectos peculiares à crônica para narrar o fato, já que os cronistas utilizam-se do humor, da ironia e da polêmica, no que concerne à construção de suas narrativas (CAPRARO, 2007). O gênero humorístico está ligado à caracterização do esporte como entretenimento, demonstrando que o jornal é um meio propício à elaboração de notícias que satirizam o sério (CARNEIRO, NILO, 2010).

Nessa narrativa, especificamente, a sátira retrata de maneira positiva a imagem do atleta e, desse modo, se legitima, pois a trajetória de Ronaldo permite que assim o seja. O próprio sujeito enuncia, implicitamente, que seu esforço será recompensado com a continuidade de sua carreira e que alguém – os adversários – pagará por todo sacrifício empregado em sua recuperação clínica e física.

Esse sentimento positivo, em relação à recuperação, remete à construção histórica de sua imagem como alguém que se reergue toda vez que fracassa e que, segundo o jornal – teoricamente –, desta vez não seria diferente (MARQUES, 2005). Segundo Rúbio (2006) no esporte contemporâneo, o sucesso, a vitória e as conquistas esportivas não estão somente ligadas à transposição dos próprios limites, mas também à superação do adversário.

Fatalmente, a realidade do futebol espetáculo corrobora com isso, já que de nada adiantaria Ronaldo recuperar-se clinicamente e retornar ao futebol, caso não concluísse sua trajetória com vitórias e conquistas. É como no exemplo clássico da Copa do Mundo de 2002, quando Ronaldo chegou

desacreditado após se recuperar de grave lesão no joelho e se consagrou artilheiro e destaque da seleção brasileira na conquista do título mundial.

As histórias heroicas são legitimadas por conquistas e pela mitificação dos sujeitos como protagonistas dessas vitórias, que privilegiam o cenário do desafio, da batalha, da dor, do drama e da recompensa (RÚBIO, 2001; MULLER, 1987).

É notório que o jornal acompanha essa lógica do esporte contemporâneo, de que não existe vitorioso sem derrotado (HELAL, 2003), justificando seu próprio discurso de que o sucesso de Ronaldo em sua trajetória no Corinthians relaciona-se ao fracasso de seus adversários nas disputas esportivas.

O jornal então destacou a evolução clínica e física do atleta, relatando a redução do peso corporal e reiterando as afirmativas de Mano Menezes, acerca da evolução das capacidades físicas do atacante, com destaque para força, aceleração e potência, deixando-o brevemente em condições de jogo (FOLHA DE SÃO PAULO, 31 jan. 2009, p. D4).

Conforme a fase de recuperação clínica chegava ao fim e os treinamentos eram intensificados, o discurso do jornal era reelaborado. Neste momento de ascensão, a estratégia é valorizar a evolução do trabalho e do esforço do atleta na busca pelo objetivo (SILVA, RÚBIO, 2003).

A lógica é simplista: a imagem positiva de um esportista que já tem consigo a alcunha heroica do superador de obstáculos – por sua trajetória – só comprova e ratifica esta condição perante seu público (CAMPOS, 2008). O discurso do jornal colabora na mitificação dos feitos do atleta, afetando diretamente a cultura esportiva e a comercialização do periódico (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

O jornal, então, se utilizou da evolução das principais capacidades físicas de Ronaldo como atleta – aceleração, força e potência – para legitimar um discurso que visa resgatar o esportista através de sua trajetória, mostrando ao leitor que ele pode retornar – ou aproximar-se – ao nível competitivo de outrora.

O esforço, o sacrifício e a superação são reconhecidamente necessários para que o atleta alcance seus objetivos e perpasse pelo limiar da aventura, com o sucesso que irá consagrá-lo como herói (RÚBIO, 2001, p. 165-

166). Neste sentido, destaca-se o empenho de Ronaldo na tentativa de retornar ao futebol:

Bem mais magro do que quando chegou ao Parque São Jorge, o atacante ontem participou de exercícios em dois períodos. Pela manhã, o jogador participou de exercícios de aprimoramento de finalização. A tarde, foi o destaque de um treino coletivo, fechado à imprensa e aos torcedores, no CT do Parque Ecológico do Tietê (FOLHA DE SÃO PAULO, 19 fev. 2009. Disponível em: <www.folha.com>).

A narrativa a partir da superação dos obstáculos, e da ênfase no esforço e no trabalho como forma de alcançar o sucesso, comprova porque o mito heroico não se preenche com um ato isolado. O candidato a herói necessita de outros requisitos, tais como a luta, a perseverança, a determinação, a honestidade, a coragem e o altruísmo para alcançar e se manter no posto (HELAL, 2003, p. 23).

São estes aspectos que o discurso da Folha de São Paulo transparece na narrativa. Ao relatar detalhadamente o dia de treinamento, o jornal demonstra o sacrifício e o empenho do atleta no cumprimento de sua tarefa. Essa disciplina no trabalho é que define o candidato a herói como um guerreiro disposto a transpor qualquer dificuldade na busca pelo seu objetivo (ALVES, 2003, p. 43-46).

Tal construção da imagem heroica a partir da batalha é uma estratégia discursiva utilizada de acordo com a realidade dos acontecimentos, atingindo satisfatoriamente o público, devido à identificação com a realidade social da comunidade brasileira (HELAL, 2003). No entanto, nem sempre se pensou assim, já que, por vezes, a imprensa esportiva prefere enaltecer os feitos heroicos a partir do talento inato, que independe da dedicação e do esforço para obtenção de resultados favoráveis (HELAL et al, 2009).

A oscilação do pensamento discursivo na imprensa esportiva é comum, justamente pela liberdade que o editorial possui em sua construção narrativa (BORELLI, 2001; BORELLI, 2002). Essa subjetividade na descrição dos fatos caracteriza o esporte singularizado, no que concerne ao tratamento dos fatos através da emoção, do drama e da polêmica; no entanto, o torna efêmero já que o editor pode mudar o rumo da linha de pensamento a qualquer momento,

quase sempre de acordo com estratégias que visam atingir o imaginário do torcedor através do consumo (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Um exemplo desta constante mutação do discurso esportivo ocorreu quando Ronaldo descumpriu a norma que orientava os atletas do Corinthians a retornarem ao hotel, em Presidente Prudente, antes das 23h, após folga concedida pela comissão técnica. No dia seguinte ao incidente, o atacante permaneceu no hotel ao longo da manhã, realizando atividades com o fisioterapeuta Bruno Mazziotti – situação que causou polêmica acerca da correlação entre o ato de indisciplina e o aumento do prazo para a estreia do esportista (GALDIERI, 28 fev. 2009. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

O jornalismo esportivo vai se readaptando de acordo com a ocorrência dos fatos, da mesma forma que as estratégias discursivas são constantemente reelaboradas. Essa oscilação entre narrativas que colaboram na construção e desconstrução da imagem do herói caracteriza-se como o efêmero (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011). Tal elemento corrobora com a ideia de que o futebol contemporâneo está interligado às características do herói guerreiro – que luta, batalha e trabalha –, distanciando-se do herói malandro que não se dedica integralmente ao que faz, mas se consagra através de feitos isolados (HELAL, 2003).

Essa representação da forma de construir a informação revela que nem mesmo Ronaldo está isento de críticas, estando a manutenção de sua imagem positiva na mídia relacionada a sua capacidade em manter-se disciplinado no trabalho.

A maioria das notícias, construídas pela imprensa esportiva acerca do futebol, tem como característica o excesso. Utilizando-se da polêmica como um recurso discursivo, que define o jornal enquanto um veículo de comunicação maniqueísta, elaboram-se as manchetes a partir de dualismos que classificam suas análises entre o bem e o mal, o certo e o errado ou entre heróis e vilões (COSTA, 2010).

É neste sentido que a Folha de São Paulo utiliza-se de estratégias distintas para atingir o imaginário torcedor, haja vista que a polêmica caracteriza-se como um recurso discursivo, que afeta o efetivo consumo do periódico, enquadrando-se no roteiro folhetinesco interligado aos sentimentos culturalmente construídos e reconstruídos pelo campo esportivo – neste caso,

correlacionados ao contexto no qual estão inseridos os fatos abordados pelo jornal.

### 2.3 A NARRATIVA DO RETORNO DE RONALDO AO FUTEBOL

No dia em que, pela primeira vez, Ronaldo é relacionado para um jogo oficial do Corinthians, a Folha de São Paulo destaca o fato através de uma indagação – “É hoje?” –, além de afirmar que Mano Menezes pretendia utilizá-lo na partida frente ao Itumbiara Esporte Clube, por até 45 minutos (GALDIERI, 04 mar. 2009, p. D1).

A instituição da dúvida na notícia representa todo o processo pelo qual o jornal permeou suas análises, durante o período entre a chegada de Ronaldo ao Corinthians e o momento em questão. O questionamento no contexto final de uma discussão, que durou quase quatro meses, seria uma maneira de transferir para o leitor o sentimento de suspense acerca da utilização – ou não – do atleta na partida pela primeira fase da Copa do Brasil de 2009.

O mistério causado pela expectativa na indagação mantém a atenção do leitor, demonstrando o caráter inconcluso que algumas narrativas do jornalismo esportivo apresentam. Isso permite ao jornal construir – ou reconstruir – a história do acontecido, utilizando-se de novos fatos, reelaborando a narrativa e afetando o imaginário do torcedor através do retorno de temas, que satisfaçam os consumidores do jornal e que, efetivamente, se constituam como estratégias comerciais de sucesso para o campo esportivo de modo geral (COSTA, 2010, p.104).

A dúvida imposta pela Folha de São Paulo acerca da entrada do atleta, na partida contra o Itumbiara, propõe justamente reascender a discussão das condições de Ronaldo em retornar ao futebol. Tacitamente, a pergunta traz consigo inúmeras outras questões que ao longo do tempo fizeram parte do noticiário, as quais voltam à tona (ORLANDI, 2007) em um momento propício para a discussão dos motivos pelos quais o atleta poderia – ou não – vir a ser o mesmo de outrora.

O jornal retratou os fatos do possível retorno ao expressar algumas questões que corroboravam com a estratégia discursiva, adotada no decorrer do processo de recuperação do atleta. Dentre os motivos que justificam tal

posicionamento em relação ao caso, o período em que o atleta se manteve inativo mostrou-se fator preponderante para que a narrativa relativiza-se as possibilidades de estreia (GALDIERI, 04 mar. 2009, p. D1).

O “já dito” – discurso que remete a outros discursos – auxilia na explicação dos motivos pelos quais uma narrativa se repete, saindo do cenário de acordo com o que o contexto apresenta e retornando ao foco da narrativa oportunamente (ORLANDI, 1983). Tendo em vista que um discurso remete a outros discursos (isto é, o já dito), podemos pensar que, para o jornal reascender uma discussão já superada, é necessário que a mesma tenha atingido os objetivos comerciais propostos, tornando-se uma estratégia discursiva que visa infundar determinadas questões. Tais reflexões afetam o imaginário esportivo contemporâneo, colaboram na constante construção de uma cultura esportiva de consumo e, conseqüentemente, beneficiam os agentes do campo esportivo (RÚBIO, 2001).

Entre uma notícia e outra, a estratégia da narrativa pode modificar-se. Na mesma página da edição do dia 04 de março, a Folha de São Paulo relatou o histórico de retornos após graves lesões do atleta. A manchete indicava: “Isto é Ronaldo: Estreias e reestreias” (FOLHA DE SÃO PAULO, 04 mar. 2009, p. D1).

Apesar da teoria do ciclo mítico heroico afirmar que cada aventura tem suas características singulares (CAMPBELL, 1997), o jornal aproxima o contexto em foco ao de outros momentos semelhantes, pelos quais o atleta passou. Essa tentativa de aproximação retrata positivamente a imagem de um esportista que já vivenciou situações parecidas em sua trajetória demonstrando, conseqüentemente, experiência suficiente para superar mais este desafio (CAPRARO et al, 2011; MARQUES, 2005).

Entre as características que diferem o herói dos demais, a constante superação de dificuldades está inclusa (RÚBIO, 2001, p.189). A carreira de Ronaldo está permeada por momentos que denotam este heroísmo, identificando-o como um sujeito corajoso, persistente e dedicado (MULLER, 1987).

Enquanto estratégia discursiva, a aproximação com outros feitos similares corrobora – novamente – com as afirmações de que a figura do herói é propícia às narrativas impressas dedicadas ao futebol. E, neste caso,



também demonstra como é possível encontrar notícias estrategicamente opostas na forma de abordagem dos fatos, mas que objetivam o mesmo fim comercial.

Ao longo do tempo e dos acontecimentos, a narrativa do jornal vai se modificando, se reelaborando e se construindo de acordo com os novos fatos apresentados na mídia. Neste sentido, a edição do dia 05 de março finalizou o mistério do dia anterior, retratando em manchete – “Ronaldo volta a ser jogador de futebol” –, a participação do esportista na partida contra o Itumbiara, pela primeira fase da Copa do Brasil de 2009 (GALDIERI, 05 mar. 2009, p. D1).

A frase é quase como uma resposta direta às próprias indagações do jornal. A intenção é justamente impactar, mostrar ao torcedor que Ronaldo está de volta, que venceu e que superou mais um desafio em sua carreira. A narrativa demonstra que a veiculação positiva da imagem do esportista trata de supervalorizar seus feitos, utilizando-se de suas conquistas para transmitir valores socioculturais relacionados à determinação, à superação e à transposição de obstáculos (MARQUES, 2005, p.68).

Subentende-se que, independentemente da importância do feito, o enaltecimento ao herói pela conquista reforça ainda mais a identificação do público com seu referencial de vida, colaborando para a construção de uma cultura esportiva, pautada na admiração aos personagens do espetáculo esportivo (JÁUREGUI, 2011).

De certa forma, o enaltecimento aos feitos heroicos demonstra que o retorno de uma aventura bem-sucedida traz consigo os símbolos da sabedoria à humanidade (CAMPBELL, 1997, p.114), haja vista que os atletas de sucesso são considerados exemplos de conduta esportiva e social (RÚBIO, 2001, p.183).

A narrativa descrevia detalhadamente os fatos, que ocorriam conforme o contexto se apresentava. O esportista era o centro das atenções, antes da partida: protegido por três seguranças e cercado por repórteres, enquanto caminhava em direção ao banco de reservas (GALDIERI, 05 mar. 2009, p. D1).

A exposição midiática de Ronaldo, mesmo sem ainda ter atuado, comprova como a mídia legitima sua carreira esportiva e a utiliza enquanto referência de trajetória vitoriosa. Os meios de comunicação colaboram na criação de um cenário no qual o atleta é retratado como uma celebridade, um

astro, uma estrela do *show business* – características estas que transformaram o futebol em espetáculo de consumo, e que fizeram dos atletas agentes fundamentais neste processo de construção de estratégias discursivas, que visam beneficiar o campo esportivo através da comercialização do esporte (MARQUES, 2005).

Esse detalhamento na descrição dos fatos, que cercaram o retorno do atleta ao futebol, tem uma justificativa estritamente comercial, já que, comprovadamente, Ronaldo é retratado como um produto comercializado pela mídia (ROGGERO, LARUCCIA, 2009). Isso ocorre devido ao fato de seu capital simbólico (adquirido ao longo da vida esportiva) junto a sua imagem pública constituírem uma figura singular no consumo de notícias, que extrapolam a duração de uma partida de futebol (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

A constante superação de obstáculos, bem como a capacidade em reerguer-se após os fracassos, são alguns dos motivos que possibilitam ao esportista usufruir das recompensas associadas à vitória heroica. Primeiro, porque a oscilação entre vitória e derrota é um componente essencial nas narrativas da imprensa esportiva, haja vista o frequente uso do sentimentalismo para prover suas análises interligadas ao futebol. Por conseguinte, a incorporação das características do herói guerreiro e o retorno bem-sucedido de sua luta fazem-no adentrar em lugares restritos, adquirindo status perante sua comunidade (MULLER, 1987, p.112).

É neste ponto que a carreira de Ronaldo identifica-se com o mito heroico esportivo. A constante alcunha de superador de obstáculos, a transposição de desafios intransponíveis, a determinação em reerguer-se por inúmeras vezes, após várias lesões, fizeram do esportista um personagem clássico na construção de histórias, nas quais o atleta é mitificado e tem sua imagem atrelada ao consumo. Este cenário aproxima o sentimento dos indivíduos de uma dada sociedade a um sujeito, que colabora inconscientemente para a constante construção de uma cultura esportiva, que, por sua vez, prioriza a comercialização do esporte espetáculo.

O retorno com o sucesso autoconquistado traz consigo um significado simbólico que, de certa forma, redime a comunidade, demonstrando que a definição de metas e a luta cotidiana na busca pelos objetivos podem ser

compensatórias (CAMPBELL, 1997, p.116; RÚBIO, 2001, p.183). São esses detalhes que geram identificação e afetam o imaginário do torcedor, que consome as histórias construídas pelo jornal através da realidade dos fatos (BORELLI, 2001).

Ao relatar a afirmativa de Ronaldo: “A volta por cima foi dada, a minha batalha eu já venci”, o jornal não só cria, sustenta e mitifica a imagem do atleta enquanto o herói superador de adversidades, como também demonstra que o próprio jogador se identifica enquanto um personagem que, historicamente, se enquadrou na construção de narrativas que priorizavam esta estratégia discursiva (GALDIERI, 06 mar. 2009, p.D1).

O fato de Ronaldo ter uma assessoria de imprensa, que auxilia na elaboração de seus discursos, implica mais um agravante, no que tange a manipulação das estratégias discursivas por parte do jornal e dos demais agentes do campo esportivo. Essa análise contribui para a identificação do uso consciente de narrativas que visam atingir objetivos comerciais, além de apresentar aproximações entre as instituições que influenciam a formação e a divulgação da notícia (COSTA, 2010).

Apesar de atletas com trajetória vitoriosa no esporte afirmarem, constantemente, que não precisam mais provar sua capacidade, percebemos que no caso de Ronaldo existe uma aparente preocupação na manutenção do status quo. Os próprios termos utilizados pelo atacante, após a partida contra o Itumbiara, demonstram como o esportista vende sua imagem através dos meios de comunicação, e como a imprensa esportiva, de um modo geral, é cúmplice destas estratégias planejadas pela assessoria de imprensa do atleta (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Na segunda partida do atacante pelo Corinthians, a narrativa do jornal afirmava que a disputa diante da Sociedade Esportiva Palmeiras, pela primeira fase do Campeonato Paulista, desafiava a fama de goleador em clássicos do astro que vivia um momento de ascensão (CACIOLI, BUENO, 08 mar. 2009, p. D2).

Superada essa questão acerca do retorno, o foco voltou-se para o nível de atuação que o atleta poderia alcançar no Corinthians. Novos fatos constituem a pauta das discussões elaboradas pelo jornal, tratando de retratar outras indagações que, de certa forma, desafiavam o esportista e afetam aqueles

que acreditam no seu constante potencial de superação. É assim que a temática torná-se infundável e sustenta os personagens de interesse do campo esportivo constantemente na mídia (RINALDI, 2000).

O próprio tratamento na elaboração da notícia modifica-se. O jornal utiliza-se de comparações e relembra fatos positivos, como forma de enaltecer o momento vivido pelo atleta, mitificando e consolidando sua imagem perante o público. Situação benéfica para o interesse dos agentes envolvidos na questão (CAPRARO et al, 2011, p.169).

O constante enaltecimento por feitos heroicos gera uma exposição midiática que, além de identificar o público com Ronaldo, aumenta o interesse de instituições privadas em estabelecer parcerias publicitárias. A intenção é aliar uma determinada marca à imagem positiva de esportistas, que têm suas trajetórias consolidadas no futebol, gerando aderência, consumo e crescimento econômico (GURGEL, 2009).

Em contrapartida, a assinatura de contratos publicitários gera uma renda extra que, em alguns casos, chega a ser maior do que o salário recebido pelo atleta no clube. O próprio Ronaldo é exemplo deste processo, já que a maior parte de seus rendimentos financeiros no Corinthians era oriunda da exposição publicitária no calção e nas mangas da camisa do clube, tendo o esportista direito a 80% dos valores arrecadados (DANTAS et al, 2011).

Nessa relação, o Corinthians também cresce em exposição na imprensa esportiva especializada, valorizando sua marca, aumentando os valores arrecadados com cota de televisão e publicidade do espaço principal de sua camisa, além de aumentar a venda de produtos oficiais, que aliam a marca do clube ao atacante (GURGEL, 2009).

Toda essa análise mostra-nos como o discurso do periódico pode afetar outros setores do campo esportivo, infringindo diretamente no desenvolvimento econômico de um processo no qual a Folha de São Paulo também se insere. É nesse sentido que as estratégias de elaboração da notícia correlacionam-se com os interesses comerciais do jornal, haja vista que o periódico é um dos formadores de opinião, que determina a construção de uma cultura esportiva pautada pelo consumo (COSTA, 2010).

A discussão do jornal passou, então, a elaborar-se na questão do nível de atuação que o atleta seria capaz de desempenhar, a partir daquele

momento. Era consenso que Ronaldo não tinha a mesma velocidade, agilidade e aceleração de outrora. No entanto, o próprio atleta acreditava que poderia voltar a ser decisivo, anotando gols pelo Corinthians (GALDIERI, 06 mar. 2009, p. D1; TOSTÃO, 08 mar. 2009, p. D3).

Ser um atleta decisivo, neste caso, é o suficiente para mantê-lo em evidência na mídia, já que no futebol moderno a exposição positiva da imagem de esportistas está interligada, entre outros fatores – já dialogados inclusive –, às conquistas alcançadas durante a trajetória pessoal. Segundo Silva e Rúbio (2003, p.70-71) atualmente, a imprensa esportiva tem supervalorizado a superação de recordes e premiações individuais, nas quais o herói é quem detém o prestígio por um determinado feito.

Observamos a ênfase do jornal em abordar conquistas individuais como fatos isolados do contexto, que constitui uma partida de futebol. Não se leva em consideração que, para um dos atletas ser decisivo, é necessário que os demais também sejam efetivos em suas funções. Isso justifica a elaboração da notícia a partir da construção de histórias nas quais Ronaldo era o destaque, haja vista que, comercialmente, os demais companheiros não interessavam tanto quanto o atacante, no que concerne à produção midiática voltada para o consumo.

Notamos isso em uma notícia, na qual a Folha de São Paulo destaca a atuação do atacante no clássico contra o Palmeiras. O jornal afirmou que o atleta entrou no segundo tempo, mudou o cenário da partida e voltou a ser um fenomenal fazedor de gols (CACIOLI, BUENO, 09 mar. 2009, p. D1).

A construção do enredo da notícia passa pela utilização da imagem dos atletas de maior destaque. Apesar de ser um esporte coletivo, o futebol demonstra-se um meio propício para idealizações individuais, justamente por sua consolidação sócio-histórica, como um elemento da cultura esportiva espetacularizada (DAMO, 2003, p.140).

Não interessa à imprensa esportiva destacar a importância tática desempenhada pelo meio-campista de uma equipe. O comercializável é o gol, o artilheiro, o atacante, é este que transforma as histórias criadas pelo jornal numa realidade heroica (RÚBIO, 2006). As análises do periódico voltam-se, então, para a figura do esportista responsável pelo resultado, já que a vitória é

a razão do enaltecimento, estando interligada ao heroísmo das construções discursivas da Folha de São Paulo (COSTA, 2010).

Em nenhum momento, o jornal pormenorizou o feito, já que o gol marcado por Ronaldo tratava apenas de empatar a partida, válida pela primeira fase do Campeonato Paulista de 2009, que se encaminhava para o final, com derrota Corintiana. É nesse momento que o periódico se notabiliza por transformar a realidade dos fatos em uma notícia espetacularizada, afetando o leitor ao extravasar a emoção da realização de um feito que, aparentemente, não tem relevância compatível com o discurso elaborado.

Faltando poucos segundos para acabarem os acréscimos do Dérbi, Ronaldo fez um dos gols mais importantes de uma das mais vitoriosas e impressionantes carreiras da história do futebol mundial. E foi de cabeça, o ponto fraco do centroavante, que completou de vez a volta por cima (CACIOLI, BUENO, 09 mar. 2009, p. D1).

Além de existir uma predisposição ao enaltecimento e à supervalorização, o jornal demonstrou aproximar-se de um modelo de jornalismo sensacionalista. Este gênero textual caracteriza-se como outra estratégia discursiva, que objetiva tornar a notícia atraente do ponto de vista comercial, acentuando particularidades, como a dramatização que, neste caso, está interligada aos exageros expostos pela narrativa (BITENCOURT et al, 2005, p.13).

O esporte espetáculo, como forma de entretenimento na construção do jornalismo esportivo, colabora com esse sensacionalismo no meio da produção midiática especializada. Isso ocorre, justamente, porque tal estratégia discursiva objetiva entreter o leitor, fomentando o consumo através da emoção e da capacidade de atingir o público, pelos sentimentos que envolvem o contexto do futebol (COSTA, 2011; DEJAVITE, 2001).

Compreendemos, então, que o sensacionalismo analisado neste caso não se trata da elaboração da notícia através de fatos inexistentes, mas da construção da narrativa pela utilização do exagero como forma de acrescentar algo que torne o tema atraente para os leitores. Neste sentido, é notório que o discurso construído pela Folha de São Paulo, após o clássico, constitui-se em uma descrição que se enquadra nesta discussão, extrapolando no uso do

heroísmo e da emoção, para elaborar o conteúdo acerca do retorno do atleta ao futebol.

### 3. DESEMPENHO ESPORTIVO: O HERÓI EM FOCO

#### 3.1 NARRATIVAS PRELIMINARES ACERCA DAS ATUAÇÕES

Há uma chance de a operação Ronaldo virar modelo: vencer. Não há marketing que resista à derrota (COELHO, 14 dez. 2008, p. D3).

A transformação histórico-cultural, pela qual perpassou o futebol, define como os agentes do campo esportivo avaliam o atleta e as possibilidades de utilização de sua imagem para variados fins. O romantismo que evocava o esporte, através da estética das jogadas, transfigurou-se no profissionalismo, que norteia o resultado como objetivo esportivo, econômico e publicitário (DAMO, 2001, p. 84).

Superar os próprios limites passa a figurar como secundário, quando se entende que a transposição do adversário é um dos pilares para o sucesso, que enquadrou o futebol brasileiro na indústria cultural de entretenimento. Isso colabora para a identificação do discurso midiático enquanto uma construção elaborada a partir de fundamentos, que priorizam determinados interesses da imprensa e do campo esportivo (GASTALDO, 2009, p. 355).

A importância da efetividade e do resultado no cenário futebolístico apresenta-se no relato do periódico, acerca do crescimento do interesse publicitário na imagem do atleta, após o primeiro gol pelo Corinthians. Tratando o fato como “a ressurreição do craque”, o jornal afirmou, ainda, que patrocinadores como Visa, Panasonic e Lupo reconheceram o retorno até mesmo internacional, repercutindo positivamente no mercado (BUENO, MATTOS, 10 mar. 2009, p. D1).

O futebol, como um campo permeado pela paixão (RIBEIRO, 2004) e pela necessidade de resultados, transformou-se em um meio propício para o afloramento da competitividade e para o enaltecimento das conquistas (RÚBIO, 2002). Dentre os agentes interligados ao campo esportivo, a mídia em interface com a publicidade e o marketing são alguns dos responsáveis pela construção de uma cultura esportiva, voltada ao consumo que se pauta na polarização entre vitória e derrota (MORATO et al, 2011).

A lógica é simples: vitórias e conquistas identificam o herói esportivo como modelo de referência (CAMPBELL, 1997). Essa imagem construída



através de histórias que, por sua vez, são elaboradas a partir de fatos da realidade social apresentada, alia-se às estratégias publicitárias criadas com o objetivo de atrelar uma marca ao herói exposto pelos meios de comunicação (COSTA, 2010). Essa análise facilita entender os motivos pelos quais a derrota pode inviabilizar a manutenção do status quo no cenário esportivo contemporâneo (RÚBIO, 2001).

Neste sentido, a Folha de São Paulo destacou a vitória do Corinthians frente à Associação Desportiva São Caetano, quando Ronaldo marcou os dois tentos do time paulista na partida. Acrescentou-se que as comemorações discretas do atacante pareciam demonstrar sua outrora habitualidade com o ofício de artilheiro (GALDIERI, BUENO, 12 mar. 2008, p. D1).

Conforme a sequência de partidas era permeada por gols e vitórias, o jornal tratava de (re)construir uma imagem positiva do atleta. Aproveitando-se do contexto, a narrativa visava comparar o atual momento com o passado, no qual Ronaldo foi referência no cenário futebolístico mundial. Tais comparações consolidam a figura heroica, a partir de fatos oriundos da própria trajetória do esportista, retratando sentimento de esperança por novos êxitos (CAPRARO et al, 2011).

O jornalismo interligado ao futebol apresenta-se como um relevante veículo de “construção da memória”, que visa resgatar a história de vitórias, conquistas, fracassos, imagens e fatos, colaborando para a criação de identidades, que aproximam os feitos do passado com a realidade das práticas sociais do presente (HELAL et al, 2004, p. 63).

A construção das narrativas, a partir da imprevisibilidade do futebol, torna-se uma estratégia que coloca o presente em continuidade com o passado, criando elos identitários entre gerações e consolidando o esporte como um espaço de dramatização, que reafirma a identidade a partir do processo de espetacularização (SOARES et al, 2007, p. 369).

Nesse caso, o resgate da memória que relembra o sucesso do atleta em outras ocasiões permite ao jornal utilizar-se de uma estratégia que afeta emocionalmente o imaginário do torcedor, que, muito provavelmente, se identificou com o esportista em algum momento de sua trajetória.

Aos 5 min, em sua primeira participação, também de primeira, de direita, pegou seco na bola molhada o cruzamento de Dentinho e virou o jogo. Pronto! Em sua segunda partida no Pacaembu, Ronaldo fazia um pouco mais de história, agora sem derrubar nenhum alambrado, mas fazendo até o que não fez em Presidente Prudente, fazendo chover (KFOURI, 12 mar. 2009, p. D3).

A narrativa refere-se a uma crônica ainda acerca da partida frente ao São Caetano. O detalhamento na descrição dos fatos demonstra o caráter folhetinesco do gênero, no entanto, atenta também para a continuidade na discussão da vitória, como mantenedora do status quo no esporte moderno (COSTA, 2010). O jornal tem domínio sobre estratégias discursivas para o momento adverso, os fracassos e as polêmicas; mas é visível o quanto o contexto colabora para que este se utilize do drama, do heroísmo, da memória e da espetacularização, no sentido de construir um discurso comercializável e compatível com a cultura esportiva contemporânea (RÚBIO, 2006, p. 86).

Enquanto prática de alto rendimento, o futebol prioriza aspectos voltados para a superação do adversário, o melhor rendimento, a vitória, a valorização do vencedor e a desvalorização do perdedor (HELAL, 2003). Tais características estão interligadas à manifestação do esporte espetáculo, seguindo estratégias de elaboração discursiva, que respeitam o interesse dos meios de comunicação e dos demais agentes do campo esportivo (MARQUES et al, 2007, p. 234).

O mecanismo para a construção do discurso na imprensa esportiva pode, então, ser compreendido pela lógica da relação entre esporte de rendimento e espetacularização esportiva. Assim, o objetivo do periódico em elaborar a narrativa, a partir do enaltecimento das vitórias, correlaciona-se com a necessidade do cenário esportivo pela figura do herói, já que este se mostrou capaz de impulsinar o futebol na indústria de entretenimento.

A elaboração da narrativa, nas primeiras partidas do atleta pelo Corinthians, aproxima-se de desafios preliminares que poderiam condicioná-lo ao sucesso ou fracasso (MULLER, 1987) nas análises subsequentes da imprensa esportiva, bem como no projeto elaborado em parceria com o clube paulista. A manutenção da visibilidade midiática relaciona-se à capacidade de exposição publicitária, aliada a resultados positivos que configurem conquistas,

já que estas são capazes de consolidar historicamente o herói na trajetória de uma agremiação (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011; RÚBIO, 2006).

Pensamos, então, que ao longo das partidas é natural que o esportista oscile no nível de atuação. Assim, é possível que as análises da Folha de São Paulo acompanhem tal oscilação, já que a construção jornalística permeia-se por um imediatismo, característico da necessidade de elaboração do conteúdo a partir do contexto que se apresenta.

Podemos observar tal situação quando, naquela mesma semana, o periódico se contradisse em afirmativas referentes ao desempenho do atleta. Após o clássico com o Santos Futebol Clube: “Ronaldo não fez o que mais se espera dele” (FOLHA DE SÃO PAULO, 23 mar. 2009, p. D1). Na partida com a Associação Atlética Ponte Preta, por sua vez: “Ronaldo fez ontem tudo o que a torcida do Corinthians espera dele” (GALDIERI, 26 mar. 2009, p. D2).

Não se trata de pinçar depoimentos a fim de corroborar com uma ideia, mas de facilitar a visualização específica dos casos, com o propósito de entender as generalidades que o contexto propõe. No embate contra a equipe do Santos, as análises do jornal retrataram uma atuação regular de Ronaldo – sem gols nem destaque –, mesmo com sua equipe saindo vitoriosa de um clássico regional. No confronto seguinte, mesmo com o Corinthians cedendo o empate, o periódico destacou o desempenho do atacante, responsável pelos dois gols corintianos na partida.

Tais exemplos são pertinentes na continuidade da discussão acerca do protagonismo em detrimento do enaltecimento ao coletivo (RÚBIO, 2011). O interesse do jornal em retratar as atuações de Ronaldo, mesmo que essa se contraponha ao resultado da partida, demonstra seu potencial midiático no universo futebolístico. Além do que, o periódico corrobora com a ideia de que a construção do discurso vai se elaborar a partir da imagem de sujeitos, que potencializem a comercialização do esporte (CAPRARO et al, 2011).

No entanto, o exemplo também ressalta que o desempenho atlético abaixo do esperado não culpabiliza a equipe, o que pode ser um dos motivos para uma constante responsabilização individualizada pelos fracassos de repercussão nacional. O heroísmo e o vilanismo são paralelos nesse processo característico do discurso esportivo, e a tensão para um dos lados aparenta depender do resultado do desempenho esportivo do atleta (COSTA, 2008).

Sendo assim, o capital simbólico de Ronaldo no campo esportivo o consolida como um sujeito capaz de atrair a cultura midiática, independentemente do contexto pelo qual perpassa. As estratégias de elaboração da notícia variam de acordo com o sucesso ou fracasso, no entanto, a consolidação da imagem como um produto da indústria do entretenimento dificilmente será afetada devido a sua trajetória no esporte (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Em uma imagem publicada após o empate com o Guarani Futebol Clube, o jornal destacou na legenda a falta de gols do atacante, afirmando que Ronaldo não se destacou como em outras partidas. O periódico aparentou justificar tal desempenho devido à sequência de atuações a que o esportista foi submetido (FOLHA DE SÃO PAULO, 29 mar. 2009, p. D4). Na partida seguinte, novamente volta-se a destacar o atacante por marcar um gol, reafirmando seu pedido de descanso antes da fase final (FOLHA DE SÃO PAULO, 01 abr. 2009, p. D3).

Essa oscilação, característica da formação discursiva da Folha de São Paulo, pode interligar-se à imprevisibilidade do futebol, fator que permite retratar o esporte através da tensão, da polêmica, do drama e que está atrelado à construção da realidade, através da narrativa do espetáculo esportivo (COSTA, 2010).

Tal imprevisibilidade constitui parte da criação de uma identidade, que permeia o futebol pela lógica de consumo (HELAL et al, 2004). Além disso, possibilita a aproximação com o ideal do herói esportivo, que supera obstáculos, conquista, fracassa, reergue-se e retorna ao caminho das vitórias (RÚBIO, 2001; CAMPBELL, 1997; MULLER, 1987). A oposição entre um fato e outro, na mesma semana, pode até mesmo fazer parte de uma estratégia discursiva, que objetiva afetar os leitores através da elaboração de um discurso que se aproveita desta constante transformação do contexto, utilizando-se da memória para enaltecer, polemizar e dramatizar (COSTA, 2011).

### 3.2 A SUPERVALORIZAÇÃO DA VITÓRIA: CAMPEONATO PAULISTA 2009

A exposição da imagem do esportista, como um sujeito superador de obstáculos, durante a – até então – curta trajetória no Corinthians, incorporou

experiências que credenciaram o retorno do atleta às batalhas esportivas (CAMPBELL, 1997, p.34). O jogador, em busca de novas conquistas, visou através da teatralização de sua aventura, manter e consolidar sua imagem heroica no cenário esportivo contemporâneo (COSTA, 2010).

Temos que atacar e ferir o São Paulo. Fazer deste jogo [o de amanhã, o primeiro entre os times nas semifinais do Paulista] um jogo muito difícil para eles. Temos que pressioná-los em seu campo. Temos que fazer gols, porque o São Paulo tem a vantagem de jogar por dois empates (BUENO, 11 abr. 2009, p. D3).

A aproximação da narrativa com um cenário desafiador mostra o caráter folhetinesco da notícia (COSTA, 2011). A Folha de São Paulo descreve um discurso de coragem do atleta, que demonstra ter uma estratégia definida para a disputa. Expressões como: “atacar”, “ferir” e “pressionar”, tentam utilizar do heroísmo enrustido no esporte brasileiro, como forma de identificar o esportista como um sujeito que não desiste do objetivo (CAPRARO et al, 2011).

A busca pelas vitórias remete às experiências nas quais o candidato a herói demonstraria suas condições de ser um atleta de destaque (RÚBIO, 2001, p.156). O empenho, a coragem, a destreza e a responsabilidade, caracterizadas no esportista pela notícia, podem colaborar na identificação heroica com o desafio (MULLER, 1987).

A lógica é, mais uma vez, simplista: atrelar a Ronaldo a responsabilidade pelo discurso de um clássico decisivo é impor sobre o atleta a tensão da disputa. Deposita-se no atacante a esperança de que represente sua comunidade, através de sua capacidade comprovada historicamente.

O momento indicava um retrato positivo da imagem do jogador. Destacou-se, então, que, entre bolas recebidas e gols marcados, Ronaldo detinha marcas próximas – ou até melhores – dos atacantes dos demais clubes semifinalistas do Campeonato Paulista (ARRUDA, GALDIERI, 12 abr. 2009, p. D2).

É nesse sentido que o jornal denota seu caráter provisório, momentâneo e efemêro, elaborando-se a partir do contexto que o presente se apresenta (COSTA, 2010). Compreendemos, então, que as histórias construídas pela imprensa esportiva inserem-se na definição do conceito de tradições inventadas, já que o cenário aparenta modificar-se constantemente, sendo os

fatos abordados de maneira a cobrir interesses comerciais, amalgamados entre o campo esportivo e a cultura de mídia (SANTOS, CAPRARO, 2012).

Na cultura esportiva, em que se supervaloriza o vencedor, manter-se entre os artilheiros do campeonato é fator preponderante para que a imagem de Ronaldo continuasse a ser veiculada pelo jornal. A manutenção do status quo é uma questão para além da consolidação esportiva do atleta: perpassa pelo crescimento econômico e financeiro dos agentes envolvidos na construção do espetáculo esportivo contemporâneo.

Logo, entendemos que o enaltecimento dos atletas com potencial midiático trata-se de uma estratégia que colabora a atingir o leitor pelo carisma, pela trajetória dificultosa, pelas vitórias, pelas conquistas e pela capacidade – dos responsáveis pela imagem do esportista – de manter o consumidor interessado no futebol espetáculo (SILVA, 2011; CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Em outra notícia, o periódico relatou as dificuldades enfrentadas por Ronaldo, no clássico frente ao São Paulo, válido pelo primeiro confronto da semifinal do Campeonato Paulista. No jogo mais complicado desde seu retorno ao futebol, o atacante não teve oportunidades de gol e foi bem marcado pela defesa adversária (FOLHA DE SÃO PAULO, 13 abr. 2009, p. D6).

A jornada heroica proporciona experiências práticas que conduzem o sujeito ao autoconhecimento, proporcionando o controle da ansiedade, da angústia e do medo (MULLER, 1987, p.98). O atleta com trajetória profissional repleta de situações que o conduzem à tomada de decisão torna-se capaz de assumir esta responsabilidade perante o público e o campo esportivo, tendo sua imagem atrelada à figura capaz de decidir uma partida ou uma competição.

Assim, o jornal retrata a imagem do esportista, responsabilizando-o por uma tomada de decisão, que se justifica na cultura midiática devido a sua experiência e capacidade em realizar feitos notáveis em eventos importantes (RÚBIO, 2001; 2006). Corroborando com esta lógica, a própria repercussão da vitória corintiana não teve a mesma ênfase que o desempenho do atacante, perante um adversário que impôs dificuldades na realização do que, implicitamente, o jornal define como de responsabilidade do atleta.

Essas constatações denotam o potencial comercial que a imagem de Ronaldo alcança no cenário do campo midiático (ROGGERO, LARUCCIA,

2009). Além do que, demonstram parte das relações que se estabelecem entre o heroísmo, o atleta e a consolidação da cultura espetacularizada, a partir da utilização da imagem de protagonistas no futebol brasileiro (DAMO, 2008).

Entendemos, então, que esta interligação entre o campo midiático e esportivo define como os interesses amalgamados entre as instituições podem ser atingidos, a fim de desenvolver ainda mais o futebol a partir da relação entre consumo e paixão – dois fatores preponderantes na manutenção do esporte como uma prática cultural, que afeta a sociedade contemporânea brasileira.

No segundo confronto pela semifinal, o atleta foi o destaque da partida. Após um primeiro tempo discreto, iniciou a jogada do primeiro gol – marcado por Douglas – e marcou o segundo tento em uma arrancada característica de sua trajetória no futebol (GALDIERI, ASSIS, 20 abr. 2009, p. D1).

Após a vitória sobre o São Paulo, a atuação de Ronaldo retratou o ressurgimento do atacante e do Corinthians ao cenário esportivo das vitórias. Segundo o periódico, a relação entre atleta e clube pode ser equiparada devido às dificuldades que tiveram que superar para retornar às conquistas (FOLHA DE SÃO PAULO, 20 abr. 2009, p. D3).

A fim de superar os desafios impostos e conquistar seus objetivos, o herói adentra ao limiar da aventura, aparentando estar morto (CAMPBELL, 1997, p.50). No entanto, sua experiência e capacidade, oriundas de outros confrontos decisivos, proporciona o ressurgimento do esportista e a consolidação do status quo atribuído historicamente ao sujeito (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

A comparação entre as dificuldades pelas quais os dois agentes perpassaram, antes de ressurgirem vitoriosamente no cenário futebolístico brasileiro, correlaciona-se também ao processo histórico pelo qual passaram ao longo do tempo. A instituição caracterizada, pelo senso comum e por seus torcedores, através de sentimentos voltados ao sofrimento, conjuga-se com a constante exposição do esportista nos meios de comunicação, pela alcunha de superador de obstáculos (NEGREIROS, 2010, p. 117-118; RÚBIO, 2001).

Compreendemos que a parceria entre Corinthians e Ronaldo iniciou-se – entre outros motivos – pela compatibilidade de perfil, construída e veiculada pela mídia em interface com o campo esportivo. O periódico aproveitou-se

desta relação de aproximação das características entre os agentes, e elaborou um discurso que explicitou ainda mais a interdependência entre os ressurgimentos do clube e do atleta.

Tal estratégia surtiu efeito positivo nos resultados da parceria entre os agentes, em parte pelo poder de elaboração discursiva, observado no jornal e nas demais mídias influentes no campo esportivo. Atrelar a imagem do atleta – caracterizado pela insistência, perseverança e determinação – a um clube de origem popular – que tem na fidelidade de seus torcedores um cenário para projeção do futebol através da emoção e da comoção –, afetou o desenvolvimento comercial, econômico e financeiro dos indivíduos interligados nas reconstruções do clube e do esportista (DANTAS et al, 2011, p. 23).

A mitificação, a partir da descrição dos detalhes da partida entre Corinthians e São Paulo, pode ser observada no decorrer da narrativa elaborada. Segundo o jornal, o triunfo corintiano consumou-se após o gol de Ronaldo, terminando com as chances do adversário na disputa, que contou com o apoio de mais de 40 mil torcedores no estádio do Morumbi (FOLHA DE SÃO PAULO, 20 abr. 2009, p. D3).

A construção da notícia a partir da espetacularização do fato está cristalizada na discussão proposta. Acrescentamos, analiticamente, que esta estratégia tornou-se clássica na elaboração do discurso da Folha de São Paulo. Tal recorrência decorre da oportunidade em aproveitar-se da correlação entre a imagem de um atleta consolidado no subcampo futebolístico e a fase positiva pela qual perpassa no cenário nacional.

A narrativa denota uma supervalorização da vitória, já que o resultado, neste caso, tratou-se apenas de uma classificação para a final do Campeonato Paulista. Consideramos a construção da notícia, permeada pelo cenário heroico, como parte do contexto esportivo durante a exposição das vitórias, satisfazendo a cultura midiática e fomentando o consumo do espetáculo futebolístico (GASTALDO, 2000).

A descrição detalhada; a colocação do discurso; e a busca por afetar o imaginário esportivo contemporâneo através da metanarrativa, que enaltece o herói, que sustenta as celebridades, que elabora o cenário do futebol e que constrói a identidade nacional (RÚBIO, 2001), demonstra como determinados esportistas, amalgamados à mídia, mostram-se capazes de modificar ou



consolidar práticas sociais referentes à indústria de entretenimento (DAMO, 2008).

Essas relações pré-estabelecidas entre a mídia e os agentes do campo esportivo atentam para a exigência do mercado consumidor de esportes. A partir disso, elabora-se e reelabora-se o discurso esportivo, com o objetivo de consolidar-se comercialmente como um produto pertencente ao universo do futebol (COSTA, 2011).

Além do enaltecimento aos feitos heroicos como forma de surtir efeitos positivos no consumo do jornal, o sofrimento é outra categoria utilizada para retratar a imagem do atleta em batalha. Segundo o periódico, Ronaldo sofreu com a marcação adversária e não teve facilidade na disputa com os zagueiros são-paulinos (FOLHA DE SÃO PAULO, 20 abr. 2009, p. D3).

No ciclo heroico, os conflitos são inevitáveis. Sem batalha não há vencedor (CAMPBELL, 1997, p.66). Como o esporte permeia-se pela constante busca por vitórias (RÚBIO, 2001), a referência ao sofrimento nas disputas pode ser observada nas narrativas do jornal.

Essa estratégia discursiva, que utiliza o sofrimento para enaltecer as conquistas esportivas, é outro motivo que perfaz do futebol uma cultura de entretenimento espetacularizada. Sempre que o jornal correlaciona as dificuldades enfrentadas com a busca por vitórias, a emoção e a comoção tornam-se temas recorrentes, haja vista que os sujeitos da sociedade contemporânea se identificam com esses comportamentos, em sua realidade social (BITENCOURT et al, 2005).

A construção da paixão pelo futebol – através do fascínio do espectador pelo sofrimento e pelo sacrifício na busca por conquistas – afeta a expressão consciente dos sujeitos admiradores do esporte, mobilizando a celebração dos sentimentos que são utilizados pela indústria cultural, de acordo com seus interesses (VAZ, 2002, p.41).

Com a vitória do Corinthians sobre o São Paulo, o periódico aproveitou-se do contexto para correlacionar o enaltecimento pela vitória com o sentimentalismo discutido anteriormente. Expressões que caracterizaram o atleta como “gênio”, “dono do jogo”, “artilheiro” e “diferenciado”, definiam Ronaldo como responsável direto pela classificação do Corinthians para a final

do Campeonato Paulista de 2009 (COELHO, 20 abr. 2009, p. D3; FOLHA DE SÃO PAULO, 21 abr. 2009, p. D4).

Tal narrativa apresenta fatores que demonstram uma relação entre heroísmo e sofrimento, já que a busca por vitórias está interligada aos sacrifícios que o sujeito é capaz de fazer para alcançar a dádiva das conquistas (MULLER, 1987; CAMPBELL, 1997).

Essa estratégia discursiva, construída a partir do contexto apresentado pelos fatos, é articulada de forma desproposita pelo jornal, seguindo a ideologia do jornalista que escreve a notícia. Isso deriva do fato de o futebol, enquanto elemento de paixões clubísticas, ser retratado constantemente pela mídia, por meio de sentimentos causados pela expectativa de vitórias que satisfaçam o torcedor (DAMO, 2008, p.77).

A realidade esportiva é, então, transportada para a realidade social dos sujeitos que acompanham o futebol. A lógica simplista atrela o nível de dificuldade sofrido à valorização da conquista adquirida. Notamos isso nas constantes lembranças da mídia acerca do título paulista de 1977, conquistado pelo Corinthians, quando o sofrimento implícito pelo contexto foi o que determinou a importância atribuída ao título.

Outro exemplo da valorização dos feitos esportivos, independentemente do nível competitivo de disputa, é a comparação do desempenho em gols de Ronaldo no Corinthians e em clubes como Real Madrid, Milan e Internazionale de Milão. O jornal afirmou que a média do atleta no clube paulista é superior ao período em que permaneceu nas equipes europeias citadas (COBOS, 23 abr. 2009, p. D4).

No entanto, vale ressaltar que os números absolutos utilizados na notícia são de nove partidas e seis gols, marca insignificante de acordo com o período de atuações no Real Madrid, por exemplo. Tal análise reflete a utilização dos dados de acordo com os interesses do jornal, corroborando com a ideia de que a mídia utiliza-se de estratégias que favoreçam a comercialização da notícia (COSTA, 2010).

Essa lógica compreende o periódico como um meio propício à adaptação das narrativas esportivas, bem como à utilização de diferentes estratégias discursivas, que afetam as relações do campo esportivo no que concerne à indústria cultural (COSTA, 2011). A mercantilização do esporte

atrelada à subjetividade da notícia proporciona, por vezes, a manipulação de dados quantitativos que objetivam favorecer e consolidar uma cultura midiática de consumo do espetáculo futebolístico (DAMO, 2008).

A imagem de Ronaldo no periódico apresenta características que interligam o heroísmo e o sentimentalismo no futebol. Tal identificação épica está incorporada à personalidade do esportista devido a sua trajetória, justificando a elaboração das narrativas pela Folha de São Paulo, a partir da realidade do esporte contemporâneo.

O sujeito que se destaca ao enfrentar o desconhecido, o novo e o extraordinário, é identificado pelo contexto social como o responsável pelos anseios e interesses da comunidade a qual representa (MULLER, 1987, p.8). Nesse sentido, o jornal destacou: “Ronaldo fez a diferença: atacante marca dois gols na vitória contra o Santos e recebe elogios de Pelé” (FOLHA DE SÃO PAULO, 27 abr. 2009, p.1).

A expressão “fazer a diferença”, constantemente utilizada pelo jornal na elaboração de narrativas relacionadas ao atleta, reflete uma discussão que permeia a figura heroica, por meio da genialidade, da habilidade, da competência em realizar o feito através do talento – características atribuídas à formação identitária do futebol brasileiro (HELAL, 2003).

A narrativa do jornal compreende uma abordagem diferente das análises efetuadas anteriormente. O talento trata-se de uma característica considerada natural, inata, particular, singular, como se o sujeito nascesse com a dádiva para a prática futebolística (GIGLIO, 2007).

Tal discurso contrapõe-se ao herói batalhador, superador de obstáculos. No entanto, uma abordagem não anula a outra, apenas ratifica a ideia de que o jornal é um veículo de comunicação propício a constantes mudanças na utilização das estratégias discursivas; e que a variação na construção da notícia pode ser oriunda da necessidade de adaptar-se ao contexto e aos interesses da cultura de mídia.

Além disso, ao afirmar que o atacante recebeu elogios de Pelé, o jornal, implicitamente, utiliza-se da representação daquele que é considerado pelo senso comum como o melhor jogador da história do futebol. Tal situação – observada em outras oportunidades – objetiva consolidar a imagem positiva de

Ronaldo, a partir da comparação entre os feitos passados com a realidade do tempo presente (CAPRARO et al, 2011).

O que caracteriza o herói como diferente dos demais é a sua capacidade em realizar a tarefa sem cometer erros, assumindo a responsabilidade na busca pela vitória e retornando à comunidade com as dívidas da conquista (CAMPBELL, 1997, p. 92).

O jornal, então, retratou que na etapa final da partida entre Corinthians e Santos, o maior artilheiro das Copas do Mundo fez um gol histórico na Vila Belmiro. Relatou-se, ainda, que Ronaldo teve um dia de rei na casa de Pelé, o qual elogiou o gol do atacante, comparando-o consigo (GALDIERI, CALCIOLI, , 27 abr. 2009, p. D1; BUENO, 27 abr. 2009, p. D3).

Graças aos pés de Ronaldo, o Corinthians está prestes a colocar as mãos no Paulista. Com atuação precisa, o fenômeno fez a diferença entre um empate, que já seria bom resultado, e a vitória que deixa os corinthianos separados da taça do estadual apenas por um desastre no próximo domingo (GALDIERI, CALCIOLI, , 27 abr. 2009, p. D1).

Para além do enaltecimento e da supervalorização do feito heroico, notamos a utilização de termos que transparecem a imagem de um atleta com potencial técnico destacável. A expressão “fenômeno” remete novamente à discussão do dom como algo inato ao sujeito (GIGLIO, 2007). Tal “apelido” surgiu na Itália e correlaciona-se com a impressão causada pela capacidade do atleta em ser decisivo, utilizando-se de habilidades que, segundo a Folha de São Paulo, fizeram a diferença na partida entre Corinthians e Santos.

Atribuímos as colocações por parte do periódico ao contexto no qual o fato se apresenta. No entanto, não podemos desconsiderar a influência que a trajetória do atleta (RÚBIO, 2001, p.98) tem na construção da imagem positiva que o jornal, por vezes, elabora a seu respeito. A utilização da alcunha “fenômeno” é um exemplo de como os feitos passados de Ronaldo afetam a maneira com que sua figura é retratada na mídia impressa.

A aproximação entre figuras do passado e do presente é outra estratégia constantemente utilizada pelo jornal. Neste caso, criou-se um cenário no qual Ronaldo foi retratado como herói, no estádio onde Pelé historicamente foi protagonista. Tal abordagem eleva a imagem do esportista no cenário esportivo, mitificando seus feitos (CAVALCANTI et al, 2011).

A tentativa de mitificar o desempenho do atleta continuou na sequência das abordagens do jornal: “Pelé já concedeu a honraria de uma placa em seu templo a Marcelinho Carioca, que nunca chegou perto da majestade de Ronaldo mundo afora” (GALDIERI, CALCIOLI, 27 abr. 2009, p. D3).

A expressão “majestade”, utilizada para descrever o jogador na notícia, remete ao tratamento pessoal destinado a rei e rainha. Neste caso, além de atribuir a Ronaldo o termo comumente referenciado a Pelé, existe uma correlação de características que interligam o heroísmo às responsabilidades de um reinado. A coragem, a persistência, a ousadia e a sabedoria são qualificações inerentes àqueles que se identificam como referência de uma sociedade (MULLER, 1987; RÚBIO, 2001).

Entendemos, então, que o retrato da majestade em Ronaldo delega a ele um reinado que se emaranha com características heroicas, atribuídas em um cenário favorável à construção da notícia (COSTA, 2010). Tal reflexão parte para a discussão das teorias análticas do discurso, denotando como as narrativas tendem a ser elaboradas a partir do contexto, da subjetividade e da ideologia implícita nos interesses da mídia e do campo esportivo (ORLANDI, 1983).

Ao longo da notícia, algumas abordagens se repetem, entretanto, notamos detalhes na narrativa que complementam as análises retratadas acerca do fato. Pontualmente, o jornal relembra feitos do atleta ao longo da trajetória no Campeonato Paulista. Por exemplo: o gol contra o Palmeiras, que definiu o empate no clássico da primeira fase; ou o tento na partida frente ao São Paulo, no estádio do Morumbi, válido pelas semifinais. Faltava apenas marcar um gol no Santos de Pelé (GALDIERI, CALCIOLI, 27 abr. 2009, p. D3).

Relembrar os feitos do atleta, além de manter o status quo conquistado ao longo de sua trajetória esportiva, novamente mitifica sua imagem no contexto social presente (RÚBIO, 2002). A estratégia discursiva (COSTA, 2011), implícita neste processo de lembrança dos êxitos, objetiva cristalizar Ronaldo como referência heroica da torcida corintiana, afetando comercialmente a lógica mercantilista do espetáculo esportivo (GASTALDO, 2000).

A rivalidade mostra-se como um dos fatores aliados na formação da narrativa jornalística. O periódico definiu tais exemplos, objetivando afetar o

imaginário torcedor através da emoção causada por superar um rival, sentimento que identifica Ronaldo como herói da comunidade corintiana.

É através de tais narrativas que a imagem do atleta é mitificada perante o cenário esportivo (RÚBIO, 2006). O jornal, então, é um dos responsáveis pela construção, desconstrução e reconstrução da figura heroica (MARQUES, 2005). Elemento que permite compreender a oscilação na formação discursiva, determinada pelo contexto e interesses tácitos, tanto na cultura midiática quanto no campo esportivo (COSTA, 2010).

A menção à rivalidade é uma das maneiras que o gênero literário encontrou para estimular os sentimentos do torcedor. Essa constituição de uma paixão clubística contribuiu para o desenvolvimento do futebol e, posteriormente, transpassou a crônica, tornando-se uma estratégia discursiva na formulação da notícia esportiva do tempo presente (FREITAS JÚNIOR, 2009, p.136).

A repercussão do desempenho de Ronaldo rendeu uma nova discussão acerca do retorno do atleta à seleção brasileira. O jornal relatou que, após a atuação no clássico e o gol antológico que decidiu a partida, Ronaldo voltou a pensar na possibilidade de ser convocado (ASSIS, 28 abr. 2009, p. D1).

Este cenário, que propõe o enaltecimento ao feito heroico, é um exemplo de como a representação no futebol pode elevar e consolidar a imagem de um atleta com elevado capital simbólico (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011). A repercussão é proporcional ao status do esportista perante a cultura midiática e o campo esportivo. Tal constatação justifica o posicionamento do jornal em questionar o tema seleção (HELAL, SOARES, 2001), haja vista que o contexto que cercou a discussão embasava-se no recente desempenho de Ronaldo contra o Santos.

Estrategicamente, o tema seleção é um discurso que valoriza o atleta e, conseqüentemente, afeta a realidade esportiva brasileira. Como já discutido, a repercussão positiva da imagem é atrativa para os publicitários, os investidores, o clube e para a economia do futebol que, mercadologicamente, atraiu o interesse de outros esportistas renomados a retornar ao Brasil (ROGGERO, LARUCCIA, 2009).

Em outra notícia, a Folha de São Paulo relatou que, após a chegada de Ronaldo ao Corinthians, o clube deixou de ser saco de pancadas em clássicos

regionais e disputa o título paulista com possibilidade de conquistá-lo de forma invicta, o que não ocorria desde 1972:

A partir de 2004, quando iniciou seu jejum no Estadual, até a estréia do atacante, o Corinthians enfrentou seus três maiores rivais pelo torneio (Palmeiras, Santos e São Paulo) 14 vezes. Só venceu um desses jogos. Contando o Brasileiro, foram 34 clássicos desde 2004, e só sete triunfos corintianos. Números que passaram de ridículos à impressionantes depois de que o camisa 9 entrou em campo pelo clube. Foram cinco clássicos, com quatro vitórias e um empate (COBOS, 03 mai. 2009, p. D1).

A repercussão da imagem do atleta é discutida a partir do contexto no qual os fatos se inserem. Tais reflexões enquadram algumas características que apresentam o esportista como herói esportivo. Destacamos a ousadia, definida pela coragem cautelosa, sem a qual não haveria busca por desafios, nem, conseqüentemente, a superação de conflitos (MULLER, 1987, p. 34).

A ousadia é uma das características constantemente atribuídas à identidade do futebol brasileiro, enquadrando-se na definição do herói esportivo, tanto no que concerne às discussões acerca do dom inato, quanto na correlação com o mito superador de obstáculos.

Tal conceito, implícito à forma de jogar, correlaciona-se também ao estilo de vida impregnado na cultura brasileira. A ousadia emaranha-se à irreverência, à malandragem, à imprevisibilidade – características que compõem o cenário futebolístico e identificam a sociedade através do futebol (GIGLIO, 2007).

Tal discussão correlaciona-se ao heroísmo, no sentido de compartilhar algumas características inerentes a esse estilo de jogar e viver, atribuídos à identidade nacional (HELAL et al, 2004). A imprevisibilidade do resultado é um dos motivos que retratam o herói superador de obstáculos, a partir do encorajamento na imersão aos riscos de uma disputa (CAMPBELL, 1997).

O que o jornal tenta retratar, na correlação entre a chegada do atleta ao Corinthians e o fato de o clube ter deixado de ser “saco de pancadas” em clássicos, é o enaltecimento ao jogador por algo que pode ser oriundo de uma coincidência. Entretanto, é narrado no sentido de atribuir ao herói a ousadia vinculada à coragem por realizar feitos notáveis, que afetam a realidade

esportiva contemporânea e identificam ainda mais sua imagem perante a torcida.

O jornal, então, avalia a possibilidade de Ronaldo conquistar o primeiro título pelo Corinthians em um Pacaembu lotado – outra marca registrada de sua volta ao futebol brasileiro (FOLHA DE SÃO PAULO, 03 mai. 2009, p. D6b).

A notícia avalia um dos retornos que a imagem do esportista representou para o clube. Segundo o jornal, a frequente ocupação máxima do estádio relaciona-se ao fato de Ronaldo estar atuando em nível competitivo. Tal análise corrobora com a ideia de que o futebol é um local de difusão de identidades sociais, que se utilizam do esporte como meio de afetar o torcedor.

A indústria do entretenimento, por vezes, exige do espetáculo esportivo a atribuição da responsabilidade pelo feito ao herói (RÚBIO, 2001). Este se identifica com o público através da sua personalidade humana, porém, singulariza-se por sua natureza heroica e condutora do objetivo de sua comunidade (CAMPBELL, 1997).

Tal reflexão denota o heroísmo como um meio propício para o desenvolvimento de uma cultura esportiva centrada no atleta. As próprias narrativas do jornal conduzem o discurso no sentido de atribuir ao esportista os resultados de um processo, que envolve maior complexidade em seu entendimento (COSTA, 2010).

A presença do atleta influencia no fato de o estádio frequentemente atingir sua capacidade máxima de público. Entretanto, tal aspecto não se resume à forma como o discurso é retratado pelo periódico, haja vista o futebol contemporâneo se tratar de uma relação comercial, que objetiva atingir o interesse de diversos setores de mercado.

Outras demonstrações desta centralização dos fatos na figura do jogador podem ser observadas nas narrativas expostas, antes e após a segunda partida da final do Campeonato Paulista contra o Santos. O periódico relatou que a faixa de campeão destacava o nome do atacante e que, depois do anúncio do placar eletrônico, a torcida comemorou sua presença na partida como se fosse um gol (DUARTE, 04 mai. 2009, p. D6).

Ronaldo será a grande estrela na festa de encerramento do Paulista, hoje, em casa de shows na zona sul. O corintiano receberá homenagem especial por sua volta ao futebol. A FPF espera que Lula



faça a entrega da taça e também dê as congratulações ao fenômeno (ARRUDA, 4 mai. 2009, p. D2).

A conquista mitifica a imagem do herói perante a torcida, a mídia e o campo esportivo de um modo geral. Tal estratégia de centralização do fato no atleta tornou-se repetitiva nas abordagens, devido ao fato de o contexto apresentar-se propício para uma análise enaltecida da vitória, gerando maior identificação do público com a figura heroica e consolidando o cenário de superação, constantemente retratado pela mídia ao longo da trajetória de Ronaldo (CAVALCANTI et al, 2011).

As homenagens enfatizadas pelo discurso demonstram a representação social do atleta. Tal capital simbólico, conquistado ao longo do tempo, é consolidado pela cultura midiática através do contexto vitorioso, no qual o esportista se insere (COSTA, 2011). O retrato de superação, de coragem e de persistência identifica o cenário esportivo com a realidade cotidiana dos sujeitos que compartilharam das dificuldades às quais Ronaldo se submeteu (RÚBIO, 2010).

A afetividade estabelecida entre atleta, torcida e clube atinge as relações comerciais que se emaranham no processo de construção da notícia. De acordo com o contexto, o jornal aparenta elaborar a manchete, de maneira a afetar positivamente a consolidação da imagem positiva de uma carreira permeada pela superação de obstáculos. A aproximação entre passado e presente assegura à mídia a oportunidade de criar um cenário, que favoreça seus interesses e que afete o imaginário do torcedor, a partir dos processos de comparação estabelecidos pelo inconsciente de cada sujeito social.

### 3.3 HEROÍSMO E MITIFICAÇÃO: COPA DO BRASIL 2009

A Folha de São Paulo apresentou uma ilustração de Ronaldo, em encontro com o ator Hugh Jackman – Wolverine –, em que ambos seguravam uma camiseta com os dizeres: “Eu sou indestrutível!”. Tal representação se relaciona, indiretamente, ao texto que aborda a importância da Copa do Brasil para o calendário corintiano (GALDIERI, 06 mai. 2009, p. D4).



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO DE 06 DE MAIO DE 2009

No ideal dos Jogos Olímpicos helênicos, a vitória estava relacionada com a superação dos próprios limites, não com a derrota de um adversário. Porém, com o desenvolvimento do esporte moderno, passou-se a valorizar a performance pela conquista do primeiro lugar. Assim, superar o adversário tornou-se mais importante do que superar os próprios limites (RÚBIO, 2006).

A associação da imagem com o texto atribui ao esportista a responsabilidade pelo êxito (CAPRARO et al, 2011). Tal estratégia se justifica devido ao capital simbólico do atleta perante a mídia, a torcida e o campo esportivo. A ilustração elabora o discurso através da correlação do herói “indestrutível” e suas próprias características, revelando não só a capacidade de vencer, mas também de não desistir e reerguer-se, construindo a identidade social através do sentimento de superação pelo esporte (RÚBIO, 2002).

Essa referência que o atleta se tornou, no contexto esportivo corintiano, pode ser um dos motivos que justificaria a escolha do jornal em usar Ronaldo como protagonista das notícias sobre o clube paulista. Entretanto, é necessário entender que a relação entre história e memória afeta a exposição da imagem de Ronaldo pelo jornal, já que sua figura influencia a noção de identidade nacional construída (HELAL et al, 2004), através de uma cultura futebolística voltada para o consumo (GASTALDO, 2000).

Com a concretização da classificação corintiana frente ao Clube Atlético Paranaense, nas oitavas de final da Copa do Brasil, o jornal novamente atribuiu a responsabilidade da vitória ao atacante, afirmando que este marcou dois gols

e classificou o Corinthians para a fase seguinte da competição (FOLHA DE SÃO PAULO, 07 mai. 2009, p.01).

O contexto no qual o fato se insere é explorado pelo jornal, no sentido de atribuir representação para o discurso (DA COSTA et al, 2007). Isso resulta na elaboração da narrativa através do sentimentalismo que apresenta o futebol em um processo histórico, perpassado pela iniciação do jornalismo esportivo com as crônicas até o tempo presente, caracterizado pelo espetáculo esportivo contemporâneo (HELAL, SOARES, 2001).

A tentativa de atribuir representação ao discurso constitui uma estratégia que, constantemente, utiliza a imagem de Ronaldo para elaborar o cenário da partida. No sucesso ou no fracasso, a figura do esportista consolidado no campo esportivo permeia as análises do jornal, devido ao interesse da cultura midiática em enquadrar-se nas práticas de consumo do esporte espetáculo (COSTA, 2008).

Essa lógica confirma-se em outros exemplos, quando o periódico utiliza uma alcunha criada pela torcida em homenagem ao clube – “todo poderoso” –, para descrever o atleta. Retratado como o “fenômeno” que retornou ao Brasil, o esportista marcou os dois gols que classificaram o Corinthians para as quartas de final da Copa do Brasil, prioridade da equipe no ano de 2009 (GALDIERI, 07 mai. 2009, p. D1).

As expressões utilizadas, para descrever a notícia, partem de uma estratégia que se interliga com a necessidade de manutenção dessa contextualização, da identidade futebolística brasileira pelo espetáculo. O jornal utiliza-se de termos que afetam o imaginário do torcedor através da paixão, sentimento exacerbado na identificação social, que o cenário heroico elaborado pela mídia gera ao elaborar o discurso.

Compreendemos que o periódico constrói a narrativa a partir do contexto e da ideologia implícitos na forma de elaborar o discurso. Tal análise possibilita entender que a transmissão de um fato pela mídia elabora-se de acordo com o interesse de cada instituição (ORLANDI, 2007). Devido a isso, o jornalismo esportivo caracteriza-se como um meio propício aos interesses ideológicos locais, apresentando o tema abordado em âmbitos diferentes (COSTA, 2010).

A elaboração da narrativa, enaltecida do feito heroico, é notória de acordo com as oportunidades apresentadas pela realidade social. A função do

entretenimento é aproveitar-se do contexto, utilizando-se dos fatos para divulgar a informação através do sentimentalismo característico do futebol.

Afetar a realidade esportiva, estabelecida a partir da cultura de mídia, causa impactos na economia do futebol (GASTALDO, 2000). Sendo este o interesse do jornal, a imagem de Ronaldo vai estar sempre atrelada aos fatos que cercam o clube. Quando não suficiente, os meios de comunicação utilizam-se da privacidade do esportista para atingir a atenção dos leitores, através da figura identificatória do herói e, por vezes, do vilão (HELAL, 2003).

O jornal, então, afirmou que Ronaldo salvou a equipe em mais uma partida ao marcar dois gols e eliminar o Atlético Paranaense da Copa do Brasil. Após a repercussão da vitória, o periódico definiu os possíveis adversários do clube paulista, na competição, como candidatos a parar o atleta e o Corinthians ou a tornarem-se vítimas do “fenômeno” (GALDIERI, 07 mai. 2009, p. D1).

Nas narrativas futebolísticas, as histórias se relacionam com o formato das disputas. Por exemplo, a Copa do Brasil se refere a uma competição regulamentada por confrontos diretos, notabilizada pela representação de enfrentamento, batalha e desafio (MULLER, 1987) – situações que permeiam o caminho heroico e facilitam a elaboração de um cenário mítico (RÚBIO, 2001), que favoreça o discurso do jornal a partir do desenvolvimento dos fatos (COSTA, 2010).

Além disso, o formato da competição permite que a construção das narrativas se realize, primariamente, a partir da superação ou do fracasso de uma disputa. Essa organização privilegia ainda mais a criação de um cenário no qual o protagonista da história é o herói (COSTA, 2011). Entretanto, não devemos pensar a elaboração de estratégias discursivas enquadradas apenas pela caracterização do campeonato enquanto batalha direta, já que o heroísmo aparenta estar implícito também de outras formas nas narrativas expostas pelo jornal (HELAL, SOARES, 2001).

Observamos a contínua elaboração de uma narrativa espetacularizada, que constrói-se a partir do contexto, reforçando o enaltecimento pelos feitos do atleta. Antes da partida pelas quartas de final da Copa do Brasil, contra o Fluminense, o jornal afirmou que oito entre os dez gols marcados por Ronaldo, no Corinthians, mudaram os resultados das partidas (GALDIERI, 13 mai. 2009, p. D4).

O reconhecimento ao atleta, que tem o dom para jogar futebol, rememora a discussão do herói talentoso, que tem recursos técnicos para sair-se vitorioso nos desafios (GIGLIO, 2007). No entanto, emaranha-se também com características do heroísmo, no que tange a coragem em momentos decisivos, definindo-o também como superador de obstáculos intransponíveis (CAMPBELL, 1997, p. 21).

A estratégia do periódico não é se apropriar de uma conceitualização cristalizada do herói, até porque tais características discursivas estão implícitas na maneira de narrar os fatos. Entretanto, a construção das notícias são elaboradas e reelaboradas de acordo com a ideologia que se aplica naquele determinado contexto, em que os fatos acontecem (ORLANDI, 1994; 1996).

O periódico não se importa sobre como o heroísmo vai ser retradado na notícia e, portanto, não estabelece uma preferência conceitual acerca da teoria. Seu interesse está pautado no enaltecimento aos feitos de Ronaldo, procurando atingir o público de forma que a indústria cultural (DAMO, 2008) supra as necessidades comerciais do campo esportivo, a partir da identificação dos sujeitos que se envolvem pela paixão futebolística (COSTA, 2010).

É nesse sentido que entendemos porque a construção da notícia não é elaborada exclusivamente a partir dos níveis de competitividade de uma disputa. A necessidade comercial, estabelecida pelo desenvolvimento do futebol espetáculo, exige que o jornal crie mecanismos que envolvam o torcedor no consumismo que rege as práticas esportivas contemporâneas (GASTALDO, 2009, p. 355).

Reforçar a imagem positiva de Ronaldo não significava apenas comparar seus feitos naquele momento com os realizados no passado; mas, também, entender a singularidade que cada fato possui para essa lógica capitalista, imposta pela mercadorização do esporte, que se aproveita das oportunidades que a realidade esportiva apresenta para elaborar suas narrativas.

Após a primeira partida pelas quartas de final da Copa do Brasil, frente ao Fluminense, a Folha de São Paulo afirmou: “Na competição mais relevante para a equipe no ano da volta à elite e quando Ronaldo passou uma rara noite em branco” (GALDIERI, 14 mai. 2009, p. D1).

O capital simbólico e a representação no cenário nacional permeiam uma narrativa diferenciada, na elaboração de notícias acerca do atleta (COSTA, 2008). Ao amenizar as derrotas e enfatizar as vitórias, o discurso do jornal está amarrado a questões políticas, implícitas nos interesses do campo esportivo e da cultura de mídia (HELAL, SOARES, 2001, p.84).

Para o jornal, a manutenção da imagem positiva do atleta perante o campo esportivo é válida, haja vista o fato de seu capital simbólico assegurar que sua representatividade no cenário esportivo não fosse afetada pela análise do desempenho de uma partida.

O esportista tem representação consolidada no futebol, ao passo que o jornal necessita de figuras cristalizadas no cenário esportivo contemporâneo, para que haja interesse dos leitores nas narrativas expostas pelos meios de comunicação. O desempenho é importante no sentido do enaltecimento, porém, não se identifica como a única estratégia discursiva do periódico, no uso da imagem do esportista na construção das notícias (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Compreendemos que, no futebol, a manutenção de um desempenho regular colabora para um contexto positivo, em que o esportista é protagonista. No entanto, como atleta reconhecido historicamente, Ronaldo é retratado até mesmo quando não atuou. O jornal relatou que a ausência do atacante na primeira partida da semifinal, devido a uma lesão na panturrilha, representou um desfalque que surpreendeu a própria comissão técnica do Corinthians (FOLHA DE SÃO PAULO, 27 mai. 2009, p. D2).

Após a partida no estádio do Maracanã, o periódico tratou novamente da ausência do atleta, afirmando que, sem a presença do atacante, o Corinthians desperdiçou chances e empatou no primeiro confronto contra o Clube de Regatas Vasco da Gama. O relato retratava, ainda, que a equipe paulista foi para o Rio de Janeiro, tentando provar seu poder decisivo sem Ronaldo, mas fracassou (GALDIERI, RANGEL, 28 mai. 2009, p. D3).

A impossibilidade de Ronaldo jogar somada ao fato de, mesmo assim, o jogador ter sua imagem retratada nas notícias, revelam como o jornal é capaz de alternar estratégias discursivas na elaboração das narrativas. A construção do cenário, explanando a ideia de uma correlação entre o fato do Corinthians ter falhado no setor ofensivo e a ausência do atleta, demonstram a intenção de

aproximar o esportista do torcedor, através da justificativa de que faltou o herói para que o rumo da partida fosse diferente.

A narrativa relaciona-se, mais uma vez, à questão do dom para a prática futebolística (GIGLIO, 2007). Ao retratar que faltou efetividade ao Corinthians, na ausência de Ronaldo, percebemos que, ao atacante, foi atribuído o talento necessário para que a equipe tivesse êxito nas jogadas ofensivas. O herói, como responsável pela condução à vitória (CAMPBELL, 1997), também pode ser identificado na matéria em questão, já que, segundo o jornal, o clube paulista não conseguiu ser decisivo na ausência do esportista.

Essa lógica comparativa e equiparativa permite-nos entender como o jornal tenta justificar o resultado, através da construção de uma narrativa que consolida o herói perante o público e o campo esportivo (CAPRARO et al, 2011). Tal contexto demonstra a constante busca por recursos que reelaboram as estratégias discursivas e mantêm o processo de formação da notícia, por meio da imagem de esportistas reconhecidos pela sociedade contemporânea (COSTA, 2011).

Segundo Muller (1987, p.40) essa capacidade do herói, em apresentar soluções definitivas, norteia a confiança imposta pelos sujeitos que o cercam. Assim, a suposta dependência do Corinthians em relação ao atleta, não aparenta ser extritamente técnica, mas se relaciona, também, à representação edificada pela trajetória esportiva de Ronaldo.

Após recuperar-se da lesão na panturrilha e superar as fracas atuações nas quartas de final e no segundo confronto da semifinal, o atleta voltou a ser elogiado pelo jornal ao marcar um gol na primeira partida da final contra o Sport Club Internacional. O periódico relatou: “Ronaldo supera gripe, brilha na hora agá e decide” (ARAÚJO, GALDIERI, 18 jun. 2009, p. D2).

Sendo o jornal considerado um terreno propício para a elaboração de um cenário mítico – que afeta o imaginário do torcedor através da identificação pela vitória, pelo sentimento de luta, dedicação e coragem (RÚBIO, 2001) –, fica cristalizada a possibilidade do periódico, de fazer uso das oportunidades que o contexto apresenta. Essa narrativa estabelece um discurso baseado no enaltecimento à superação dos obstáculos, diferenciando-se de outras formas de abordagem, segundo as quais é necessária uma reelaboração discursiva, de acordo com a realidade em foco (COSTA, 2010).

Assim, o jornal segue a lógica de se utilizar do simbolismo do mito para afetar a sociedade contemporânea, através de narrativas que equiparam a vitória esportiva à realidade social dos sujeitos. Dessa forma, há uma continuidade do processo, em que o campo esportivo torna-se dependente da cultura midiática, a qual, através da difusão da imagem dos protagonistas, beneficia outros setores da economia nacional, fortalecendo a lógica do espetáculo esportivo embasado pelo consumismo (PIEPER, 2010).

Na mesma notícia, o jornal afirmou, também, que o atleta não fez uma partida brilhante, sendo pouco participativo, sem demonstrar lances geniais. No entanto, ainda de acordo com o periódico, Ronaldo foi decisivo e deixou o Corinthians mais próximo do título da Copa do Brasil (ARAÚJO, GALDIERI, 18 jun. 2009. p. D2).

A narrativa expõe o heroísmo, permeado pelo potencial decisivo do atleta. Nesse caso, não importa a qualidade técnica, o talento nem o dom para a prática esportiva. Interessa, sim, o viés da superação, da coragem, da persistência (CAMPBELL, 1997; MULLER, 1987), já que tais características apresentavam-se compatíveis com a imagem de Ronaldo, a ser retratada, naquele momento, pelo periódico.

Tal análise corrobora com o que havíamos refletido anteriormente. As estratégias para elaboração da notícia interligam-se ao contexto apresentado pela situação, bem como à ideologia da cultura de mídia. Tais características, funcionalmente, correlacionam-se aos interesses comerciais implícitos na lógica da indústria de entretenimento (GURGEL, 2009).

Acerca da possibilidade de Ronaldo conquistar o primeiro campeonato nacional no Brasil, o jornal afirmou que o atleta tentaria seu primeiro título em território brasileiro, preenchendo uma lacuna da sua carreira no futebol (GALDIERI, 01 jul. 2009, p. D1).

A trajetória heroica é permeada por desafios que objetivam provar se o candidato ao posto pode mesmo exercê-lo. Tais batalhas consistiriam em demonstrar se o esportista está à altura da tarefa, se poderá suportar os perigos e se terá conhecimento, coragem e capacidade para transpor o desconhecido, tornando a jornada parte importante da vida (RÚBIO, 2001, p.171).



A notícia apresenta a significação simbólica para uma possível conquista do atleta. Expressões como: “buscar”, “conquistar” e “tentar”, são termos que possibilitam uma análise a partir da utilização da imagem do jogador como protagonista na construção do cenário jornalístico (COSTA, 2011).

A narrativa foi elaborada a partir da oportunidade de utilizar o fato de o atleta não ter vencido uma competição nacional, para consagrar a figura do herói pela realização de um feito então inédito. Tal estratégia proporcionaria uma identificação ainda maior do público com o esportista, atingindo os objetivos comerciais propostos pela cultura midiática (PIEPER, 2010).

O herói personifica, portanto, a figura com a qual muitos sujeitos se identificam, sendo considerado o ideal de ser humano, que não só é tomado por exemplo para uma maioria, como também aparece enquanto defensor da nossa própria causa. Encontramo-nos em suas batalhas, seus medos e sofrimentos; em suas vitórias e derrotas; na sua luta pela sobrevivência (MULLER, 1987, p.8).

Após a conquista da Copa do Brasil, o jornal afirmou que o atleta preencheu o currículo com um título inédito na sua carreira, confirmando a hipótese lançada na notícia do dia anterior (FOLHA DE SÃO PAULO, 01 jul. 2009. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

A imagem do atleta atrelada à figura heroica, que venceu os desafios pessoais e retornou ao futebol em nível competitivo, é a típica narrativa utilizada pelos meios de comunicação a fim de enaltecer e consolidar um esportista (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011). Manter a figura mítica em evidência, diante de um contexto que celebra a vitória, tornou-se a estratégia discursiva tradicional, que permeia a difusão da informação, combinando-se aos interesses da mídia em consonância com o campo esportivo (CAPRARO et al, 2011).

A vitória é considerada, então, um componente importante na construção de histórias que se centralizam em um cenário heroico. Sentimentos, como o sofrimento e a paixão, conduzem à identificação dos torcedores com atletas consagrados por trajetórias consolidadas no futebol espetáculo, o qual se pauta na prática de consumo da indústria cultural de entretenimento.

## 4 RONALDO E A REPRESENTAÇÃO DA DERROTA

### 4.1 A VILANIZAÇÃO DO HERÓI: COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA 2010

A construção da imagem de Ronaldo no cenário esportivo brasileiro, pela superação de obstáculos, aproximou a figura heroica da representação corintiana por meio do sofrimento, da coragem e da persistência na realização dos feitos esportivos (RÚBIO, 2001). Consequentemente, o capital simbólico do esportista e as características atreladas a essa relação, construída pelo cenário midiático (PIEPPER, 2010), credenciaram o atacante ao protagonismo na disputa da Copa Libertadores da América de 2010.

Com o contexto apresentando – a imagem do esportista a partir de sua trajetória, das conquistas no Corinthians e da relação estabelecida entre campo esportivo e mídia –, a mística da competição continental representa um cenário no qual Ronaldo poderia consolidar-se na história do Corinthians como protagonista de um título inédito.

Essa representação do atleta na realidade cotidiana do Corinthians pode beneficiar diretoria, dirigentes e comissão técnica (LEOGRANDE, 2010), no sentido da responsabilização pelos resultados canalizarem-se na figura de Ronaldo. Tal análise, observada nas conquistas da Copa do Brasil e do Campeonato Paulista de 2009, denota que o heroísmo pelo sucesso, ou o vilanismo pelo fracasso, são atribuídos pela mídia de acordo com o capital simbólico de cada agente envolvido no cenário esportivo brasileiro (COSTA, 2008).

O jornal então buscou subsídios que caracterizaram a Libertadores como um desafio singular na carreira do atleta, afirmando que Ronaldo nunca havia disputado a competição continental e que pouco conhecia acerca do que encontraria nas disputas de tal torneio (FERNANDEZ, 12 jan. 2010, p. D2).

A mística que envolve tal competição interliga-se a algumas características que propõem o desafio como algo sinistro, ameaçador, estranho e desconhecido (MULLER, 1987, p.16). Experiências por meio das quais o herói poderia provar o seu valor, bem como se cristalizar no cenário esportivo, a partir do protagonismo atribuído pela mídia (COSTA, 2011).

O fato de Ronaldo não ter disputado a competição denota a necessidade de fazer-se conhecer a partir do potencial heroico atribuído, constantemente, pela realização de feitos que ora enaltecem, ora reconstróem sua imagem perante o público, que se identifica com as dificuldades pelas quais o esportista perpassava (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011; RÚBIO, 2010).

O periódico tratou dessa representação do atleta, ao afirmar que uma lesão na coxa tiraria o atacante do clássico contra o Palmeiras. Entretanto, o caso não era grave e se tratava de uma precaução, no sentido de evitar que Ronaldo ficasse fora da estreia na Libertadores (FERNANDEZ, 29 jan. 2010, p. D3).

Apesar do sucesso no ano anterior, o jornal e o próprio clube retrataram a necessidade de fazer um planejamento para que o atacante não tivesse problemas físicos que o impossibilitassem de atuar. Nesse sentido, fica claro no discurso do periódico que a prioridade era que o esportista estivesse apto às disputas da Copa Libertadores – o que se justifica pela importância da competição, pelo ineditismo da conquista e pela obsessão por um título que os rivais regionais já possuíam.

Essa relevância na trajetória da equipe é retratada pelo jornal ao afirmar que o atleta não atuaria contra o Palmeiras por precaução. Isso denota a representatividade (MARQUES, 2005) de Ronaldo no Corinthians, de acordo com as necessidades que a disputa de uma competição continental exigia.

Essa representatividade do atleta advém das experiências anteriores, relacionadas a sua trajetória no futebol internacional e na seleção brasileira. A carreira permeada por desafios singulares (MULLER, 1987, p.9) o credencia ao protagonismo, unificando as responsabilidades pela conquista ou pelo fracasso na figura de alguém a quem a mídia atrelou feitos heroicos ou vilânicos (RÚBIO, 2002), no cenário construído a partir do contexto apresentado.

Sendo assim, é possível pensar a partir da criação de estratégias discursivas, que visam atrelar a imagem do atleta ao sucesso ou ao fracasso. O capital simbólico (BOURDIEU, 1983) favorece a exposição da imagem, tanto pelo enaltecimento, quanto pela polêmica, tornando-se um porto seguro para que o jornal crie o cenário esportivo de maneira que enquadre a narrativa na lógica comercial do futebol espetáculo (DAMO, 2001).

O jornal novamente tratou do clássico contra o Palmeiras, afirmando que, apesar da lesão na coxa direita, Ronaldo até poderia atuar, entretanto, seria poupado para evitar a tragédia que seria sua ausência na estreia da Copa Libertadores da América (FOLHA DE SÃO PAULO, 31 jan. 2010, p. D3).

Para além da responsabilidade pela representatividade, o discurso utiliza-se de estratégias discursivas – já discutidas anteriormente –, que elaboram a narrativa a partir da dramatização do fato (JÁUREGUI, 2011). Quando o jornal retrata a ausência do atacante na Copa Libertadores da América como “tragédia”, demonstra a dependência que a equipe tem em relação a presença do atleta.

Tal relevância perante os demais colegas de equipe, comissão técnica e funcionários do clube advém da experiência (CAMPBELL, 1997; MULLER, 1987), da capacidade técnica, do controle emocional demonstrado pelo esportista em outras oportunidades de sua carreira. Essas características são utilizadas pelo jornal para expor uma suposta fragilidade da equipe, que tem em Ronaldo uma referência esportiva (RÚBIO, 2001) e a esperança de obtenção de sucesso na Copa Libertadores da América, que historicamente havia se mitificado, até então, como impossível de ser conquistada pela equipe.

Ronaldo deve virar mesmo, no início desta temporada, um jogador de libertadores. O principal astro corintiano já está recuperado clinicamente da contusão em sua coxa direita, mas não retornará tão cedo ao time de Mano Menezes (FOLHA, 06 fev. 2010, p. D2).

A elaboração do discurso é permeada pelo contexto no qual cada fato discutido se insere (ORLANDI, 1994). A realidade de Ronaldo no Corinthians credenciava o seu protagonismo pelos feitos realizados anteriormente no próprio clube, como também por sua trajetória histórica, mas sem simplificar a representatividade do esportista apenas pela carreira vitoriosa (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

A comprovação da capacidade e a consolidação da imagem a partir do retorno ao futebol nacional – estando este atrelado à superação de uma série de obstáculos profissionais – condicionaram o atleta a um nível de importância que pode ser notado pelo fato de Ronaldo ser a “arma secreta” para a disputa de uma competição, que o Corinthians nunca havia vencido.

A utilização de termos que amplificam a representação do atleta, no cenário esportivo brasileiro, tornou-se, a partir do que observamos ao longo do trabalho, uma estratégia recorrente por parte do jornal. Ao referir-se a Ronaldo como “principal astro”, o jogador é identificado como protagonista, estrela, herói (MARQUES, 2008) – além de ser estabelecido um cenário no qual a supervalorização da imagem afeta o imaginário do torcedor, influenciando a lógica comercial da indústria de entretenimento (DAMO, 2008).

Essa importância é atribuída ao atleta em 2010, ano do centenário corintiano – o que proporcionaria maior repercussão acerca do enaltecimento ou da culpabilização pelo resultado na competição continental. As narrativas do jornal retratam esse cuidado com a preparação do atacante, já que o clube esperava que Ronaldo estivesse condicionado fisicamente para a disputa da Copa Libertadores da América (FOLHA DE SÃO PAULO, 13 fev. 2010, p. D2).

Por ser o ano do centenário do clube, o protagonismo do atleta, expresso pela mídia de forma amalgamada ao ineditismo da conquista; à dependência da equipe em relação às ações do esportista; e, ainda, relacionada à canalização das responsabilidades devido à experiência (LEOGRANDE, 2010), era necessário que Ronaldo estivesse preparado para ser o escudo corintiano em caso de derrota.

A própria contratação do atleta pode ser pensada nesse sentido. Ao repatriar Ronaldo, o clube estava ciente de que as atenções da mídia se voltariam para o esportista. Sua trajetória consolidada (RÚBIO, 2010) proporcionaria repercussão acerca do seu retorno ao futebol brasileiro, o que estaria atrelado à imagem do Corinthians. Todavia, essa situação segmentaria a responsabilidade, sendo o atleta o protagonista que a mídia utilizaria para construir suas narrativas esportivas (COSTA, 2011).

O jornal denominou Ronaldo como o símbolo de um elenco montado para conquistar o título continental. Ciente da responsabilidade, o jogador tentava diminuir a pressão do ineditismo da conquista e de um eventual fracasso (FERNANDEZ, GALDIERI, 24 fev. 2010, p. D1).

O discurso da imprensa enquadra-se nos interesses comerciais da instituição, apresentando-se de acordo com o contexto no qual os fatos se inserem. As estratégias também podem ser modificadas a partir das ações do campo esportivo, especificamente de agentes com capital simbólico capaz de

alterar a realidade social, na qual determinadas situações são retratadas (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

Percebemos, através das narrativas do jornal, que antes do início da competição, o atleta tentava mudar essa representação obsessiva pelo título da Copa Libertadores da América. Tal estratégia decorre, muito provavelmente, da consciência do esportista de que a responsabilização pela conquista ou pelo fracasso na competição seria atribuída a ele, já que a mídia, o campo esportivo e os torcedores brasileiros caracterizam-se por buscar heróis/vilões no cenário esportivo contemporâneo (COSTA, 2008).

Notamos que o futebol tem se consolidado como uma metanarrativa, na qual a mídia narra os fatos apresentando heróis e vilões nas histórias. Essa característica do esporte moderno readaptou a forma de transmissão, enquadrando-se no modelo globalizado e espetacular que rege a realidade do campo esportivo (RÚBIO, 2001, p.101).

Acerca da estreia do Corinthians na Copa Libertadores da América de 2010, destacou-se a atuação do volante Elias que, segundo o jornal, roubou a cena de Ronaldo que, na partida da noite anterior, foi apenas coadjuvante (GALDIERI, MATTOS, 25 fev. 2010, p. D1).

A busca do periódico por protagonistas (RÚBIO, 2010) aproxima o torcedor dos atletas, afetando o imaginário daquele através de narrativas que satisfaçam o sentimentalismo embutido à cultura futebolística (HELAL, 2003), consolidada no esporte contemporâneo a partir das relações estabelecidas com outros setores e em outros momentos históricos da sociedade nacional (BORELLI, 2002).

Há uma necessidade de exposição da imagem de Ronaldo por parte do jornal, haja vista que tal recurso atrai leitores, seja pelo enaltecimento aos feitos ou por polêmicas nas quais estivesse envolvido (RÚBIO, 2001). Essa caracterização decorre da representação do atleta no cenário esportivo brasileiro, bem como do capital simbólico que cristalizou a figura do esportista enquanto referência do esporte espetáculo (DAMO, 2008).

A notícia acerca da partida indica o volante Elias como protagonista, devido aos gols que definiram a vitória corintiana no confronto. Entretanto, percebemos a inserção de Ronaldo no contexto dos fatos, no sentido de se utilizar da representação do atleta, a fim conferir importância à narrativa. Tal

estratégia justifica-se pela capacidade comercial de adesão da imagem do esportista à exposição midiática, publicitária e econômica, consolidada nas relações do campo esportivo, fixadas na realidade contemporânea do futebol (ROGGERO, LARUCCIA, 2009).

As dificuldades impostas pelo desafio fazem o sujeito oscilar entre a possibilidade do sucesso e do fracasso (RÚBIO, 2002). A mídia propõe um discurso que se enquadra nas perspectivas do entretenimento, agregando-se como parte da cultura nacional, que se utiliza do folhetim e do sentimentalismo implícitos nesse processo histórico pelo qual perpassa o futebol (COSTA, 2011).

Como parte dessa cultura comercializável – que perfaz o futebol como algo que afeta a realidade dos sujeitos sociais, os quais se identificam com a prática torcedora –, a figura do atleta consolidado é retratada constantemente na Folha de São Paulo. Tal situação independe da característica da narrativa e das estratégias para formulação do discurso.

O jornal oscila entre elogio, crítica, polêmica e enaltecimento, interligando os fatos relacionados ao Corinthians com a figura de Ronaldo. Na partida frente ao Club Cerro Portenõ do Paraguai, relatou-se: “[...] o maior artilheiro das Copas decretou o resultado que fez sua equipe chegar a sete pontos em nove possíveis e em situação confortável na liderança do grupo 1 da competição” (FOLHA DE SÃO PAULO, 18 mar. 2010, p. D1).

Novamente, o contexto demonstra que o protagonismo oportuniza ao jornal um discurso que enaltece os feitos do atleta (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011). As expressões utilizadas para retratar a narrativa apresentam a cristalização da construção da notícia, a partir da criação de histórias que se utilizam dos fatos de acordo com o interesse da instituição que escreve (ORLANDI, 1994).

A Folha de São Paulo apresenta-se como um meio de comunicação que, oportunamente, aproveita-se do contexto para supervalorizar feitos que não condizem com a realidade da notícia. Utiliza os fatos a favor dos interesses comerciais, ocultando detalhes que não satisfaçam a estratégia escolhida para a descrição, destacando os benefícios que a realização do atleta propiciou para sua equipe na competição.

Utiliza-se de estratégias de apelo comercial, apropriando-se das histórias esportivas por meio de uma narrativa mitificada dos fatos, afetando a cultura do esporte através do consumo. Segundo Muller (1987) isso ocorre devido ao papel social que carrega o candidato a herói, haja vista que o percurso está vinculado à realidade da sociedade na qual vive e atua.

Na vitória corintiana sobre o Racing Club de Montevideo, o jornal destacou o discurso de Ronaldo: “Estamos jogando bem. Não entramos na catimba deles. Não queriam jogo desde o início. Agora, a bola vai voltar [de fora do campo] mais rápido’, disse Ronaldo no intervalo” (FERNANDEZ, 15 abr. 2010, p. D4).

A representação do atleta no cenário esportivo contemporâneo permitia que seu discurso fosse retratado com um grau de relevância diferenciado. O capital simbólico do sportista propiciou uma formação de opinião importante na divulgação de notícias acerca do Corinthians, haja vista que Ronaldo era a referência do clube, devido à trajetória no futebol (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

O histórico leva a assumir a responsabilidade pelos resultados. Tal situação remete à natureza heroica, de quem perpassou por diversas situações que credenciam ao protagonismo (MARQUES, 2002). De maneira geral, a trajetória de Ronaldo serviu de exemplo para o próprio clube, que se aproveitou da experiência internacional do sportista para elaborar o projeto referente ao Centro de Treinamento do Parque Ecológico.

Observamos, então, que a representação do sportista está atrelada a sua capacidade de afetar a cultura midiática. Entretanto, seu capital simbólico permite discursar em outras esferas do campo esportivo que extrapolam a prática futebolística. A reflexão demonstra porque o periódico, por vezes, constrói a narrativa a partir da opinião do atleta acerca de fatos comercialmente relevantes para a instituição.

Essa condição de referência permeia a discussão que corrobora com a ideia de que tanto o sucesso quanto o fracasso recairiam sobre o protagonista. Nesse sentido, por exemplo, o periódico relatou que, em caso de eliminação do Corinthians na Copa Libertadores da América de 2010, Ronaldo ficaria marcado pelo fim do sonho do torcedor corintiano (RANGEL, MATOS, 28 abr. 2010, p. D1).



Segundo Leogrande (2010) a contratação do atleta, reconhecido no cenário futebolístico, canaliza a atenção da mídia, do campo esportivo e de outros setores interligados diretamente ao esporte espetáculo. Tal situação permite que outros agentes, que deveriam dividir a responsabilidade por um eventual fracasso, tenham na figura do protagonista uma blindagem devido à representação de Ronaldo no futebol.

Essa necessidade do esporte em manter heróis, protagonistas e estrelas advém da identificação do público com o futebol e da criação de um cenário que proporcione a elaboração de narrativas que, no caso, depositavam no atacante a responsabilidade pelo confronto (PIEPPER, 2010). Isso justifica a constante busca dos clubes por atletas que tenham sua imagem consolidada no futebol, os quais se tornam lideranças capazes de assumir o êxito ou o fracasso (RÚBIO, 2001).

A construção da cultura esportiva nacional relaciona-se à busca pela vitória e está pautada em um processo histórico, que identifica o esporte por uma lógica capitalista (SILVA, RÚBIO, 2003). O resultado afeta o torcedor que se identifica com a imagem vitoriosa, agregando valores da partida à realidade de sujeitos e instituições, contagiados por sentimentos como superação, coragem e perseverança (MULLER, 1987).

Ao final da primeira partida pelas oitavas de final da competição continental, o jornal criticou a atuação de Ronaldo, afirmando que o mesmo estava em condições físicas precárias, sem efetividade no ataque e omissos no transcorrer da derrota para o Flamengo (RANGEL, MATOS, 29 abr. 2010, p. D1).

Com o não cumprimento da expectativa depositada no futebol do esportista, as críticas pelo desempenho caracterizavam a vilanização do atleta. O vilão é identificado como o sujeito incapaz de superar as expectativas criadas acerca de seu desempenho por um determinado grupo, seja este, de torcedores, jornalísticas, dirigentes, entre outros (COSTA, 2008).

A responsabilidade pela derrota é determinada pela mesma lógica do protagonismo da vitória. A mídia recai sobre o atleta do qual se esperava desempenho compatível com seu potencial, bem como com a expectativa gerada devido ao credenciamento por feitos heroicos anteriores. Ao analisarmos a cultura esportiva brasileira, a partir do imediatismo dos

resultados e da elaboração do discurso de acordo com o contexto que se apresenta, percebemos que as críticas são compatíveis com a constante reelaboração das estratégias discursivas, na construção da narrativa.

A mitologia não se contenta em considerar os seres humanos como heróis que superaram dificuldades em busca de uma conquista. Há uma tendência que dota estes sujeitos de superpoderes, sendo o heroísmo apresentado como uma sucessão de prodígios. Isso caracteriza o herói como um sujeito predestinado, não como um indivíduo possuidor de uma história e de um caráter (CAMPBELL, 1997, p.168).

Entendemos, então, que uma carreira permeada por vitórias gera a expectativa por novas conquistas. O fracasso, por sua vez, causa o efeito inverso do sucesso, vilanizando o candidato a herói. A oscilação da carreira esportiva, bem como o superdimensionamento da imagem de atletas cristalizados no cenário esportivo, permitem que o jornal perpassa do enaltecimento à culpabilização, em um curto espaço de tempo (MARQUES, 2005, p. 7).

As críticas ao desempenho do atleta estendiam-se na coluna de Juca Kfourri: “Mas de fato, o Corinthians também jogava com dez e desde o começo do jogo: porque Ronaldo em campo e nada neste momento é quase o mesmo, ou ainda pior, ele mais atrapalha do que é inútil” (KFOURI, 29 abr. 2010, p. D3).

Essa oscilação entre vitória e derrota é uma característica da imprensa esportiva brasileira (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011). No caso da coluna do Juca Kfourri, analisamos em outro momento, um trecho em que o autor justifica críticas anteriores e previsões de que o atleta não se recuperaria, enaltecendo seu momento satisfatório nas conquistas – do Paulista e da Copa do Brasil –, com expressões que identificam o heroísmo a partir do folhetim (COSTA, 2010).

Entretanto, o contexto apresenta-se desfavorável a estratégias discursivas, que possibilitam a construção de um cenário a partir do heroísmo. A derrota enquadra outros valores narrativos que afetam a cultura midiática espetacularizada, atingindo o objetivo comercial do campo futebolístico (COSTA, 2008).

O discurso polêmico é uma das estratégias utilizadas na narrativa do jornal, que visa afetar o cenário futebolístico contemporâneo a partir das discussões sobre um tema relevante. O capital simbólico de Ronaldo é fator que reflete a necessidade do periódico de atrelar seu produto a questões polêmicas que, comercialmente, se mostram impactantes no campo esportivo e midiático.

Na segunda partida das oitavas de final da Copa Libertadores de 2010, o jornal voltou a destacar a atuação de Ronaldo, afirmando: “Os astros dos times tiveram noites opostas. Ronaldo flamenguista que virou ídolo corintiano, recuperou-se dos recentes jogos ruins, marcou um gol, mas saiu desclassificado” (BASTOS, FERNANDEZ, BUENO, 06 mai. 2010, p. D1).

O desempenho individual satisfatório atrelado à derrota é o resultado do fracasso. O heroísmo enquadrado na lógica do entretenimento é a vitória, independente do merecimento. O vilão é reconhecido pela caracterização da decepção, da falha, da falta de algo que concretizasse a expectativa pelo sucesso no desafio (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011, p.9).

Se ao tratar da vitória, o jornal construiu um cenário que colabora com a necessidade de identificação do público com o herói, na derrota a elaboração da notícia parte da canalização da culpa. A criação da expectativa na figura de Ronaldo, por parte do jornal, do próprio clube e da torcida, acabaram por vilanizar sua imagem perante o campo esportivo, após a derrota corintiana para o Flamengo.

A frustração pelo não cumprimento da expectativa dos torcedores aflora sentimentos de culpabilização e rejeição. A identificação heroica, apreciada pela mídia nas vitórias, transforma-se em dramatização na derrota, buscando justificar, pela figura do vilão, as causas do fracasso. Tal contexto questiona a capacidade do atleta e afeta negativamente a relação com os sujeitos que se identificam com ele (COSTA, 2008).

#### 4.2 A IMAGEM DO FRACASSO: COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA 2011

A partir da identificação do heroísmo como algo instituído na cultura de mídia, por meio de histórias que privilegiam o protagonismo individual, notamos que a lógica da vilanização segue o mesmo padrão de análise. Há,

então, uma necessidade da mídia em superdimensionar o vencedor e desvalorizar o perdedor, interligando as características da espetacularização do esporte às estratégias midiáticas e à transformação da identidade futebolística brasileira a partir do entretenimento (MARQUES, 2007, p.234).

A constante busca pela superação não se identifica pelo esforço, mas pela capacidade de se tornar vencedor, mantendo o status através de novas conquistas, já que o contexto “atualizado” é o que determina o discurso da imprensa esportiva (RÚBIO, 2002). O que o senso comum reproduz sobre a dificuldade de continuar vencendo concretiza-se pela necessidade de estar atrelado a uma imagem positiva no campo esportivo e midiático, proporcionando resultados comerciais pelo reconhecimento das vitórias (COSTA, 2011).

A lógica é a seguinte: a vitória mantém o foco da imprensa em construir as narrativas a partir de histórias heroicas, que enaltecem o sujeito e a instituição; ao passo que a derrota causa efeito inverso, provocando críticas e o enquadramento do protagonista na alcunha de vilão. Esse cenário é, então, mutável e obedece a estratégias discursivas que permitem a comercialização do esporte através do heroísmo e do vilanismo.

Após o primeiro confronto frente ao Tolima, válido pela primeira fase da Copa Libertadores da América de 2011, o jornal utilizou uma imagem de Ronaldo que expressava decepção com o resultado e tensão com o desfecho da fase eliminatória. Na foto, o atleta é destacado com uma expressão de preocupação, prevendo a repercussão que enfrentaria caso fracassasse perante a equipe colombiana (FOLHA DE SÃO PAULO, 27 de jan. 2011, p. D1).

FIGURA 4 – RONALDO APÓS A PRIMEIRA PARTIDA FRENTE O TOLIMA



A responsabilidade da conquista recaía novamente sobre o candidato a herói. O discurso perpassado pelas imagens demonstra essa caracterização do protagonismo como algo relevante nas narrativas da imprensa esportiva; além de denotar a necessidade de haver um foco para a elaboração do cenário que se utilizaria dos fatos da realidade cotidiana, para promover o futebol a partir de sua prática comercial (COSTA, 2008).

A expressão de Ronaldo focalizada nas imagens, publicadas pelo jornal, tensionam o contexto perpassado pelo atleta e pela instituição. Busca-se, então, através da dramatização, transparecer algumas características, como o sofrimento, a paixão e a emoção – implícitas ao futebol brasileiro desde sua gênese e que afetam a sensibilidade do torcedor que se identifica com o esportista ou com a situação do clube (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011; HELAL, SOARES, 2001).

Se a imagem reflete tensão, devido à situação da equipe paulista, os demais agentes do campo, que caracterizam o protagonismo do atleta, também foram afetados pelo contexto que seguia. Essa representação de Ronaldo como natureza humana, aproxima a figura do candidato a herói com o público, já que o sujeito é passível de sentimentos como o medo, a angústia e a ansiedade (MULLER, 1987).

A necessidade do protagonista nas narrativas é algo cristalizado em nossa discussão. Entretanto, a canalização desse protagonismo identifica Ronaldo como o sujeito responsável, antes mesmo da eminente derrota. Observamos isso nas imagens quando a expressão – sem confiança – aparentava a possibilidade de um fracasso iminente (SILVA, RÚBIO, 2003).

Antes da segunda partida da eliminatória, o jornal tratou da representação do atleta na construção do cenário que determinaria o futuro da equipe na competição continental. Lembrou-se que, ao finalizar o Campeonato Brasileiro de 2010, em terceiro lugar, Ronaldo declarou que disputar a primeira fase da Copa Libertadores da América não seria problema. Entretanto, as dificuldades enfrentadas no confronto do Pacaembu e o risco de eliminação precoce é uma situação que torcedores, dirigentes e demais integrantes da

comissão técnica do Corinthians, esperavam que o esportista resolvesse (FERNANDEZ, 1º fev. de 2011, p. D4).

A focalização retrata um contexto desfavorável ao atleta, em termos de exposição midiática. Após o início da pré-temporada, com a preparação prejudicada pela falta de manutenção da condição física e o planejamento inadequado, as condições para um dos confrontos relevantes do ano eram precárias. Entretanto, como o futebol trata de responsabilizar os sujeitos de quem se espera um rendimento compatível com as experiências anteriores, busca-se no protagonista essa representação de solucionador dos problemas (LEOGRANDE, 2010).

Ainda antes do confronto frente aos colombianos, o jornal destacou na primeira página do editorial de esportes uma imagem de Ronaldo descendo do avião. Relatou-se a falta de gols na temporada e a canalização da repercussão do resultado na figura do esportista, expressa na seguinte afirmação: “Ronaldo luta para não dar adeus a Libertadores” (FOLHA DE SÃO PAULO, 1º fev. 2011, p. D1).

FIGURA 5 – RONALDO NO DESEMBARQUE NA COLÔMBIA



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO DE 1º DE FEVEREIRO DE 2011

Há uma predisposição em focalizar a imagem do atleta. A utilização de fotos, como forma de ilustração do conteúdo, é algo complexo e deve ser pensado a partir das estratégias de aplicação do discurso não-verbal. O objetivo da Folha de São Paulo nesse procedimento é afetar o público através

da visualização, sentido que também altera o estado emocional dos sujeitos que acompanham a notícia (SOUZA, 1998).

Através da imagem é possível atingir o sentimento dos leitores, considerando-se uma maneira distinta – das discutidas até o momento – de influência na formação de opinião. O que corrobora com a ideia de que a ilustração não é complemento do jornal, mas parte do discurso que visa transmitir uma informação específica, em um contexto que privilegie os interesses da cultura de mídia (MAUAD, 1996).

A constante ilustração das notícias, relacionadas ao atleta e ao clube, busca afetar a lógica mercantilista que enquadra o futebol no contexto da espetacularização esportiva. Atrelar a figura de um sujeito consolidado no cenário esportivo afeta os interesses do jornal, que constrói a narrativa a partir do contexto e da identificação do público com o protagonista (RÚBIO, 2001).

Tal análise acrescenta-se aos efeitos do capital simbólico, que abarca outras relações na divulgação da imagem do atleta pelo jornal. Independentemente do contexto, a trajetória desperta o interesse do público, do campo esportivo e da mídia, que se utiliza das estratégias discursivas não-verbais como forma de alavancar-se comercialmente.

Compreendemos, então, como a oscilação entre sucesso e fracasso não afeta a exposição de Ronaldo no jornal. Pelo contrário, haja vista que tanto o enaltecimento quanto a polêmica caracterizam-se como narrativas que tensionam as discussões acerca do futebol, atendendo a necessidade do torcedor, no que tange o entretenimento e a relação com a realidade social vivida.

Em outra notícia, observamos explicitamente a repercussão acerca da responsabilidade de uma possível eliminação precoce na competição continental. O periódico retratou: “Em 2010, porém, Ronaldo era quem aparecia após as derrotas – especialmente na eliminação do time na Libertadores – para se explicar (FERNANDEZ, 1º fev. 2011, p. D4).

Os interesses implícitos pelas diversas estratégias discursivas, utilizadas para construir o cenário das notícias, pode ser observado na maneira como a narrativa é exposta na afirmação acima. Não foi o atleta que apareceu para dar explicações, mas a mídia que procura os sujeitos com capital simbólico e trajetória consolidada para justificar o fracasso inesperado (COSTA, 2008).

Ser o foco das críticas é algo comum na carreira de um atleta, que se caracterizou por oscilar entre o sucesso e o fracasso. Entretanto, a contextualização do momento é, naturalmente, construída de acordo com o interesse de quem divulga a informação. Escolher Ronaldo como protagonista perpassa por uma estratégia comercial, que não é assumida publicamente devido à necessidade de manter uma imagem profissional, no que tange a elaboração da notícia.

Após a derrota Corintiana para o Tolima, o jornal ilustrou a capa do editorial de esportes com uma foto de Ronaldo cobrindo o rosto como se estivesse com vergonha do resultado. A imagem, que focaliza o atleta, tem como pano de fundo uma faixa da torcida local com a expressão “Profecia”. O periódico afirmou, ainda, que o Corinthians fracassou na Colômbia, perdeu nova oportunidade de conquistar a Libertadores e entrou em uma crise (FOLHA DE SÃO PAULO, 3 de fev. 2011, p. D1).

FIGURA 6 – RONALDO APÓS A ELIMINAÇÃO NA LIBERTADORES



FONTE: FOLHA DE SÃO PAULO DE 03 DE FEVEREIRO DE 2011

A associação da expressão de derrotado do esportista com a faixa de pano de fundo permite analisarmos que o fracasso era iminente, na visão do jornal. As edições anteriores, associadas à foto da capa do dia seguinte à partida, demonstram também a representação de Ronaldo neste cenário predisposto a julgá-lo antes de o fato ser consumado.



As imagens retratavam o que seria o confronto na visão do periódico, que contextualizou o fato de acordo com o interesse que enquadrava o tema naquele momento. A foto, publicada no dia seguinte à partida, demonstra a responsabilização do atleta pelo fracasso, justificando que o cenário jornalístico pode ser construído através do heroísmo e do vilanismo, de maneira que ambos os conceitos são interessantes na construção da narrativa do futebol (COSTA, 2008).

Canalizar a derrota na figura de Ronaldo é mitificar a trajetória do esportista que se caracteriza pela superação de adversidades, já que se tornou um exemplo da oscilação entre vitória e derrota no esporte. O vilão, tanto quanto o herói, afeta o sentimento do leitor, haja vista que demonstra a natureza humana do atleta, aproximando-o daqueles que se identificam com o seu sofrimento (HELAL, SOARES, 2001).

O fracasso identifica o sujeito que não cumpriu o que se esperava dele. O protagonista, do qual todos aguardam a solução do problema, é culpabilizado quando uma derrota inesperada acontece. Isso colabora para refletirmos sobre o porquê de o jornal retratar o fato através das imagens de Ronaldo, já que suas experiências positivas e negativas o credenciavam a assumir a responsabilidade pelo resultado (SILVA, RÚBIO, 2010).

#### 4.3 A NEGAÇÃO DO RETORNO: O ENCERRAMENTO DA CARREIRA

O pronunciamento proferido por Ronaldo, na coletiva do anúncio de encerramento de sua carreira, faz parte do que se poderia chamar de “rito de passagem”, o qual se define como a prática formal de rompimento rigoroso das atividades cotidianas, afastando o indivíduo de atitudes, vínculos e do padrão de vida que ficou para trás (CAMPBELL, 1997, p.9).

Ocorre, então, um isolamento que mostrará ao sujeito uma nova realidade, como se estivesse renascido. No dia 14 de fevereiro de 2011, o até então atleta de futebol profissional foi a público esclarecer os motivos de sua decisão em não mais fazer parte desta categoria, definindo-se automaticamente, a partir deste momento, como ex-atleta profissional.

Ronaldo explicou que decidiu encerrar a carreira devido ao seu hipotireoidismo, além das constantes lesões. Um exemplo de como a

“passagem” de Ronaldo foi retratada pela mídia, pode ser observada no trecho abaixo, que apresenta a aposentadoria do mesmo como uma decisão difícil a ser tomada. Até mesmo o título da reportagem, publicada pela Folha de São Paulo, era marcante: “O corpo não aguenta mais, diz Ronaldo”.

"São as dores no corpo. A cabeça até quer continuar, mas o corpo não aguenta mais", declarou o atacante corintiano à emissora carioca. Ronaldo contou também que passou os últimos dias triste por causa de sua aposentadoria. "Nos últimos dias, chorei como um neném", disse (ITRI, 14 fev. 2011. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

Ronaldo conquistou títulos por diversos clubes internacionais, bem como pela seleção brasileira. Regressou ao Brasil para jogar no Corinthians já com o status nacional e internacional, conquistando os troféus da Copa do Brasil e do Campeonato Paulista de 2009. Ao encerrar a carreira, foi homenageado pela torcida corintiana antes do clássico contra o Santos, no estádio do Pacaembu, com faixa estampando “R9, eternamente em nossos corações” (FOLHA DE SÃO PAULO, 21 de fev. 2011, p D4).

Talvez o anúncio de Ronaldo sobre a aposentadoria, bem como as suas justificativas para tal, tenham sido planejadas para reverter efeitos negativos das críticas que estava recebendo, por parte de torcedores e da mídia, devido à sua má forma física e baixo rendimento durante o ano de 2011. Caso permanecesse em atividade, com uma atuação abaixo do padrão esperado, correria o risco de perder seu status.

Antes que sua carreira declinasse ainda mais e sua condição heroica pudesse ser questionada, o jogador anunciou o fim de sua carreira como profissional do futebol, alegando problemas de saúde – hipotireoidismo e lesões –, motivos esses que independem da sua vontade ou esforços pessoais para serem resolvidos. Ou seja, razões pelas quais Ronaldo não poderia ser responsabilizado por não encontrar uma solução.

Notícias relacionadas ao encerramento da carreira de Ronaldo proferem um discurso que enfatiza uma carreira vitoriosa, elencando conquistas, títulos e prêmios do ex-jogador, bem como rememorando suas aventuras heroicas. A mídia, em consonância com o campo esportivo, se utiliza da imagem do atleta como forma de representação (SANFELICE, 2010). A figura do indivíduo vencedor ao longo do tempo (entre outros aspectos) condiciona o jogador a ser

analisado a partir do mito do herói moderno, característica retratada pela mídia impressa (MORATO et al, 2011).

O jornal, então, publicou uma matéria intitulada: “Glória: Ronaldo só jogou por times grandes, fez mais de 450 gols e teve na seleção brasileira o maior número de títulos conquistados” (FOLHA DE SÃO PAULO, 15 de fev. 2011, p. D4). Nesse artigo, o periódico enfatizou que o ex-jogador só atuou por clubes de expressão; conquistou as Copas do Mundo de 1994 e 2002; ganhou três trófeus de melhor jogador do mundo; e é o maior artilheiro de todas as Copas.

Notamos o enaltecimento aos feitos do herói de maneira a rememorar suas conquistas, vitórias e todo o sucesso alcançado ao longo de sua carreira no esporte (RÚBIO, 2002). Esse retrato demonstra a reversibilidade do contexto (COSTA, 2011) no qual o atleta se inseria naquele momento, ou seja, antes criticado pela eliminação na Copa Libertadores da América e por sua condição física, passou a ser elogiado por sua trajetória como esportista.

O futebol profissional é um esporte competitivo, que exige alta performance por parte dos atletas, o que geralmente afeta a médio e longo prazo a saúde dos jogadores (CAZÓN, 2009). Exige, também, um determinado tipo físico considerado ideal para o esportista de cada modalidade (VALQUER, BARROS, 2004).

Assim, a imagem do atleta se encontra atrelada ao seu cuidado com o corpo e a uma forma física que lhe possibilite bom rendimento e desempenho. Dessa forma, é comum que a mídia dedique manchetes e matérias à discussão sobre a condição física de esportistas (SEBRENSKI et al, 2010).

O jornal retratou questões relacionadas às lesões e ao excesso de peso de Ronaldo, problemas estes que impediriam o atleta de ter um bom rendimento, comprometendo a regularidade de suas atuações nas partidas. O esportista buscou se justificar, explicando seus problemas de saúde: “Todos sabem meu histórico de lesões. Tenho tido, nos últimos anos, uma sequência de lesões que vão de um lado para o outro [...]. Essas dores me fizeram antecipar o fim da minha carreira” (FOLHA DE SÃO PAULO, 14 de fev. 2011. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

Em seu pronunciamento, Ronaldo explicou que o hipotireoidismo foi um dos principais motivos para a sua aposentadoria como atleta de futebol

profissional: “Há quatro anos, no Milan, descobri que tinha um distúrbio, que se chama hipotireoidismo, que desacelera o seu metabolismo e que para controlar eu tenho que tomar hormônios no qual não é permitido” (FOLHA DE SÃO PAULO, 14 de fev. 2011. Disponível em:< [www.folha.com](http://www.folha.com)>).

Esta justificativa foi veiculada e legitimada pelo periódico analisado, como se pode verificar, por exemplo, na seguinte manchete: “Em despedida, Ronaldo atribui peso a hipotireoidismo”. Na continuação da notícia, o jornal afirmou:

O Fenômeno disse estar antecipando sua saída do futebol por motivos importantes. Um deles seria o seu histórico de lesões. Durante a entrevista, o jogador afirmou que sofre de hipotireoidismo, distúrbio que atrapalha o metabolismo e pode influenciar o peso (FOLHA DE SÃO PAULO, 14 de fev. 2011. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

No entanto, o periódico parece se contradizer em alguns pontos relacionados ao tema. Em outra notícia, o jornal critica veementemente a possibilidade de uso de medicamentos para tratamento de hipotireoidismo, apoiando-se, inclusive, no código mundial antidoping, artigo 4.4, que relata ser necessário apenas informar as substâncias que compõem a medicação para que não seja considerado doping (FOLHA DE SÃO PAULO, 15 fev. 2011, p.6).

Estas contradições novamente corroboram com a elaboração de um discurso planejado por parte da assessoria de imprensa do jogador, que visava reverberar o contexto vivido pelo atleta, já que, no futebol moderno, a desinformação acerca de possibilidades de tratamento clínico e fisioterápico não condiz com as condições profissionais, às quais o esporte se submete. Além disso, por se tratar de procedimentos técnicos da medicina, o senso comum desconhece tais informações, possibilitando o indício acerca da racionalidade do discurso (COSTA, 2011).

Conforme afirmado anteriormente, Ronaldo também alegou que outro motivo para a sua aposentadoria eram as lesões. Acerca disso, o periódico retratou: “Em praticamente 3 dos 18 anos da sua carreira, Ronaldo ficou fora de campo devido a lesões. Foram centenas de dias em sessões de fisioterapia, semanas em quartos de hospitais pós-cirurgias” (FOLHA DE SÃO PAULO, 15 fev. 2011, p. D6).

Notamos que, em alguns momentos, o jornal corroborou com o discurso elaborado pelo atleta, mas, contraditoriamente, em outras oportunidades, questionou suas justificativas acerca da aposentadoria. Tal situação pode ser compreendida a partir das modificações nas estratégias escolhidas para construção da notícia (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

O futebol profissional demanda um corpo bem condicionado, capaz de atuar em alto nível e de dominar gestos técnicos necessários ao jogo. A excelência do corpo atlético relaciona-se com o virtuosismo, que é a capacidade do atleta desenvolver movimentos com tal facilidade e beleza, que pode fascinar o observador por seus gestos (LACERDA, 2007). Ronaldo foi considerado um atleta virtuoso, no entanto, com o tempo, ele próprio começou a reconhecer suas dificuldades.

Ao longo de seu discurso, o atleta revelou algumas frustrações em relação ao seu corpo e desempenho: “Começar o ano assim é difícil. Você jogar, pensar uma coisa, driblar o zagueiro e achar que vai ganhar na velocidade, o que sempre consegui e agora não consegui foi o que me motivou a tomar essa decisão” (FOLHA DE SÃO PAULO, 14 de fev. 2011. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

Possivelmente, a frustração com seu rendimento e o risco de ocasionar prejuízos a sua imagem como referência do futebol brasileiro, colaboraram para que ele se aposentasse antes do previsto. As declarações do atleta e da mídia em relação aos problemas de saúde e a relação destes com o seu baixo rendimento, junto à consequente aposentadoria, ganharam a atenção do torcedor.

O jornal abordou a questão na notícia intitulada: “Por status de ídolo, Ronaldo se aposenta do futebol”, na qual o jornal afirmou que a intenção do atleta ao encerrar a carreira, prematuramente, era de não manchar sua imagem comercial e de referência do futebol brasileiro. O assunto abordado anteriormente voltou à pauta quando o Corinthians foi eliminado pelo Tolima na Copa Libertadores da América de 2011. O periódico relatou que “[...] a intenção do atacante com a aposentadoria é deixar de expor sua imagem em fatos negativos, como os que vêm acontecendo nos últimos tempos” (ITRI, 14 de fev. 2011. Disponível em: <[www.folha.com](http://www.folha.com)>).

O pronunciamento de Ronaldo visava reverter a imagem negativa perante os agentes do campo esportivo. Ao atrelar a baixa performance – e consequentemente, o encerramento da carreira – ao hipotireoidismo e lesões, o jogador procurou se isentar de qualquer responsabilização por falta de cuidado com a sua forma física, ou pelo baixo rendimento no período final de sua atuação profissional (CAVALCANTI, CAPRARO, SOUZA, 2011).

A Folha de São Paulo acatou e legitimou o pronunciamento e as justificativas de Ronaldo, acerca das razões de sua aposentadoria, apesar de se mostrar contraditória em alguns pontos. Na época do pronunciamento do atleta, o jornal reforçou os feitos positivos, conquistas e vitórias, consolidando a imagem do jogador como mito heróico moderno (RÚBIO, 2001). Mesmo nos momentos em que foram lembrados alguns dos deslizes e dificuldades do atacante, tais lembranças serviram no sentido de reforçar a imagem do craque como alguém que superou obstáculos, constantemente (HELAL, SOARES, 2001).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ascendendo do amadorismo ao futebol espetáculo, o atleta tornou-se figura central, no que concerne à modalidade como prática comercial. A Folha de São Paulo estabelece uma correlação entre Ronaldo e as possibilidades de lucratividade através da exposição, beneficiando comercialmente os interessados na divulgação de sua imagem.

O periódico busca, na figura do atleta, retratar a realidade esportiva contemporânea, sendo que a construção da narrativa pode utilizar da imagem como forma de afetar o imaginário do torcedor. Nesse sentido, Helal (2003) afirma que a mídia é um terreno propício para a produção do herói esportivo, já que o ideal de coragem, persistência e superação das dificuldades, relacionam-se à construção de histórias a partir dos fatos que ocorreram em uma partida.

A elaboração do discurso esportivo está pautada na necessidade de relacionar-se às práticas comerciais. Para isso, as narrativas devem adequar-se às características do futebol espetáculo. Refletimos então que, para enquadrar-se nesse processo de mercadorização, é preciso que o torcedor seja afetado por estratégias que estimulem o consumo.

O atleta, como figura centralizada, interliga-se a essa necessidade de criação das histórias a partir do protagonismo. O esporte, como definido por Rúbio (2001), transformou-se em uma metanarrativa, na qual heróis, vilões, celebridades e estrelas personificam a representação esportiva construída pelo campo esportivo em consonância com o campo midiático.

O jornalismo impresso constitui-se como uma ferramenta dentre as diversas enquadradas pela mídia. Como um dos responsáveis pela construção da realidade simbólica, proporciona a interpretação dos fatos acerca da trajetória de Ronaldo, de acordo com a ideologia implícita na forma de escrever, influenciando na formação de opinião e na transformação da representação do esporte na sociedade à qual pertence.

Entendemos o jornal como um veículo de comunicação, que constrói e reconstrói a narrativa através dos fatos, em consonância com a necessidade de tornar o conteúdo relevante para os consumidores. A elaboração das notícias sobre Ronaldo parte de estratégias que afetam o imaginário do leitor, justificando-se pelo surgimento de novas tecnologias, bem como pela

divulgação da informação em tempo real, expondo constantemente a imagem nas diversas formas de mídia.

A consolidação do atleta, na construção de histórias esportivas, revela como o jornal seguiu a tendência de elaboração do conteúdo através de figuras que representam modelos de referência. A partir da discussão do futebol espetáculo e de sua relação com a caracterização de uma cultura midiática baseada no consumo, analisamos, por meio da figura de Ronaldo, como a Folha de São Paulo retratou a representação do atleta nessa perspectiva centralizadora; a qual se utiliza da imagem de sujeitos consolidados no cenário esportivo para retratar a realidade do esporte, no que concerne à indústria de entretenimento.

Compreendemos, a partir de Helal e Soares (2001), que Ronaldo se enquadra no modelo de referência esportiva e social inerente às experiências perpassadas durante sua trajetória no futebol. Personificado como um atleta superador de obstáculos, a oscilação entre sucesso e fracasso faz do atacante um personagem representativo para a construção de narrativas, que expressam a busca pelo objetivo, a vitória e a redenção. O que é possível, tendo em vista sua natureza humana: passível de fracassos que, em seguida, fazem-no reerguer-se e retornar ao caminho das conquistas.

Esse ciclo heroico, que remete à mitologia antiga e afeta as relações do campo esportivo com outros setores da sociedade, foi analisado a partir da elaboração das narrativas referentes aos fatos interligados a Ronaldo. Notamos que diversas estratégias discursivas, como a aproximação das análises entre passado e presente, a dramatização, o enaltecimento e a polêmica, podem ser utilizadas a fim de cumprir a função comercial estabelecida pela mercantilização do futebol.

O jornal elabora as notícias de acordo com o contexto expresso em cada fato analisado. Considerando, também, a ideologia característica da instituição, que tem interesses próprios na divulgação e exposição de determinados acontecimentos em detrimento de outros.

A proposta do próprio periódico é de que o retorno de Ronaldo ao futebol brasileiro tratou-se de uma estratégia publicitária, que visava aliar a imagem de um clube que estava se reerguendo com a de um atleta carismático, enquadrado nesse contexto desafiador pelo qual o Corinthians perpassava.



Inativo por mais de um ano, na ocasião, a divulgação da imagem do atleta se mantinha devido à sua consolidação no cenário futebolístico. Situação que, mesmo através da exposição de fatos polêmicos, poderia alavancar a comercialização do jornal, haja vista a representação do jogador no campo esportivo<sup>18</sup>.

Entre temas que ironizavam e enalteciam a figura do esportista, a análise da Folha de São Paulo comprova que a construção das narrativas pautam-se pelo contexto situacional, pela linha editorial e pela subjetividade do autor que escreve a notícia. Fatores promovidos através da criação de um cenário teatralizado, afetando o imaginário do torcedor e promovendo a prática de consumo da mídia.

A imposição da dúvida acerca do retorno ao futebol emaranhou-se ao reconhecimento pela trajetória. Contradição exposta em um discurso com estruturas melodramáticas, descrevendo os fatos detalhadamente e retratando a formação da narrativa a partir de um cenário folhetinesco.

A desconfiança retratada pelo discurso verbal apoiou-se no período de inatividade e na precária condição física do atleta. Contrastando com a discussão não-verbal, que apresentou imagens do esportista realizando exercícios durante os treinamentos, de certa forma, demonstrando a superação característica da figura heroica.

As estratégias utilizadas para elaboração das notícias variam de acordo com o contexto. Entretanto, independentemente de enaltecer ou criticar, o jornal utiliza-se da imagem de Ronaldo como um personagem de histórias construídas a partir do contexto, estimulando o consumo por parte dos sujeitos que se identificam com o esportista.

As análises do jornal interligam-se à necessidade de manter-se ativo no mercado. A exposição do atleta caracteriza-se relevante pelo fato de sua colocação no cenário esportivo favorecer a comercialização de sua imagem. Os interesses do campo esportivo e da mídia mantêm o status quo e favorecem, economicamente, os diversos interessados na manutenção da

---

<sup>18</sup> Não há dados que comprovem a afirmação. Porém, atualmente, além da vendagem do jornal impresso, existe a possibilidade do acesso via *internet* e sua replicação em redes sociais (de forma sintetizada), que não são contabilizadas no número de cópias vendidas, mas geram anúncios virtuais aos periódicos.

divulgação da figura de Ronaldo, a partir de histórias das quais ele é o personagem principal.

Conforme o contexto se modifica, a construção da notícia também se altera. Quando o jogador realiza a primeira partida pelo Corinthians, o jornal esquece a imposição da dúvida e enaltece o feito. As próprias expressões caracterizam a mitificação e a consolidação da representação do herói na construção de narrativas esportivas.

Esse enquadramento da imagem do atleta à figura do sujeito que supera obstáculos intransponíveis, reergue-se por inúmeras vezes, demonstrando coragem, perseverança e determinação, personifica o esportista como modelo de representação esportiva e social, no qual é identificado pelo sentimento de sofrimento passado por outros sujeitos na realidade cotidiana.

Essa identidade social agrega valores sentimentais que estimulam o consumo pela identificação. O carisma do sujeito que transpõe os desafios e retorna a sua comunidade com a conquista, serve de exemplo para os demais que batalham diariamente pela sobrevivência. Tal personificação da referência proporciona, também, a vontade de ser semelhante ao herói, estimulando o consumo de bens que, publicitariamente, são atrelados à imagem do vencedor.

Para que a indústria cultural de entretenimento cresça, é necessário que a mídia mantenha a exposição da imagem do atleta nos meios de comunicação. As estratégias do jornal modificam-se a fim de que, ciclicamente, os interesses do campo esportivo sejam supridos, mantendo em evidência os temas de maior representatividade na atualidade.

O periódico, então, utilizou-se de comparações como forma de enaltecer o momento do atleta. Ao atrelar as vitórias atuais a seus feitos do passado, a descrição consolida o herói no cenário esportivo. Quando a estratégia objetivou comparar o esportista a Pelé, observamos que esse efeito remete também à memória das realizações de quem o senso comum denomina de “rei” do futebol, cristalizando e identificando a imagem de Ronaldo com o público através da relação entre passado e presente.

Tal análise comprova que o enaltecimento pelas conquistas agrega-se ao capital simbólico adquirido durante a carreira. Essa consolidação do atleta pelas vitórias potencializa a sua exposição midiática e oportuniza ao jornal

construir a notícia através de histórias da realidade cotidiana, que expressam o sucesso.

A relação entre a trajetória consolidada – que expõe inicialmente a imagem do esportista na mídia – e a vitória compõem o resultado necessário para que os agentes, interessados economicamente na figura do atleta, concretizem os benefícios inerentes à realidade do futebol como prática mercantilizada.

O futebol como esporte pautado pela imprevisibilidade caracteriza-se pela oscilação entre sucesso e fracasso. Nas narrativas da Folha de São Paulo, a exposição da imagem do atleta é constante, modificando-se as estratégias discursivas, que variam de acordo com o desempenho e a participação efetiva no resultado das partidas.

A vitória é primordial na realidade contemporânea para a manutenção do herói esportivo na imprensa. Entretanto, no caso de Ronaldo, as derrotas repercutem de maneira considerável, fazendo entender que a polêmica também afeta o imaginário do torcedor, podendo o drama ser abordado pela ótica da tragédia.

A abordagem da vitória é superdimensionada pelo discurso do jornal. Tal reflexão justifica-se, haja vista que a sociedade contemporânea assemelha-se à lógica capitalista de enaltecimento ao primeiro lugar e ao rendimento esportivo. A conquista atrelada à necessidade de exposição do vencedor encontra, na figura do herói, um personagem capaz de suprir a referência social que sustenta o ciclo consumista do esporte espetáculo.

O periódico atinge a relação entre a essência do futebol, caracterizada pela paixão, e o contexto atual, permeado pelo entretenimento. A mídia comercializa a emoção, o sofrimento, a alegria e a tristeza, sentimentos que, subjetivamente, são afetados através das estratégias discursivas que abordam a construção da notícia.

Esse cenário elabora-se a partir das oportunidades que o contexto situacional apresenta. Durante as conquistas de Ronaldo pelo Corinthians, observamos o excesso de sentimentalismo do jornal, transportando as dificuldades da realidade esportiva para a social. Isso gera ainda mais identificação com aqueles que compartilham de obstáculos semelhantes aos enfrentados pelo atleta.

O heroísmo a partir do dom inato, da habilidade e da malandragem, é retratado pelo jornal ao analisar o desempenho esportivo do jogador nas finais da Copa do Brasil e do Campeonato Paulista de 2009. Tais características enquadram-se na formação identitária que define o futebol como parte da cultura nacional.

Essa composição contrapõe-se à teoria do herói superador de obstáculos. Entretanto, demonstra como o periódico não se preocupa com possíveis contradições na forma de abordagem da notícia, mas atenta para que a narrativa satisfaça às necessidades comerciais da instituição. Ocorre, então, uma alternância na forma de retratar o atleta, justificando os feitos heróicos, ora pelo dom inato, ora pela dedicação no trabalho.

A representação do atleta no cenário esportivo é construída historicamente por sua trajetória. O capital simbólico, adquirido pelas experiências vividas, fez com que a Folha de São Paulo focalizasse parte considerável dos temas relacionados ao Corinthians na figura de Ronaldo. Isso demonstra como a personificação do sujeito como liderança, afeta as relações estabelecidas entre a mídia e o campo esportivo, já que a constante exposição do atleta beneficia economicamente o clube, os patrocinadores e a própria imprensa esportiva.

A canalização da exposição midiática ocorreu devido à capacidade de divulgação da imagem do atleta afetar a comercialização do jornal. Percebemos, então, que o sujeito capaz de alavancar as vendas é importante para o periódico, o que justifica a centralização da elaboração das notícias na figura de Ronaldo e a conseqüente falta de interesse nos demais esportistas corinthianos.

O status, que gera o enaltecimento pelo protagonismo nas conquistas, responsabiliza e vilaniza nos fracassos. Durante as disputas da Copa Libertadores da América, de 2010 e 2011, é notório como o periódico retrata na figura de Ronaldo a responsabilidade por conduzir o Corinthians a uma conquista inédita.

A representação do atleta, construída por suas conquistas anteriores, permeia a necessidade por novas vitórias que venham suprir o desejo de sucesso do torcedor. Nesse sentido, as derrotas em ambas as edições da competição continental canalizaram o vilanismo na figura de Ronaldo,

retratando-o como o símbolo do fracasso corintiano no ano do centenário do clube, em 2010, e no vexame correspondente à eliminação da primeira fase do torneio, em 2011.

A crítica é uma estratégia que recai na discussão da abordagem discursiva, que o jornal elabora de acordo com o contexto situacional. O momento indicava Ronaldo como o protagonista que não conseguiu cumprir o que a mídia, os torcedores e o campo esportivo esperavam, caracterizando-se como o principal personagem dos fracassos do clube nas duas edições em que participou da competição.

A Folha de São Paulo é um veículo de comunicação situado entre a supervalorização da vitória e o superdimensionamento da derrota, haja vista que, nos dois casos, a imagem do protagonista foi retratada de maneira a construir a narrativa, com base no heroísmo e no vilanismo.

Após o anúncio do encerramento da carreira do atacante, as análises do jornal modificaram-se de acordo com o contexto, passando a retratar a imagem do atleta a partir da carreira vitoriosa, lembrando suas conquistas, títulos e prêmios. O pronunciamento do atacante foi legitimado pelo jornal, transformando a culpabilização, pela derrota na Copa Libertadores da América de 2011, em mitificação, pela representação de sua carreira no cenário esportivo nacional.

A contraditoriedade de alguns discursos, a respeito da aposentadoria do atleta, justifica-se pela ideia de que as estratégias de elaboração da narrativa oscilam de acordo com a ideologia do autor. No entanto, a dramatização exposta nas notícias sobre o tema comprova que, mesmo a lembrança dos fracassos e das dificuldades em manter-se como atleta profissional, serviu para cristalizar sua imagem como o herói superador de obstáculos, consolidando seus status de referência do cenário esportivo brasileiro.

Durante o pronunciamento que tratou do encerramento da carreira, Ronaldo agradeceu a oportunidade ao presidente Andrés Sanches, declarou-se torcedor corintiano e colocou-se à disposição para colaborar com a continuidade do desenvolvimento de projetos, relacionados à estrutura física e à exposição da imagem do Corinthians a nível internacional.

A finalização das obras de construção do Centro de Treinamento do Parque Ecológico; a busca por novos patrocinadores; a influência política em

parceria com o ex-presidente Luiz Inácio da Silva (Lula), na viabilização da construção de um estádio próprio; a definição desse local como sede da abertura da Copa do Mundo de 2014; e a constante presença nas partidas e eventos do clube, demonstram como a representação do esportista no cenário esportivo do futebol afetou aspectos administrativos, estruturais e políticos do Corinthians.

Nesse sentido, a pesquisa histórica do tempo presente, pautada na utilização de fontes impressas de um jornal específico, possibilitou entendermos como a lógica de interesses de uma instituição permeia sua formação discursiva, acerca da imagem de um atleta representativo para a cultura esportiva.

Entretanto, salientamos que um estudo desta magnitude não possibilita ampliar exacerbadamente a quantidade de veículos analisados, haja vista o tempo presente caracterizar-se pela grande quantidade de fontes disponíveis, acerca de temas relacionados à trajetória de Ronaldo.

Necessita-se, então, que a pesquisa tenha um equilíbrio entre a quantidade de veículos utilizados na análise, a delimitação do período analisado e a seleção de material que se enquadra na proposta. Evitando, assim, lacunas reflexivas que não possibilitam resolver o problema proposto inicialmente.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A.; HOLZBACH, A. D. Metamorfoses do conteúdo representativo: Jornalismo, democracia e os manuais da redação da Folha de São Paulo. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 5, n. 14, p. 149-170, nov, 2008.

ALVES, B. F. Superpoderes, malandros e heróis: o discurso da identidade nacional nos quadrinhos brasileiros de super-heróis. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Departamento de Comunicação, UFPE, Recife. 2003. 123p.

ALVIM, B. As identidades do futebol no jornalismo esportivo. In: **Intercom/2008 – XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, p. 1-13, 2008, São Paulo.

AREND, S. M. F. MACEDO, F. Sobre a história do tempo presente: Entrevista com o historiador Henry Rousso. **Tempo e Argumento**, Florianópolis, v.1, n.1, p. 201-216, jan/jun, 2009.

BACCEGA, M. A. Da informação ao conhecimento: Resignificação da escola. **Comunicação e Educação**, São Paulo, [22], p. 7-16, set/dez, 2001.

BENETTI, M. A ironia como estratégia discursiva da revista Veja. **Líbero**, São Paulo, v.10, n.20, p. 37 – 46, 2007.

BEZERRA, P. R. M. O futebol midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo nos meios eletrônicos. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Curso de Comunicação Social, Departamento de Comunicação, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo-SP, 2008.

BITENCOURT, F. G. HACK, C. COSTA, A. G. RIBEIRO, S. D. LISBÔA, M. MÓL, M. MEZZARROBA, C. MENDES, D. PIRES, G. Ritual olímpico e os mitos da modernidade: implicações midiáticas na dialética universal/local. **Pensar a Prática**, Goiânia, v.8, n.1, p. 21 – 36, jan/jun, 2005.

BORELLI, V. Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: Uma breve revisão de estudos. In: **Intercom/2001 – XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação**, p. 1-15, 2001, Campo Grande.

BORELLI, V. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: **Intercom/2002 – XXV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação**, p. 1-22, 2002, Salvador.

BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Editora Pensamento, 1997.

CAMPBELL, J. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CAMPOS, A. F. O atleta de alto nível e o escudo de Aquiles: analisando a ressonância da subjetividade contemporânea no herói dos campos e das quadras. 2007. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Departamento de Psicologia, UFU, Uberlândia. 2007. 241p.

CARDOSO, I. A. R. **Para uma crítica do presente**. São Paulo: Editora 34, 2001.

CARNEIRO, J. M. NILO, A. T. L. “Proteste já” como um estilo “custe o que custar” de fazer jornalismo. In: **Intercom – XII Congresso de Ciência da Comunicação na região centro-oeste**, p. 1 – 15, 2010, Goiânia.

CAPRARO, A. M. SCHELIGA, G. CAVICCHIOLI, F. MEZZADRI, F. A imagem do atleta: publicidade em ano de Copa do Mundo de Futebol (Alemanha - 2006). **Rev. bras. Educ. Fís. Esporte**, São Paulo, v.25, n.1, p.163-71, jan./mar. 2011.

CAPRARO, A. M. Identidades imaginadas: futebol e nação na crônica esportiva brasileira do século XX. 2007. Tese (Doutorado em História) – Departamento de História, UFPR, Curitiba. 2007. 382p.

CAVALCANTI, E. A. CAPRARO, A. M. SOUZA, D. L. “Cai o pano”: uma análise do encerramento da carreira de Ronaldo “fenômeno” a partir de duas mídias digitais esportivas. **Movimento**, Porto Alegre, v.17, n.3, p. 175 – 192, jul/set. 2011.

CAVALCANTI, E. A. CAPRARO, A. M. Racismo no futebol sul-americano: o caso Grafite versus Desábato. **Motriz**, Rio Claro, v.15 n.4 p.741-748, out./dez. 2009.



CAZÓN. R. L. Efeitos do processo de destreinamento sobre a saúde de ex-atletas de alto rendimento. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Saúde) - Departamento de Ciências da Saúde, UB, Brasília, 2008. 101f.

CHAUVEAU, A. TETARD, P. **Questões para a história do tempo presente**. Bauru: Edusc, 1999.

COSTA, L. M. A trajetória da queda: as narrativas da derrota e os principais vilões da seleção brasileira em Copas do Mundo. 2008. Tese (Doutorado em Letras) – Departamento de Letras, UERJ, Rio de Janeiro. 2008. 159p.

COSTA, L. M. Futebol folhetinizado. A imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia. **Logos 33 Comunicação e Esporte**, Rio de Janeiro, v.17, n.2, 2º sem. 2010.

COSTA, L. M. Notícias esportivas. Entre o jornalismo e a literatura. **Anais do Silel**, Uberlândia, v.2, n.2, p. 1 – 16, 2011.

COSTA, L. M. Um teatro de sensações: imprensa esportiva, melodrama, e folhetim. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, v.22, n.1, p. 92 – 110, 2010.

DA COSTA, F. R. NETO, A. F. SOARES, A. J. G. Crônica esportiva brasileira: histórico, construção e cronista. **Pensar a Prática**, Goiânia, v.10, n.1, p. 15 – 31, jan/jun. 2007.

DAMO, A. S. 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) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UFRGS, Porto Alegre. 2005. 435p.

DAMO, A. S. Dom, amor e dinheiro no futebol espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v.23, n. 66, fevereiro, 2008.

DAMO, A. S. Futebol e estética. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v.15, n.3, p. 82 – 91, 2001.

DAMO, A. S. Monopólio estético e diversidade configuracional no futebol brasileiro. **Movimento**, Porto Alegre, v.9, n.2, p. 129 – 156, mai/ago, 2003.

DANTAS, M. G. S. SILVA, J. A. BOENTE, D. R. Detecção de outliers no desempenho econômico – financeiro do Sport Club Corinthians Paulista no período 2008 a 2010. **Revista Ambiente Contábil**, Natal, v.3, n.2, p.17 – 33, jul/dez, 2011.

DEJANITE, F. A. O poder fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: **Intercom/2001 – XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, p. 1 – 16, 2001, Campo Grande.

FAUSTO, B. **A revolução de 1930: Historiografia e história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

FERREIRA, M. M. AMADO, J. **Uso e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora da fundação Getúlio Vargas, 1998.

FERREIRA, M. M. História do tempo presente: desafios. **Cultura Vozes**, Petrópolis, v.94, n.3, p.111-124, maio/jun, 2000.

FERREIRA, M. M. PINTO, S. C. S. A Crise dos anos 20 e a Revolução de Trinta. Rio de Janeiro: 2006. Disponível em: [http://cpdoc.fgv.br/producao\\_intelectual/arg/1593.pdf](http://cpdoc.fgv.br/producao_intelectual/arg/1593.pdf) Acesso em: 23/09/2011.

FOLHA ONLINE. História da Folha. Disponível em: [http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia\\_folha.htm](http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_folha.htm) Acesso em: 25 jan. 2011.

FREITAS JUNIOR, M. A. No meio do caminho: tensões presentes nas representações sobre o futebol e o ideal de modernidade brasileira na década de 1950. 2009. Tese (Doutorado em História) – Departamento de História, UFPR, Curitiba. 2009. 330p.

GASPARI, E. **A ditadura envergonhada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GASTALDO, E. L. A pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidades brasileiras. Disponível em: [http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/294040\\_Gastaldo%20-%20A%20patria%20na%20imprensa%20de%20chuteiras.pdf](http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/294040_Gastaldo%20-%20A%20patria%20na%20imprensa%20de%20chuteiras.pdf) Acesso em: 12 abr. 2012.

GASTALDO, E. L. Narrando o fracasso : a locução esportiva na Copa do Mundo de 1998. In: **Intercom/2001 – XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**, p. 1 – 17, 2001, Campo Grande.

GASTALDO, E. L. “O país do futebol” mediatizado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, ano.11, n.22, p. 352 – 369, jul/dez, 2009.

GASTALDO, E. L. “Os campeões do século”: notas sobre a definição da realidade no futebol – espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 22, n. 01, p. 105 – 124, setembro, 2000.

GIGLIO, S. Futebol: mitos, ídolos e heróis. 2007. 162 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Curso de Educação Física, Departamento de Educação Física, UNICAMP, Campinas – SP, 2007.

GODOI, M. R. A mídia e a construção do herói esportivo: análises de publicidades com Ronaldo “fenômeno”. **Revista Brasileira Ciências do Esporte**, Florianópolis, v.33, n.3, p.637 – 651, jul/set, 2011.

GURGEL, A. Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos. **Motrivivência**, Florianópolis, ano.21, n.32/33, p. 193 – 210, jun/dez, 2009.

HELAL, R. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v.7, n.4, p. 19 – 36, jul/dez, 2003.

HELAL, R. CABO, A. MARQUES, R. G. Idolatria nos jogos Pan-Americanos de 2007: uma análise do jornalismo esportivo. **Contemporânea**, Rio Janeiro, v.7, n.3, p. 33 – 44, 2009.

HELAL, R. CATALDO, G. A morte e o mito: As narrativas da imprensa na cobertura jornalística da morte de Ayrton Senna. **Congresso brasileiro de ciências da comunicação**, 2004, Porto Alegre.

HELAL, R. SANTORO, M. A. SOARES, A. J. Futebol, imprensa e memória. **Revista Fronteiras – Estudos midiáticos**, São Leopoldo, v.6, n.1, p. 61 – 78, jan/jun. 2004.

HELAL, R. SOARES, A. J. **A invenção do país futebol: Mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HELAL, R. SOARES, A. J. O Declínio da Pátria de Chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. Disponível em: [http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/014338\\_o-declinio-da-patria-de-chuteiras-futebol-e-identidade-nacional-na-copa-do-mundo-de-2002.pdf](http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/014338_o-declinio-da-patria-de-chuteiras-futebol-e-identidade-nacional-na-copa-do-mundo-de-2002.pdf) Acesso em: 23/09/2011.

HOBBSAWM, E. **A era dos extremos: O breve século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOBBSAWM, E. **Sobre história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

JÁUREGUI, C. O patinho feio espanhol: a construção do herói esportivo e o páthos da admiração. **Revista Contraponto**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p. 42 – 57, julho, 2011.

JORGE, T. M. A notícia e os valores-notícia: O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. **Unirevista**, São Leopoldo, v. 1, n. 3, Jul, 2006.

KELLNER, D. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Líbero**, São Paulo, v.6, n.11, Ano.6, p.4 – 15, 2003.

LACERDA, T. O. Uma aproximação estética ao corpo desportivo. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, Porto, v. 7, n. 3, p. 393-398, dezembro, 2007.

LÉLLIS, L. C. BONI, P. C. O discurso fotográfico da Folha de São Paulo nas eleições 2006. **Comunicação e Sociedade**, São Paulo, Ano.31, nº 52, p. 127 – 153, jul/dez, 2009.

LEOGRANDE, A. (Org). **Ogni maledetta domenica: otto storie di calcio**. Minimum fax: Roma, 2010.

LUCA, T. R. **História dos, nos e por meio dos periódicos**. In: PINSKY, C (org). Fontes históricas. São Paulo: Contexto, 2005. p.111 – 153.

MARANHÃO, E. M. A. Grandezas metodológicas para uma História do Tempo Presente a partir de Beatriz Sarlo e seu Tempo Passado. **Revista Intellèctus**, ano.8 v.1, 2009.

MARQUES, J. C. A falação esportiva (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol). In: **Intercom – XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2002, Salvador.

MARQUES, J. C. Futebol de griffe (A coluna e a crônica em tempos de copa do mundo). **Intercom – XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**, 2001, Campo Grande-MS.

MARQUES, J. C. O mito construído, destruído e restituído – o caso cíclico de Ronaldo fenômeno. **Intercom/2005 – XXVIII Congresso Brasileiro**, Setembro 2005, Rio de Janeiro – RJ, Brasil, 2005.

MARQUES, R. F. R. ALMEIDA, M. A. B. GUTIERREZ, G. L. Esporte: um fenômeno heterogêneo: estudo sobre o esporte e suas manifestações na sociedade contemporânea. **Movimento**, Porto Alegre, v.13, n.3, p. 225 – 242, set/dez. 2007.

MARQUES, R. F. R. GUTIERREZ, G. L. ALMEIDA, M. A. B. O esporte contemporâneo e o modelo de concepção das formas de manifestação do esporte. **Conexões**, Campinas, v.6, n.2, mês. 2008.

MARTINS, P. A. SANTOS, A. C. O. Jornalismo Esportivo e Visibilidade Midiática: o caso Messi. **Intercom – XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2010, Caxias do Sul – RS, Brasil, 2010.

MAUAD, A. M. **Através da imagem: fotografia e história – interfaces**. Tempo, Rio de Janeiro, v.1, n.2, p. 73 – 98, 1996.

MENDES, G. G. A Folha das eleições: A cobertura da Folha de São Paulo nas eleições de 2002. 57 f. Monografia (Graduação em jornalismo) – Curso de Jornalismo, Departamento de comunicação social, PUC, Rio de Janeiro-RJ, 2002.

MIRANDA, T. B. Primeira página: Identidade e exclusão social em capas de jornais populares. 131 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia e Direito) – Curso de Ciências jurídicas e sociais, Departamento de Ciências jurídicas e

sociais, UFF, Niterói-RJ, 2009.

MORATO, M. P. GIGLIO, S. S. GOMES, M. S. P. A construção do ídolo no fenômeno futebol. **Motriz**, Rio Claro, v.17, n.1, p. 1-10, jan./mar, 2011.

MOREIRA, T. S. MARCHI JUNIOR, W. Mídia impressa: Construção de uma preferência nacional esportiva em questão. I **Seminário nacional sociologia e política UFPR**, 2009, Curitiba.

MULLER, L. **O herói: todos nascemos para ser heróis**. São Paulo: Cultrix, 1987.

NEGREIROS, P. L. A invenção corinthiana – Rio, 5 de dezembro de 1976. **Aurora**, São Paulo, v.9, n.1, p. 114 – 127, 2010.

NEGREIROS, P. J. L. C. A nação entra em campo: futebol nos anos 30 e 40. 1998. Tese (Doutorado em História) – Departamento de História, PUC, São Paulo. 1998. 341p.

NOGUEIRA, A. A. As folhas de Nalbantino Ramos (1945-1962). Disponível em: [www.almanaquedacomunicacao.com.br/files/.../andreadearaujonogueira.doc](http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/files/.../andreadearaujonogueira.doc)  
Acesso em: 27 jan. 2011.

NOVAES, A. **Sobre tempo e história**. In: NOVAES, A. (org.). Tempo e história. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

ORLANDI, E. P. **A linguagem e seu funcionamento: As formas do discurso**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

ORLANDI, E. P. **Análise do Discurso: Princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2007.

ORLANDI, E. P. Discurso, imaginário social e conhecimento. **Em aberto**, Brasília, v.14, n.61, p. 53 – 59, jan./mar, 1994.

ORLANDI, E. P. Exterioridade e ideologia. **Caderno de Estudos Linguísticos**, Campinas, v.30, n.1, p. 27 – 33, jan./jun, 1996.

OUTHWAITE, W. BOTTOMORE, T. **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

PEDROSO, R. N. Elementos para compreender o jornalismo informativo. Crisluc, São Paulo, 2003. Disponível em: <http://www.crisluc.arq.br/Elementos%20para%20compreender%20o%20jornalismo%20informativo.pdf> Acesso em: 20 jul. 2012.

PIEPER, M . A. O retorno do herói – Ronaldo fenômeno no cerne da constituição mítica e do comportamento midiático. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP, São Paulo. 2010. 163p.

PIRES, E. M. Imprensa, ditadura e democracia: A construção da auto-imagem dos jornais do grupo Folha (1978/2004). **Projeto História**, São Paulo, v.35, p. 305-313, dez, 2007.

PITCH, S. A mítica neoliberal, o sistema esportivo, a mídia e o herói esportivo: a construção de uma estória de retalhos de verdade mascarada de verdade revelada. **Perspectiva**, Florianópolis, v.21, n.1, p.199 – 227, jan/jun. 2003.

PRONI, Marcelo Weishaupt. Esporte-espetáculo e futebol-empresa. 1998. Tese (Doutorado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 1998. 262p.

REBOUÇAS, F. História da Folha de São Paulo. Disponível em: <http://www.infoescola.com/comunicacao/historia-da-folha-de-sao-paulo/> Acesso em: 23 jan. 2011.

RIBEIRO, L. C. Brasil: futebol e identidade nacional. **Revista Digital**, Buenos Aires, n.56, Janeiro, 2003.

RIBEIRO, L. C. O futebol no campo afetivo da história. **Movimento**, Porto Alegre, v.10, n.3, p. 99-111, set./dez, 2004.

RINALDO, W. Futebol: manifestação cultural e ideologização. **Revista de Educação Física/UEM**, Maringá, v.11, n.1, p. 167 – 172, jan/abr, 2000.

ROGGERO, R. LARUCCIA, M. M. A Celebridade como Mercadoria da Indústria Cultural – O Caso Ronaldo Fenômeno. **Inter Science Place**, n.6, ano.2, Mar. 2009.

RÚBIO, K. A identidade do atleta e sua relação com o mito do herói. **III Congresso de La Sociedad Iberoamericana de Psicología del Deporte**, p. 63 – 75, 2010, Bogotá.

RÚBIO, K. **O atleta e o mito do herói: O imaginário esportivo contemporâneo**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

RÚBIO, K. O imaginário da derrota no esporte contemporâneo. **Psicologia e Sociedade**, Porto Alegre, v.18, n.1, p. 86 – 91, jan/abr, 2006.

RÚBIO, K. O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo. **Revista Eletrônica de Geografia y Ciências Sociales**, Barcelona, v.6, n.119, agosto, 2002.

SANFELICE, G. R. Campo midiático e campo esportivo: suas relações e construções simbólicas. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, v.31, n.2, p. 137 – 153, janeiro, 2010.

SANTOS, A. K. R. Et al. Comparativo entre o diário esportivo Lance! E o caderno esportivo do jornal Folha de São Paulo. In: **Intercom/2010 – XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, p. 1-15, 2010, Novo Hamburgo.

SANTOS, D. S. MEDEIROS, A. G. A. O discurso midiático e as representações sociais do esporte: o atleta como modelo de comportamento. **Pensar à Prática**, Goiânia, v.12, n.3, p.1 – 11, set./dez, 2009.

SANTOS, N. CAPRARO, A. M. O futebol em Nelson Rodrigues: crônica esportiva e identidade nacional. **Revista Eletrônica Cadernos de História**, v.9, n.1, p. 79 – 97, Abril, 2012.

SEBRENSKI, R. M; CAPRARO, A. M; CAVICHIOILLI, F. R. Estética no esporte: Notas iconográficas sobre duas "estrelas" - Anna Kournikova e David Beckham. **Pensar a Prática**, Goiânia, v. 13, n. 1, p.1-17, jan./abr. 2010.



SILVA, G. M. A crítica ao SUS no jornal Folha de São Paulo. 2010. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Departamento de Psicologia, UFB, Uberlândia-MG. 2010. 132f.

SILVA, M. L. RÚBIO, K. Superação no esporte: limites individuais ou sociais? **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, Porto, v.3, n.3, p.69 – 76, set/dez, 2003.

SOARES, A. J. A imprensa e a Memória do futebol brasileiro. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, Porto, v.7, n.3, dez, 2007.

SOBRINHO, D. C. O importante é...Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18301/1/R0073-1.pdf> Acesso em: 20 jan. 2011.

SOUZA, C. V. A Folha de São Paulo e “País do futebol”: Narrativas jornalísticas da nação e o debate de 1997 sobre o futebol brasileiro. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 39, p. 65-90, 2003.

SOUZA, T. C. C. Discurso e imagem: Perspectivas de análise não verbal. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p. 1 – 10, 1998.

TOLEDO, L. H. Lógicas no futebol: dimensões simbólicas de um esporte nacional. 2000. Tese (Doutorado em Antropologia) – Departamento de Antropologia Social, USP, São Paulo. 2000. 348p.

VALLE, M.P. O esporte de alto rendimento: produção de atletas no contemporâneo. CEAPIA, Porto Alegre, jun. 2003. Disponível em: <http://www.psicoesporte.com.br/Downloads/artigonarcisismo.pdf> Acesso em: 12 abr. 2012.

VALQUER, W. BARROS, T. **Preparação física no futebol**. In: CIÊNCIA do futebol. Barueri-SP: Manole, 2004.

VAZ, A. F. Esporte e indústria cultural em Theodor W. Adorno: reflexões sobre a educação do corpo. **Nuances: estudos sobre educação**, Presidente Prudente, ano.8, n.8, setembro, 2002.

VENDITE, C. C. VENDITE, L. L. MORAES, A. C. Scout No Futebol: Uma Ferramenta Para a Imprensa Esportiva. **Intercom – XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2005, Rio de Janeiro.

VERAS, M. Almanaque Folha: A história da Folha de São Paulo. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/lead/planigraf/mauren.pdf> Acesso em: 25 jan. 2011.

## FONTES

- ARAÚJO, C. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 10 dez. 2008. p. D6.
- ARAÚJO, C.; GALDIERI, P. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 18 jun. 2009. p.D2.
- ARRUDA, E.; PERRONE, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 10 dez. 2008. p. D1.
- ARRUDA, E.; GALDIERE, P. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 dez. 2008. p. D3.
- ARRUDA, E.; GALDIERE, P. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 12 abr. 2009. p.D2.
- ARRUDA, E.; GALDIERI, P.; PERRONE, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 12 dez. 2008. p. D1.
- ARRUDA, E. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 28 dez. 2008. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 04 mai. 2009. p. D2.
- ARRUDA, E.; COBOS, P. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 29 dez. 2008. p.D1.
- ARRUDA, E. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 jan. 2009. p. D4.
- ASSIS, T. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 28 abr. 2009. p. D1.
- BASTOS, M.; FERNANDEZ, M.; BUENO, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 06 mai. 2010. p. D1.
- BASTOS, M. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 09 fev 2011. p. D12.
- BIANCONI, G. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 14 jan. 2009. p. D1.
- BRAGA, T. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 06 fev. 2011. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com). Acesso em: 10 abr. 2012.
- BUENO, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 abr. 2009. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 abr. 2009. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 jan. 2011. p. D2.
- BUENO, R. MATTOS, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 10 mar. 2009. p.D1.
- CACIOLI, R. BUENO, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 08 mar. 2009. p.D2.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 09 mar. 2009. p.D1.

- COBOS, P. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 23 abr. 2009. p. D4
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 03 mai. 2009. p. D1.
- COELHO, P. V. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 14 dez. 2008. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 20 abr. 2009. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 fev. 2011, p. D7.
- COUTO, J. G. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 4 nov. 2006. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 dez. 2008. p. D.6.
- DUARTE, A. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 04 mai. 2009. p. D6.
- FERNANDEZ, M.; GALDIERI, P. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 jul. 2009. p. D2.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 fev. 2010. p. D1.
- FERNANDEZ, M. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 mai. 2010. p. D1.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 12 jan. 2010. p. D2.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 29 jan. 2010. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 15 abr. 2010. p. D4.
- \_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 1º fev. 2011. p. D4.
- FOLHA DE SÃO PAULO. **Corinthians terá volante de 16 anos**. São Paulo, 07 set. 1993. p. A3.
- \_\_\_\_\_. **Zagalo pede que Brasil esqueça Copa de 70**. Rio de Janeiro, 10 mai. 1994. p. A3.
- \_\_\_\_\_. **‘Efeito Ronaldinho’ faz explodir a venda de ingressos na Itália**. São Paulo, 27 jul. 1997. p. A8.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldinho teve crise de convulsão, afirma CBF**. São Paulo, 14 jul. 1998. p. A3.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo, 23, é precoce até no drama**. São Paulo, 13 abr. 2000. p. A8.
- \_\_\_\_\_. **Scolari deixa escapar dúvida sobre o potencial de Ronaldo**. São Paulo, 1º jun. 2002. p. D8.

- \_\_\_\_\_. **Agora é nº1.** São Paulo, 18 jun. 2002. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Corinthians traz Ronaldo para vender.** São Paulo, 10 dez. 2008. p. D6.
- \_\_\_\_\_. **Resgate de Ronaldo é o do Corinthians.** São Paulo, 10 dez. 2008. p. D6a.
- \_\_\_\_\_. **Atacante não deve atuar nos próximos dois meses.** São Paulo, 10 dez. 2008. p. D6b.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo tem dia de ‘maloqueiro sofredor’ e reina.** São Paulo, 13 dez. 2008. p. D1.
- \_\_\_\_\_. **Com champanhe, astro vive dia de ‘príncipe Charles’.** São Paulo, 13 de dez. 2008. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo reitera não ter pressa para fazer estréia.** São Paulo, 30 dez. 2008. p.D2a.
- \_\_\_\_\_. **Sacrifício:** Atacante aprova pré-temporada longe dos familiares. São Paulo, 30 dez 2008. p.D2b.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo treina sob vigilância de policiais.** São Paulo, 31 jan. 2009. p. D4.
- \_\_\_\_\_. **Isto é Ronaldo.** São Paulo, 04 mar. 2009. p. D1.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo, sem gol, exalta sua atuação.** São Paulo, 23 mar. 2009. p. D1.
- \_\_\_\_\_. **Corinthians não passa por lanterna e perde o 2º lugar.** São Paulo, 29 mar. 2009. p. D4.
- \_\_\_\_\_. **Corinthians faz trinca em casa.** São Paulo, 1º abr. 2009. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Corinthians e Ronaldo ferem São Paulo.** São Paulo, 13 abr. 2009. p.D6.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo devolve provocação com gol e deboche.** São Paulo, 20 abr. 2009. p. D3.
- \_\_\_\_\_. **Abatido, São Paulo se agarra à Libertadores.** São Paulo, 21 abr. 2009. p. D4.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo fez a diferença.** São Paulo, 27 abr. 2009. p.1.
- \_\_\_\_\_. **Ronaldo apanha à européia.** São Paulo, 03 mai. 2009. p. D6a.

\_\_\_\_\_. **Domingos ganha missão de parar o astro.** São Paulo, 03 mai. 2009. p. D6b.

\_\_\_\_\_. **Ronaldo marca 2 e classifica o Corinthians.** São Paulo, 07 mai. 2009. p.01.

\_\_\_\_\_. **Sem ter Ronaldo, Corinthians troca qualidade por força.** São Paulo, 27 mai. 2009. p. D2.

\_\_\_\_\_. **Pacaembu verá time perto do ideal.** São Paulo, 31 jan. 2010. p.D3.

\_\_\_\_\_. **Ronaldo tem retorno adiado por precaução.** São Paulo, 06 fev. 2010. p. D2.

\_\_\_\_\_. **Corinthians teme baixas por lesão na Libertadores.** São Paulo, 13 fev. 2010. p. D2.

\_\_\_\_\_. **Ronaldo volta a marcar, e Corinthians vence fora.** São Paulo, 18 mar. 2010. p. D1.

\_\_\_\_\_. São Paulo, 10 fev. 2011. p. D1, D2, D4, D6.

\_\_\_\_\_. **Marta ignora reinado e pede pelas mulheres.** São Paulo, 11 jan. 2011. p. D3.

\_\_\_\_\_. **Para esquecer.** São Paulo, 27 jan. 2011. p. D1.

\_\_\_\_\_. **No chão.** São Paulo, 1º fev. 2011. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Fim.** São Paulo, 03 fev. 2011. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Em despedida, Ronaldo atribui peso a hipotireoidismo.** São Paulo, 14 fev. 2011. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com) Acesso em: 15 mai. 2012.

\_\_\_\_\_. **Fim.** São Paulo, 15 fev. 2011. p. D4.

\_\_\_\_\_. **Dor.** São Paulo, 15 fev. 2011. p. D6.

\_\_\_\_\_. **Ronaldo se despede da torcida.** Folha de São Paulo. São Paulo, 21 fev. 2011. p. D4.

FOLHA ONLINE. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br> Acesso em: 17 fev. 2011.

\_\_\_\_\_. **Ronaldo joga bem em treino e anima o clube.** São Paulo, 19 fev. 2009. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com). Acesso em: 26 abr. 2012.

\_\_\_\_\_. **Ronaldo 'preenche currículo' e obtém primeiro título nacional no Brasil.** São Paulo, 1º jul. 2009. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com). Acesso em: 15 jul. 2012.

GALDIERI, P.; ASSIS, T. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 20 abr. 2009. p. D1.

GALDIERI, P.; BUENO, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 12 mar. 2008. p.D1.

GALDIERI, P.; CALCIOLI, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 abr. 2009. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 abr. 2009. p.D3.

GALDIERI, P.; RANGEL, S. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 28 mai. 2009. p. D3.

GALDIERI, P.; MATTOS, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 25 fev. 2010. p.D1.

GALDIERI, P. **Folha Online**. São Paulo, 28 fev. 2009. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com) Acesso em: 26 abr. 2012.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 04 mar. 2009. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 05 mar. 2009. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 06 mar. 2009. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 26 mar. 2009. p. D2.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 06 mai. 2009. p. D4.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 mai. 2009. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 mai. 2009. p. D4.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 14 mai. 2009. p. D1.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 1º jul. 2009. p.D1.

ITRI, B.; FERNANDEZ, M. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 fev. 2011. p. D4.

ITRI, B. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 14 fev. 2011. Disponível em: [www.folha.com](http://www.folha.com) Acesso em: 29 abr. 2012.

KFOURI, J. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 12 mar. 2009. p.D3.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 29 abr. 2010. p. D3.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 10 fev. 2011. p. D4.

OHATA, E. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 10 fev. 2011. p. D12.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 fev. 2011. p. D2.

PERRONE, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 16 jun. 2006. p. D2.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 25 jan. 2007. p. D2.

PERRONE, R.; ARRUDA, E.; RANGEL, S. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 dez. 2008. p. D2.

RANGEL, S.; MATTOS, R. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 28 abr. 2010. p. D1.

TOSTÃO. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 fev. 2011, p. D5.

\_\_\_\_\_. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 08 mar. 2009. p. D3.

VIEL, V. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 05 jan. 2009. p. D1.