



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM LETRAS: CULTURA EDUCAÇÃO E
LINGUAGENS – PPGCEL

NAYLA PEREIRA DOS SANTOS

**DO PERSONAGEM AO HERÓI DE CHUTEIRAS: NEYMAR JÚNIOR NA
NARRATIVA JORNALÍSTICA ESPORTIVA BRASILEIRA**

VITÓRIA DA CONQUISTA-BA
2020

NAYLA PEREIRA DOS SANTOS

**DO PERSONAGEM AO HERÓI DE CHUTEIRAS: NEYMAR JÚNIOR NA
NARRATIVA JORNALÍSTICA ESPORTIVA BRASILEIRA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagens – PPGCEL, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Letras: Cultura, Educação e Linguagens.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Cleide de Lima Chaves

VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

FEVEREIRO 2020

*Dedico essa dissertação à minha mãe,
Terezinha Santos, por me fazer acreditar que
posso todas as coisas naquele que me fortalece
e por ser a minha maior fonte de inspiração e
força na vida.*

AGRADECIMENTOS

O primeiro lugar desses agradecimentos não poderia ser destinado à outro senão aquele que ocupa o primeiro lugar em minha vida: Jesus. Ao Senhor uma imensa gratidão pelo sustento em tudo, em todo tempo dessa trajetória.

À minha família pelo apoio emocional e em especial à minha mãe, Terezinha Santos por ser um porto seguro a todo tempo e ser a personificação do amor em minha vida e ao meu irmão, Jefferson Santos pelo zelo, cuidado e amor incondicional a mim dedicados. Vocês são tudo o que tenho de mais precioso nessa terra!

À meu noivo, Iham Gusmão, pela paciência, cuidado e amor e compreensão que me encorajaram a prosseguir e continuar a caminhada de forma ininterrupta. Sem dúvidas um dos meus maiores incentivadores.

À minha orientadora, Cleide Lima, por topar a jornada dessa pesquisa junto a mim pisando em terrenos desconhecidos e desbravando novas áreas. Obrigada pela paciência e dedicação a mim destinadas.

À minha professora e amiga Flávia Motta, uma das minhas principais incentivadoras em iniciar a trajetória no mestrado colaborando com meu processo de formação desde a graduação, como durante esses dois anos não só com apoio emocional e palavras de encorajamento, como também em correções e tempo destinado aos meus trabalhos.

Aos meus colegas de trabalho da TV Sudoeste que pacientemente colaboraram com essa caminhada de dois anos, em diversos momentos, deixando meu fardo mais leve. Em especial a pessoa do meu chefe Eduardo Lins, um parceiro e amigo. Sem o apoio de vocês, sem dúvidas, essa jornada não seria possível.

Aos meus amigos, pastores, irmãos em Cristo e membros do Ministério Ruach que compreenderam meus momentos de ausência nas atividades da igreja e me encorajaram durante esse tempo. Quero destacar as figuras de Jefferson e Jersyca que me incentivaram antes, durante a trajetória e acreditaram que eu concluiria essa fase de minha vida com as bênçãos e favor dos céus.

Aos docentes do Programa, por de forma tão generosa compartilharem os conhecimentos conosco, colaborando com a nossa formação. Vocês são exemplos a serem seguidos.

Aos colegas de turma que se tornaram amigos. Não poderia ter uma galera melhor para compartilhar esses dois anos. Sempre com muito bom humor, parceria, zelo com o outro,

preocupação, demonstrações de afeto e carinho fomos construindo uma relação durante esse tempo que marcará a trajetória de todos que puderam fazer parte da “linha 2 2018”. Essa parceria, sem dúvidas, fez com que todo o percurso fosse mais leve para todos ali presentes.

À Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia por me acolher tão bem, desde 2013 no início da graduação, e ainda mais esses dois anos do mestrado, oferecendo a mim muito mais que conhecimento científico, mas um espaço de formação pessoal.

Ao Programa de Pós-Graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagens por ter acreditado nessa pesquisa e oferecido o suporte necessário para que ela fosse realizada dentro do tempo previsto.

Aos professores Marcus Lima e Marlúcia Rocha pela paciência e considerações feitas durante a banca de qualificação, que ajudaram a ajustar os rumos desta pesquisa e colaboraram com o amadurecimento dela.

Gratidão é pouco para expressar meu sentimento neste momento. Sou muito abençoada de ter junto a mim pessoas que me incentivam e acreditam em meu potencial. A pesquisa a seguir tem, sem dúvida alguma, um pouquinho de cada um que passou pela minha vida e colaborou com minha formação. A todos vocês, o meu muito obrigada!

“Somos nossas narrações. Nossas narrativas nos instituem e constituem”.

Luiz Gonzaga Motta

RESUMO

O presente trabalho busca compreender de que forma a narrativa jornalística televisiva constrói figuras heroicas relacionadas ao esporte, especificamente o futebol, que está diretamente vinculado à identidade nacional brasileira. Para isso, analisamos uma reportagem exibida no programa televisivo Jornal Nacional, da Rede Globo de televisão, em junho de 2018, antes da Copa do Mundo deste ano, disputada na Rússia. A reportagem narrou a história de Neymar Júnior, atacante da seleção brasileira e considerado o principal atleta da seleção. A metodologia aplicada, proposta por Motta (2013) propõe desvelar as estratégias comunicacionais usadas pelo narrador na construção da reportagem. Além disso, nos calçamos nas teorias de Charaudeau (2018) para compreender o cenário em que a relação entre sujeito informador e receptor se insere e Campbell (1992) para a compreensão das etapas da construção da Jornada de um Herói. No decorrer da história, figuras heroicas foram criadas nas mais diversas esferas sociais e, em especial, no meio político. Compreendendo o importante alcance das narrativas jornalísticas na atualidade, pode-se perceber que esse também é um meio conveniente para o surgimento de heróis. Partindo desses pressupostos, consideramos que a presente pesquisa colaborou com os estudos das narrativas jornalísticas da atualidade, e contribuiu na compreensão de como se dá a construção de heróis vinculados ao esporte.

Palavras-chave: Narrativa; Jornalismo; Herói; Identidade nacional; Futebol.

ABSTRACT

The present work seeks to understand how the television journalistic narrative builds heroic figures related to sport, specifically football, which is directly linked to the Brazilian national identity. For this, we analyzed a report shown on the television program *Jornal Nacional*, of Rede Globo television, in June 2018, before this year's World Cup, played in Russia. The report narrated the story of Neymar Júnior, striker of the Brazilian team and considered the main athlete of the selection. The applied methodology proposed by Motta (2013) proposes to unveil the communicational strategies used by the narrator in the construction of the report. In addition, we use the theories of Charaudeau (2018) to understand the scenario in which the relationship between the subject of information and receiver is inserted and Campbell (1992) to understand the stages of the construction of the Journey of a Hero. Throughout history, heroic figures were created in the most diverse social spheres and, especially, in the political environment. Understanding the important reach of journalistic narratives today, it can be seen that this is also a convenient means for the emergence of heroes. Based on these assumptions, we consider that the present research collaborated with the studies of current journalistic narratives, and contributed to the understanding of how the construction of heroes linked to sport takes place.

Keywords: Narrative; Journalism; Hero; National identity; Soccer.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Exemplo de uma Acta Diurna	20
Figura 2 - A Jornada do herói proposta por Campbell (1992)	49
Figura 3 - Tino Marcos, repórter	58
Figura 4 - Neymar Júnior, jogador de futebol	60
Figura 5 - Rafaella Santos, irmã do jogador	61
Figura 6 - Nadine Gonçalves, mãe do jogador	62
Figura 7 - Neymar dos Santos, pai do jogador	62
Figura 8 - Joclécio, amigo do jogador	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Sujeitos do discurso	58
Quadro 2 - Falas do repórter	59
Quadro 3 - falas Neymar Júnior	60
Quadro 4 – Falas Rafella Santos	61
Quadro 5 - fala Nadine Gonçalves	62
Quadro 6 - Falas de Neymar dos Santos	63
Quadro 7 - Fala de Joclécio.....	64

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1- Narrativas e sociedade	15
1.1 “A voz do povo” – as narrativas jornalísticas	19
1.2 A construção das narrativas na televisão	23
2. A identidade nacional brasileira e o futebol	30
2.1 O futebol no Brasil	30
2.2 Nação e Identidade Nacional	36
2.3 Os heróis nacionais	44
3. Uma análise crítica da narrativa jornalística sobre Neymar Júnior	51
3.1 O Jornal Nacional	51
3.2 Discurso e narrativa	54
3.3 Critérios para a análise	69
3.4 – Neymar Júnior – Atacante da seleção brasileira de futebol	70
3.4.1 A jornada do herói	75
CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
REFERÊNCIAS	82
ANEXOS	85

INTRODUÇÃO

As narrativas sempre me foram instigantes e envolventes. A sensação durante a leitura é poder desfrutar, por alguns instantes, da ótica do outro frente a determinado assunto ou acontecimento. É como colocar as lentes de outrem: não se deixa de enxergar com os próprios olhos, porém, o conhecimento é ampliado pelo contato dos olhos com essas lentes.

Entrar em contato com diversas narrativas, desde a infância, fez suscitar em mim o desejo de tornar-me uma narradora. Dar voz aos pensamentos e externar, por meio das narrativas, impressões, concepções ou, ainda, narrar fatos do cotidiano. Dar-me, então, a oportunidade de entregar ao outro as lentes com as quais enxergo o mundo.

O jornalismo foi o espaço propício para a construção dessas narrativas e, em contrapartida, a construção pessoal enquanto narradora. As narrativas jornalísticas foram se tornando ainda mais envolventes a cada novo estudo, a cada novo exercício de narrar e percebi a necessidade de ater-me às estratégias comunicacionais para que o discurso pretendido chegasse ao receptor.

Essas estratégias, então, permeiam as narrativas mais do que pensei inicialmente. Começam a ser aplicadas quase que de forma intuitiva, sempre com o objetivo de alcançar a compreensão de um receptor que está destinando um tempo para enxergar o mundo com as lentes que o ofereço.

Quando essas narrativas jornalísticas – durante o exercício de minha jornada profissional – encontram como palco a televisão, percebo que o alcance que elas passam a ter é extremamente maior. O apelo da narrativa jornalística televisiva no Brasil tem proporções gigantescas e, mesmo com as reformulações que a televisão passou nos últimos anos, principalmente no que tange a adequação de sua linguagem por conta do advento da internet, ela ainda consegue alcançar milhões de pessoas diariamente com um forte apelo e com um discurso de “verdade”.

A minha trajetória dentro da televisão, na atual conjuntura, preparou o terreno para a construção do trabalho ora apresentado. Pensar a narrativa jornalística fez-me perceber a necessidade de destinar tempo e dedicação no estudo das mesmas.

Mas, mais do que isso, enxergar-me também como consumidora dos discursos televisivos diariamente e perceber a necessidade de estabelecer um senso crítico em relação

àquilo que assisto, foi o motivo de escolha do objeto de estudo desse trabalho. Este estudo propicia então, que não apenas eu, enquanto analista, possa desenvolver esse senso crítico em relação aquilo que consumo, mas também a sociedade, que em contato com esse trabalho, possa, ao menos, entender que essa reflexão é necessária.

Com as constantes mudanças pelas quais o jornalismo tem passado, se faz necessário, para a academia, pesquisas em torno dessas narrativas jornalísticas para compreender os discursos que estão sendo veiculados e com os quais a comunidade tem acesso diariamente.

Em qual contexto, portanto, essas narrativas jornalísticas televisivas encontram um cenário propício para construção de heróis nacionais? A reflexão então leva ao crivo utilizado para determinar o objeto analisado neste trabalho. O futebol, no decorrer dos anos, além de se tornar cena para vinculação de uma identidade nacional brasileira, oportuniza um lugar propício para a construção de heróis.

As narrativas jornalísticas televisivas são incontestavelmente sedutoras. Elas prendem a atenção do telespectador com seu jogo de palavras e imagens, ainda mais quando o assunto abordado é de grande repercussão nacional e mundial, como a Copa do Mundo de futebol.

O objetivo do presente trabalho foi o de problematizar como se constroem as narrativas jornalísticas na atualidade, a partir do futebol e dos seus personagens, vinculando-os a uma identidade nacional brasileira e legitimando a criação de heróis, a partir da análise da narrativa jornalística veiculada no jornal de maior audiência do país – o Jornal Nacional – que trata, especificamente, de um atleta da seleção brasileira de futebol com grande aclamação pela mídia, Neymar Júnior.

No primeiro capítulo propomos uma reflexão acerca das narrativas e das diferentes concepções que se têm sobre elas. Procuramos compreender como se dão as narrativas jornalísticas na atualidade e a forma como elas são construídas, com o objetivo de alcançar o público ao qual se destina, com o auxílio das imagens, que apelam para a emoção dos telespectadores. Além das narrativas, propomos uma reflexão acerca do narrador, definindo-o como a figura que se delinea na pós-modernidade que narra as histórias, fatos ou acontecimentos.

No segundo capítulo, o argumento é em torno da construção de uma identidade nacional brasileira vinculada ao futebol. É explicitada a forma como o esporte chegou ao Brasil e como adquiriu as características que possui na atualidade, e como a mídia, desde o início, buscou atrelar o esporte a esse sentimento de brasilidade. Como a ideia de nação e de identidade nacional é construída em uma sociedade e como os heróis são concebidos a partir da lógica de uma “jornada” que eles vivem. A proposta, então, na união de todos esses assuntos é estabelecer

terreno para a compreensão de como são construídos os heróis nacionais vinculados ao futebol nas narrativas jornalísticas televisivas.

No terceiro e último capítulo é discutido o objeto de estudo deste trabalho. Uma reportagem veiculada no Jornal Nacional, integrante de uma série, que traça o perfil do atacante da seleção brasileira de futebol, Neymar Júnior. O intuito da reportagem é narrar a trajetória de vida do atleta antes da Copa do Mundo de 2018, que ele estava prestes a disputar na Rússia. Foi feita uma leitura da reportagem a partir da lógica dos estudos de Patrick Charaudeau. Os conceitos do autor são apresentados e utilizados para delinear o terreno no qual a reportagem se dá, e o discurso contido nela. Posteriormente, foi feita a análise propriamente da narrativa, à luz da metodologia proposta da Análise Crítica da Narrativa, proposta por Luiz Gonzaga Motta. A análise contém três planos e sete critérios que foram observados minuciosamente.

Por fim, analisamos a reportagem a partir da ótica da Jornada do Herói, proposta por Joseph Campbell, de forma a compreender se a narrativa foi construída seguindo a lógica da trajetória de um herói clássico. Ao final deste trabalho que se configura como um estudo na área de Letras, a reportagem citada acima, objeto de estudo da pesquisa, encontra-se transcrita para que o leitor possa complementar sua compreensão.

1- Narrativas e sociedade

As narrativas podem ser concebidas nas mais diversas formas, desde as ficções literárias até as narrativas jornalísticas. Inicialmente, as análises acerca das narrativas estavam vinculadas somente a literatura, porém, na segunda metade do século XX surgiram estudos que contribuíram para tornar esse um campo de estudos multidisciplinar, definindo narrativa como “uma representação de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos, reais ou fictícios, por meio da linguagem, e mais particularmente da linguagem escrita” (GENETTE, 1976, p. 255).

Como uma fuga da narrativa associada apenas a linguagem verbal escrita, os estudos passam a encará-la como um fenômeno universal, vasto. Sodr e e Ferrari (1986, p. 11), dentro dessa perspectiva, afirmam que uma narrativa “  todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material, situado em um espaço determinado”. Nesta defini o,   possível perceber que as narrativas se configuram de maneira mais ampla e torna-se possível, então, pensar em outras formas de narrativa que não somente as que utilizam as palavras.

Sejam elas verbais ou ic nicas, as narrativas se apresentam em um universo de possibilidades: a lenda, o conto, a tragédia, a novela, nas imagens est ticas ou em movimento, na pintura, no cinema, nos quadrinhos, na f bula ou na conversão diária. Narrar um acontecimento ou contar uma história está, desde o princípio, articulado   vida do ser humano, como   possível observar nas pinturas em cavernas, chamadas de arte rupestre, que procuravam expressar valores, conceitos e crenças. Ou, ainda,   possível observar essa articula o na quantidade de histórias que hoje conhecemos, mas que não foram escritas. Adquirimos esse conhecimento porque estas histórias foram passadas, através da narrativa oral, de mães e pais para filhos e filhas até que chegassem   nossa compreensão.

Estamos sempre contando algo a alguém em nossa perspectiva pessoal, ou seja, da forma como reconhecemos que determinada situa o aconteceu e da maneira como acreditamos que outras pessoas devem saber desta história. Cremilda Medina (2003) afirma que essa necessidade humana de narrar   uma maneira de organizar as coisas:

Dotado da capacidade de produzir sentidos, ao narrar o mundo, a inteligência humana organiza o caos em um cosmos. O que se diz da realidade, constitui outra realidade, a simbólica. Sem essa produ o cultural – a narrativa – o humano não se expressa, não se afirma perante a desorganiza o e as inviabilidades da vida. Mais do que talento de alguns, poder narrar   uma necessidade vital (MEDINA, 2003, p.48).

Marconi Silva (2007) complementa e afirma que a linguagem narrativa é o que constrói o arcabouço do ser humano nas mais diversas esferas da vida:

A possibilidade da narrativa veio pela linguagem pela qual é possível registrar os pensamentos, lembrar fatos passados, e estabelecer a comunicação entre os indivíduos. Enquanto a linguagem, de modo geral, é a argamassa da sociedade e das relações jurídicas e sociais entre os cidadãos, a linguagem narrativa vai construindo o arcabouço moral, psicológico, ideológico e social de uma determinada comunidade. Uma sociedade não sobrevive se não possui sua própria narrativa ou não se reconhece nas narrativas que a ela aludem. A linguagem narrativa expressa o mundo e revela a realidade. Essa realidade é a própria linguagem que lhe dá sentido. Isto é, a narrativa e o discurso representam a realidade e lhe servem, ao mesmo tempo, de luz para a compreensão do tempo passado e do presente da comunidade. A importância da narrativa, portanto, é calcada na própria constituição e sobrevivência da sociedade (SILVA, 2007, p.50).

Quando em 1450, possivelmente através de Johannes Gutenberg¹, surge a prensa gráfica, as narrativas começam a ser compartilhadas também por meio da escrita. Acredita-se que as primeiras impressões tenham sido páginas soltas, onde Gutenberg testava sua invenção, porém, logo após estas páginas, admite-se que tenham sido feitas cerca de 140 bíblias de papel impressas em latim e com letras góticas.

Por conta da quantidade de notícias que circulavam acerca da invenção supostamente de Gutenberg em 1450, por volta de 1500 já existiam cerca de 250 máquinas de impressão instaladas em toda a Europa. A estimativa é que nesse período já houvesse a circulação de 13 milhões de livros em uma Europa de 100 milhões de habitantes. Antes da prensa, cada cópia de livro exigia uma pessoa que escrevesse à mão, página por página, e os preços dos livros eram muito altos. Gutenberg conseguiu, com seu invento, levar o conhecimento a uma quantidade muito maior de pessoas e, a partir de então, a informação escrita deixou de ser privilégio apenas do clero e da nobreza. Os livros e escritos da época puderam chegar às mãos de diversas pessoas.

Através da linguagem icônico ou da escrita é possível conhecer narrativas de grande relevância histórica como as pinturas rupestres, os livros sagrados, relatos históricos e filosofias. Além disso, a possibilidade de ter acesso a narrativas que foram transmitidas por gerações e até hoje são popularmente conhecidas, como o caso dos contos dos irmãos Grimm. A coletânea publicada inicialmente, em 1812, por Jacob e Wihelm Grimm trazia histórias que os próprios autores haviam tomado conhecimento através de parentes e vizinhos. Apesar de não

¹ Alguns autores como Asa Briggs e Peter Burke (2002), utilizados como referência aqui, não afirmam que a prensa foi realmente inventada por Gutenberg, já que defendem que anos antes já existia na China modelos que utilizavam métodos de impressão com moldes muito parecidos com a técnica desenvolvida por Gutenberg.

serem bem aceitas inicialmente por conta do excesso de detalhes, foram publicadas outras sete edições do livro de contos que, apesar de terem sido adequados para garantir melhor adesão do público, são conhecidos até hoje, mundialmente, como histórias infantis, como “Chapeuzinho Vermelho”, “A Branca de neve e os sete anões”, “Rapunzel”, “A Princesa e o Sapo”, “Cinderela”, “A Bela adormecida”, “A pequena sereia”, dentre muitos outros.

Independentemente de qual seja o teor da narrativa, elas buscam comunicar algo e inserir o leitor no tempo e no espaço em que o acontecimento é relatado. Desta forma, é possível compreender o que Silva (2007) explica:

A narrativa vai se constituir num instrumento fundamental da visibilidade do homem dentro da sociedade e da sociedade como tal. A história é o exemplo mais claro de que a vida em sociedade adquire sentido e forma pela narrativa da ação do homem sobre o mundo, que vai tecendo sua trajetória e revelando tanto um ser político por natureza quanto um ser que se impõe pela força e pela violência (SILVA, 2007, p.50).

Deste modo, podemos perceber a narrativa como de extrema importância para a relação da humanidade com ela própria e com a natureza e a sociedade. O homem se vê contemplado pelas histórias narradas e, por sua vez, essas histórias colaboram na tomada de atitudes do homem.

A reflexão a respeito das narrativas perpassa também por pensar quem é o narrador, quem é o sujeito que se dispõe a contar determinada história, acontecimento ou situação. Walter Benjamin (1985), em suas reflexões sobre essa figura, defende que a concisão do narrador é um fator determinante para que a narrativa encontre lugar na memória do receptor.

Segundo o autor, quando o narrador abre mão das “sutilezas psicológicas” mais facilmente a história ficará gravada na memória do ouvinte e será mais facilmente assimilada a própria experiência de quem ouve, para que então, ela ganhe a possibilidade de ser recontada em outro momento. A narrativa seria, então, uma forma quase que artesanal de comunicação e o narrador tem a história “mergulhada” primeiro dentro de si, para depois contá-la a seu público:

Assim se imprime na narrativa a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila do vaso. Os narradores gostam de começar sua história com uma descrição das circunstâncias em que foram informados dos fatos que vão contar a seguir, a menos, que prefiram atribuir essa história a uma experiência autobiográfica. (BENJAMIN, 1985, p.205)

Benjamin então define o narrador como uma figura pensada entre os mestres e os sábios:

Ele sabe dar conselhos: não para alguns casos, como o provérbio, mas para muitos casos, como o sábio. Pois pode recorrer ao acervo de toda uma vida (uma vida que não inclui apenas a própria experiência, mas em grande parte a experiência alheia. O narrador assimila à sua substância mais íntima aquilo

que sabe por ouvir dizer). Seu dom é poder contar sua vida; sua dignidade é conta-la inteira. O narrador é o homem que poderia deixar a luz tênue de sua narração consumir completamente a mecha de sua vida (BENJAMIN, 1985, p.221)

E justamente a partir das reflexões parecidas com a descrita acima, buscando responder a pergunta “quem narra uma história é quem experimenta ou quem a vê”? É que Silviano Santiago (2002) traça suas considerações acerca do que pensa ser o narrador pós-moderno. A pergunta que permeia sua análise pode ser traduzida como: o narrador é aquele que narra ações a partir da experiência quem delas, ou a partir de um conhecimento que passou a ter das ações por tê-las observado em outro?

A primeira hipótese que o autor levanta é que o narrador-pós-moderno é aquele que quer extrair a si da ação narrada, o que seria semelhante a um repórter ou espectador. “Ele narra a ação enquanto espetáculo a que assiste (literalmente ou não) da plateia, da arquibancada ou de uma poltrona na sala de estar ou na biblioteca; ele não narra enquanto atuante” (SANTIAGO, 2002, p. 45)

Nessa perspectiva, ele problematiza as considerações de Benjamin, já destacadas nesse trabalho, ao inferir que a construção de um narrador pós-moderno reconhece justamente as características “desvalorizadas” no ensaio de Benjamin. Ele explica que o autor que defende o narrador clássico, caracteriza três estágios evolutivos por que passa a história do narrador.

Primeiro estágio: o narrador clássico, cuja função é dar ao seu ouvinte a oportunidade de um intercâmbio de experiência (único valorizado no ensaio); segundo: o narrador do romance, cuja função passou a de não mais poder falar de maneira exemplar ao seu leitor; terceiro: o narrador que é jornalista, ou seja, aquele que só transmite pelo narrar a informação, visto que escreve não para narrar a ação da própria experiência, mas o que aconteceu com x ou y em tal lugar e a tal hora. Para Benjamin, a narrativa não deve estar “interessada em transmitir o ‘puro em si’ da coisa narrada como uma informação ou um relatório”. A narrativa é narrativa “porque ela mergulha a coisa na vida do narrador para depois retirá-la dele. (SANTIAGO, 2002, p. 45-46)

A partir da crítica à concepção do narrador de Benjamin - que valoriza apenas a narrativa que parte de experiência vivenciadas, e acredita que a informação não poderia transmitir sabedoria por não ser tecida na substância viva da experiência do narrador – Santiago apresenta uma segunda hipótese de trabalho:

O narrador pós-moderno é o que transmite uma “sabedoria” que é decorrência da observação de uma vivência alheia a ele, visto que a ação que narra não foi tecida na substância viva da sua existência. Nesse sentido, ele é o puro ficcionista, pois tem de dar “autenticidade” a uma ação, que, por não ter o respaldo da vivência, estaria desprovida de autenticidade. Esta advém da verossimilhança, que é produto da lógica interna do relato. O narrador pós-

moderno sabe que o “real” e o “autêntico” são construções da linguagem. (SANTIAGO, 2002, p.46)

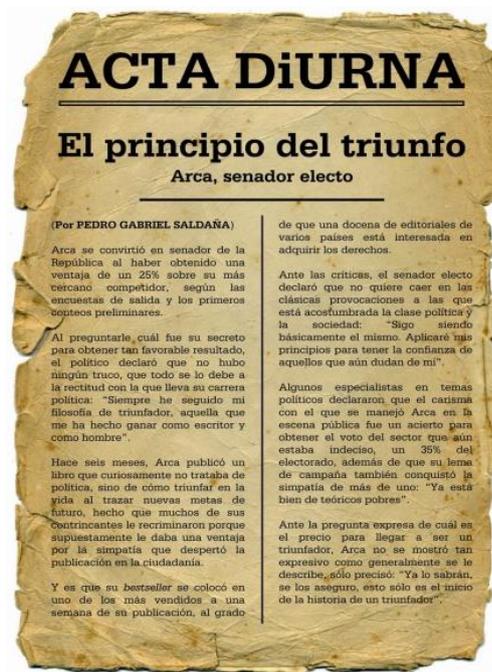
Percebe-se então, nas considerações de Santiago, um exercício para pensar o narrador pós-moderno que pode facilmente ser identificado como um jornalista, ou repórter de televisão, por exemplo. Essa figura, além de buscar extrair a si da ação narrada, narra essa ação na função de quem assiste um ‘espetáculo’, entendendo que a construção de uma ideia de real ou autêntico na mente do receptor, pode ser construída a partir da aplicabilidade de estratégias discursivas.

Refletir então, no narrador pós-moderno podendo ser exemplificado na pessoa do repórter, é pensar também nas narrativas jornalísticas que buscam justamente contemplar uma determinada realidade vivida pelo homem. Mais ainda, esse tipo de narrativa busca ser a mediadora entre a sociedade e o poder público, por exemplo.

1.1 “A voz do povo” – as narrativas jornalísticas

Muitos autores acreditam que o primeiro jornal de que se tem notícia se chamava “Acta Diurna” despontado em Roma em 59 a.C. O jornal surgiu por ordem do ditador Júlio César e tinha como objetivo informar o público acerca dos acontecimentos políticos e sociais e fazer a divulgação de eventos em cidades próximas. A “Acta Diurna” trazia ainda em seu conteúdo escândalos no governo, julgamentos, campanhas militares e execuções.

Figura 1- exemplo de uma Acta Diurna



Fonte: <http://www.nucdf.info/cesyaain-acta-diurna.html>.

Sylvia Moretzsohn (2007) traz outros relatos referentes à origem do Jornalismo. Segundo ela, os “*avissi*” e os “*zeitugen*” que circulavam nas regiões onde hoje são a Itália e a Alemanha, são as primeiras manifestações do jornalismo. Segundo a autora, essas folhas manuscritas eram de interesse privado de quem as financiava, que rompiam com o círculo do controle da comunicação pelo poder político e eclesiástico.

Mas, somente muito tempo depois, na primeira metade do século XVII, que os jornais surgiram como publicações periódicas. Pouco tempo após esse surgimento, as temáticas locais começaram a ser abordadas, mas tudo de forma muito delicada para que os assuntos não incitassem o povo a uma oposição ao governo dominante.

Partindo das concepções acima apresentadas, é possível compreender alguns dos conceitos acerca das narrativas. Porém, quando essas narrativas abordam questões de interesse público, surge o discurso jornalístico ou a narrativa jornalística. Tal definição tem fundamento, em primeiro lugar, na própria etimologia da palavra que define o principal produto jornalístico, a reportagem – *reportare*, que quer dizer transportar – ou seja, o movimento de levar para o público uma determinada realidade. Além disso, esse ‘transporte’ é organizado dentro de uma linha temporal específica e relata um conjunto de ações sucessivas.

A linha temporal dentro da narrativa jornalística ganha características próprias, como, por exemplo, o método bastante utilizado no jornalismo impresso, que é a pirâmide invertida, sendo a forma mais conhecida de se tecer uma narrativa jornalística. Ela parte do princípio do Lide², que seria o primeiro parágrafo da matéria onde o leitor deve encontrar a resposta para os questionamentos: Quem?, O quê?, Como?, Quando?, Onde? e Por quê? Depois de respondidas estas perguntas é que o jornalista deve, segundo o método, seguir com o relato do fato nos parágrafos seguintes.

Essa maneira de se fazer jornalismo pode deixar o texto demasiadamente descritivo, quando o jornalista assume que precisa ater-se apenas à exposição dos fatos e não fazer a interpretação característica comum em grande parte dos textos jornalísticos da atualidade. Porém, a objetividade jornalística nada tem a ver com a negação da subjetividade, e sim com a necessidade de desconfiar dos fatos e criar estratégias para reportá-los com determinado rigor. Neste sentido, concordamos com Felipe Pena (2008) quando afirma que

[em determinados conceitos] A objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer a sua inevitabilidade. Seu verdadeiro significado está ligado à idéia de que os fatos são construídos de forma tão complexa que não se pode cultuá-los como a expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar destes fatos e criar um método que assegure algum rigor científico ao reportá-los (PENA, 2008, p. 13)

A construção desta narrativa perpassa diversas questões que vão desde percepções pessoais até influências da mídia na qual o jornalista esteja inserido. Primeiro, o jornalista precisa decidir o que, no meio do volume informativo que recebe diariamente, vai se tornar uma notícia, ou seja, qual dos acontecimentos que chegaram à redação se transformará em uma narrativa jornalística. Essa rotina de produção tem interferência direta no conteúdo final. Isso nada mais é do que o conceito do *newsmaking*, que pressupõe que as notícias têm as configurações que conhecemos por conta da rotina industrial de produção a que estão submetidas.

Essa concepção traz importantes reflexões acerca da prática jornalística na atualidade e visa se opor a uma das primeiras teorias do jornalismo, a teoria do espelho, que apresentava os jornalistas como agentes descomprometidos, com a única função de transmitir a realidade sem interferências externas. O argumento mais utilizado para tal oposição, portanto, é a

²Não existe uma data exata para o surgimento do lide jornalístico. O que se sabe é que ele surgiu na imprensa norte americana. Alguns autores acreditam que ele surgiu a partir do telégrafo, em 1844. Como na época os custos de se telegrafar eram bastante altos, era necessário que as reportagens dissessem logo no primeiro parágrafo as principais informações.

impossibilidade de uma linguagem neutra. “Ao dar vida textual a um acontecimento, o jornalista incorpora, mesmo involuntariamente, marcas da sua subjetividade, através de um processo de mediação, que pressupõe a existência de uma construção discursiva” (ARAÚJO, 2011, p.8). Dessa mesma forma, o discurso jornalístico seria o resultado da organização da estrutura profissional e da imprevisibilidade dos acontecimentos.

Além disso, alguns autores, no âmbito das teorias do *newsmaking*, tratam sobre a criação das denominadas estórias pelos profissionais do jornalismo. Mas, isso não seria depreciativo, como se essas estórias fossem uma ficcionalização do real, ou como se as notícias se assemelhassem a literatura, e sim reforçar que a validade dessa narrativa está em sua construção interna. “Dizer que uma notícia é uma estória não é, de modo algum, rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o facto de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna” (TUCHMAN, 1999, p. 262).

Sendo, portanto, uma das funções do jornalista analisar os fatos previamente antes de torná-los conhecidos ao público, fazendo um julgamento da relevância de cada um deles e condensando os acontecimentos, ele cumpre sua função de interpretar. Então, desde o momento em que o jornalista escolhe o que deve ou não ser noticiado, começam as influências do profissional na narrativa jornalística.

A dificuldade em se admitir que as notícias jornalísticas são parciais, tem uma configuração parecida a que afirma que as reportagens não são narrativas. Luiz Gonzaga Motta (2013) em uma entrevista³ opinou que:

Eu acho que essa preocupação cada vez maior com a narrativa está gerando um questionamento do jornalismo. Ela é hoje quase uma técnica para você fazer uma crítica do jornalismo. Crítica em que sentido? Você mostrar que o jornalismo é superficial na maneira que ele cobre os fatos. Ele fica na superfície, tentando ser objetivo, enquanto na verdade está carregado de subjetividade. Então, por que não assumir essa subjetividade e contar os fatos desde um ponto de vista narrativo? Aí, você começa a mostrar que as pessoas são compostas de razão e de emoção. Assim que é o mundo humano e assim que somos nós. Então, contando narrativamente, você deixa essa emoção entrar no seu texto (MOTTA, 2013).

Não existe, portanto, problema no fato de o jornalista utilizar a narração para construir uma notícia. O mais importante é que se o relato de um acontecimento se constitui uma narrativa

³ Disponível em: < <http://site.ufsm.br/noticias/exibir/9266>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

ele está, então, dotado de subjetividade e da razão e emoção inerentes ao jornalista que, como qualquer outra pessoa, carrega consigo preceitos e valores que foram construídos durante toda a sua vida. Essas características que lhe são próprias encontram lugar em seu texto, seja na decisão do que publicar, na escolha das palavras, ou na construção narrativa propriamente dita.

Vale ressaltar como a recepção do leitor é distinta quando a notícia aparece como relato meramente descritivo de um acontecimento ou quando ela aparece em forma de uma narrativa mais fluida. Segundo Afonso de Albuquerque (2000):

A fórmula da pirâmide invertida constitui um dos principais recursos utilizados neste processo: ao concentrar todas as informações importantes no lead, ela dispensa o suspense como elemento da explicação. Embora adequadas aos parâmetros profissionais da objetividade jornalística, as notícias apresentadas dessa forma apresentam grandes dificuldades de compreensão para os leitores. O mesmo não acontece com o segundo parâmetro, com base no qual as notícias são entendidas como “histórias”. Notícias apresentadas sob a forma de “histórias” são geralmente mais compreensíveis para os leitores, mas tendem a ser entendidas pelos jornalistas como uma traição aos princípios (ALBUQUERQUE, 2000, p.69).

A partir dos referenciais aqui utilizados, não se pretende sobrepor um estilo jornalístico a outro. A intenção é diferenciar e mostrar que cada uma das formas tem características próprias e que estas têm uma grande influência na percepção que o leitor terá de determinado acontecimento, a partir da forma como ele recebeu o conteúdo a ele destinado.

1.2 A construção das narrativas na televisão

O jornalismo sempre teve grande espaço na televisão. Essa mídia possui inegavelmente um forte apelo social e influencia opiniões por todo o território nacional. Por isso que se faz necessário entender de que forma as narrativas são construídas na televisão para que seja compreendida a dimensão do seu impacto social e se torne possível diagnosticar as características que a fazem ter uma forte adesão do público.

Tendo como influência o rádio, a televisão surgiu com uma nova perspectiva e com novas possibilidades. O avanço tecnológico proporcionou a essa mídia de massa associar o áudio à imagem e, com isso, agregar fatores que resultaram em uma grande aceitação e aproximação do público.

A narrativa televisiva dedica esforços para se aproximar cada vez mais do público. Na construção da narrativa, seja ela jornalística ou não, o fluxo comunicacional através da

linguagem icônica e verbal imerge o telespectador na história e faz com que ele se sinta conectado com a mesma. Para Barbosa (2007):

O fluxo televisivo produz a metáfora mais real da substituição dos grandes relatos pela equivalência de todos os discursos (informação, drama, publicidade, dados financeiros, etc), pela inter-- penetrabilidade de todos os gêneros e pela transformação do efêmero em chave de produção e em proposta do gozo estético da TV. O fluxo televisivo é, para ele, mediação estratégica que remete a novos modos de estar junto, a novas sociabilidades cotidianas no caos urbano, introduzindo outra espécie de continuidade: a das redes e dos circuitos, enfim, a dos conectados (BARBERO *apud* BARBOSA, 2007, p.4).

Esta relação televisão-telespectador é possível através de uma linguagem que, segundo Barbosa (2007), desobriga o telespectador, no momento da emissão, a ter uma reflexão minuciosa daquilo que está sendo recebido. A gramática de forma fragmentada faz com que a compreensão do que está sendo falado seja facilitada e a tecnologia da televisão – o recurso do áudio somado ao recurso da imagem – torna a compreensão também mais cômoda ao telespectador. A reflexão, portanto, se dará quando a tela da televisão se apagar e aquilo que foi recebido for repercutido na mente do telespectador. Ainda segundo a autora:

A lógica da narrativa da televisão diz respeito primeiramente às articulações temáticas: coloca em evidência o cotidiano das majorias, apelando às sensações do público. Do extraordinário coletivo à vida comum de existência a mais privada, tudo é re-configurado como excepcional e, ao mesmo tempo, cotidiano. A primeira proximidade se realiza, portanto, por regimes de identificação. A linguagem da televisão apela a valores, sentimentos e emoções corriqueiras. É o comum que figura na cena. São personagens saídos de um pretense “real” e configurados pelo olhar de quem vive a existência que a TV veicula em situações sempre performáticas (BARBOSA, 2007, p.5).

As emoções e os sentimentos explicitados na televisão encontram lugar na mente do receptor quando as relações de identificação começam a se tornar sólidas e daí é possível perceber o cerne da narrativa televisiva. É uma narrativa que se preocupa em criar um vínculo com o telespectador. A televisão criou para si própria uma forma única de narrar e que faz do espectador uma espécie de amigo, onde o que é veiculado é produzido para ser ouvido, assistido, entendido e com o objetivo final de estabelecer um vínculo com quem está do outro lado da tela.

A concepção acima trata sobre o *pathos*, ou a emoção, que aqui é pensada como uma condição necessária ao discurso jornalístico, e não uma condição aparente (FERNANDES,2012). As emoções evocadas no discurso jornalístico promovem uma ligação

entre os interlocutores. Os indícios do *pathos* no discurso podem se valer de princípios abstratos como a ideia de Deus ou de questões mais tangíveis como lealdade, justiça ou responsabilidade social.

A argumentação patêmica tenta levar o interlocutor a construir hierarquias (maior, menor, mais justo, menos justo), a estabelecer lugares comuns de quantidade (tudo, nada, alguns, nenhum, eventualmente) e de qualidade, a enaltecer os sacrifícios e a entender os sentidos pretendidos por analogias e metáforas. Ou seja, as emoções, de um modo geral, seguem regras racionais de acionamento, com causas e consequências mais ou menos bem definidas. As marcas linguísticas e culturais da emoção podem, então, ser reconstruídas e analisadas. (FERNANDES, 2012, p. 5)

A autora defende que a perspectiva patêmica pode estar presente em qualquer discurso, inclusive no jornalístico. Para tal, a estudiosa usa a noção de Muniz Sodré (2006), que afirma que o ato de comunicar, especialmente na mídia, consiste em “usar a emoção e a estética do afeto, do sensível, como espaços de construção do senso comum e de ligação dos seres humanos” (FERNANDES, 2012, p. 110).

Essa ligação entre os interlocutores torna possível o contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2018) e uma das estratégias que fundam esse contrato é a de captação, que faz uso mais recorrente do *pathos*. A estratégia de captação visa estabelecer certo estado emocional no receptor, que dê legitimidade e estabeleça um grau de influência ao sujeito falante. Fernandes (2012) explica essa estratégia de captação posta por Charaudeau (1996) no jornalismo traçando seus três principais objetivos: o informativo, o persuasivo e o sedutor.

No jornalismo, Charaudeau (1996, p. 31) distingue três objetivos que atendem à estratégia de captação. O objetivo informativo, que tem o princípio da novidade, ou seja, o de transmitir fragmentos de saber que o leitor parece ignorar. O objetivo persuasivo, que consiste em fazer o outro crer em alguma coisa, com argumentos não contraditórios, com rigor lógico, fazendo o outro aderir a seu universo de discurso. E o objetivo sedutor, que pretende o controle do outro, agradando-o, fazendo-o sentir prazer, emoções, usando discursos não racionais, da verossimilhança com o ficcional, do imaginário mítico, dos jogos de palavras. Para alcançar a estratégia de captação, o jornalismo pode utilizar-se dos efeitos de dramatização e do ludismo, por exemplo. A dramatização, no discurso jornalístico, é aparente nos relatos de tragédias, medos, grandes e pequenas histórias do cotidiano. O lúdico é conseguido através de recursos jornalísticos misturados à poesia, à aventura, à ficção, ao cinema etc. (FERNANDES, 2012, p.111)

O jornalismo costuma utilizar-se dos efeitos de dramatização, presentes normalmente nos relatos de histórias do cotidiano e tragédias e também do ludismo, quando as narrativas estão atreladas, por exemplo, à aventura, poesia ou cinema.

Essa não é uma característica singular da televisão, pois o rádio, por sua vez, utiliza de métodos bastante parecidos. Porém, a televisão, por contar com o auxílio da imagem, não exige do locutor as peripécias vocais de um radialista e, por contar com o auxílio da imagem, estabelece uma sensação de pertencimento e aproximação muito maior em quem acompanha a programação. Partindo desse pressuposto é possível compreender o que aborda a autora quando afirma que:

A voz concreta completa a imagem que existe na e pela voz. A gesticulação visual das práticas da oralidade se transporta inteira para a narrativa. Criam-se laços de afetação com o público no qual este desempenha múltiplos papéis: a narrativa televisual reproduz, enfim, as ações humanas (BARBOSA, 2007, p.6).

Ainda segundo a estudiosa, a televisão reproduz “cenas que se dão em presença, sob a forma de ausência” (BARBOSA, 2007, p. 6). É que as cenas que são vivenciadas cotidianamente pelo telespectador voltam como forma de representação, o que torna cada vez mais o público cativo ao que assiste.

Apesar do advento da internet, a característica da televisão como meio de comunicação de massa não foi perdida. Muito provavelmente, a narrativa construída por este meio está tão enraizada na sociedade, por trazer comodismo e facilidade, seja um dos segredos desse domínio que existe até hoje. Narrativas que, vale destacar, são objetos interessantes de análise.

As narrativas jornalísticas na televisão merecem uma atenção especial de observação, por isso elas são objeto de estudo deste trabalho. Narrativas que foram exibidas na forma de uma série de reportagens que buscaram apresentar alguns dos atletas olímpicos à população. Esse tipo de narração busca levar o receptor a acreditar que aquilo que está sendo veiculado é a realidade da forma mais fidedigna possível, e não uma interpretação da realidade construída pelo repórter. E, para o convencimento do espectador que aquilo que é transmitido é a realidade, o narrador se utiliza de diversas estratégias discursivas, inclusive o uso estratégico das imagens. Bistane e Bacellar (2005) tratam sobre a força da imagem na televisão:

Em reportagens externas, repórteres e cinegrafistas fazem um recorte da realidade ao formular uma pergunta, ao escolher um enquadramento. Uma imagem é capaz de garantir a veiculação de um assunto que talvez nem fosse ao ar se o cinegrafista não tivesse a sorte de captar o flagrante (BISTANE e BACELLAR, 2005, p. 41).

Essas imagens constroem uma narrativa própria, associada a narrativa falada, que traz maior credibilidade ao produto jornalístico. É o que defende Jensen (1986), quando afirma que o componente da imagem faz muita diferença no que tange a credibilidade. Segundo o autor, as imagens da cobertura televisiva reforçam as questões de objetividade e de imparcialidade que o público espera dos meios de comunicação e das narrativas construídas por eles. Além disso, o intenso fluxo de imagens pretende deixar o telespectador preso, segurando assim a audiência.

[...] em princípio, o gênero notícia televisiva expõe duas narrativas paralelas: a narrativa visual, que se coloca como um documento do que realmente aconteceu, assim demonstrando a pretensão da objetividade, e a narrativa falada que contribui com informação complementar, ainda que permaneça relativamente distinta, sem comprometer o status da narrativa visual como pura informação. Para a audiência, essa convenção de gênero contribui para a potencial heterogeneidade da experiência com o jornalismo. Qualquer que seja sua justificação econômica ou organizacional, a convenção resulta numa estrutura de mensagem que é relativamente aberta a um leque de interpretações. (JENSEN, 1986, p. 65 *apud* GOMES, 2011, p. 27)

A relevância da imagem na construção da narrativa jornalística não se dá, porém, somente quando o cinegrafista obtém um flagrante, mas, também, quando as imagens em movimento são escolhas prévias do repórter para reforçar o discurso jornalístico. Essas escolhas muito têm a ver com a natureza de prática social que permeia o jornalismo.

Itania Gomes (2011) defende o telejornalismo enquanto instituição social, que não tem sua configuração apenas a partir das possibilidades tecnológicas oferecidas em cada época, mas na junção dessas possibilidades com as condições históricas, econômicas e culturais de determinada sociedade. Essa conjuntura configura, então, o caráter do jornalismo enquanto processo histórico e cultural que influencia diretamente em distintas comunidades e em diferentes tempos.

Relacionada com as configurações enquanto instituição social, o jornalismo ganha também uma configuração cultural. Gomes defende ainda que, para compreender o telejornalismo, é preciso compreender a notícia enquanto forma cultural específica de lidar com a informação e o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural própria de lidar com a notícia de TV. A notícia, por sua vez, é discurso.

A notícia é discurso e, como tal, um conjunto de convenções que ajudou a configurar o jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida e no interior da qual fazem sentido as noções de imparcialidade e objetividade e as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento. Naturalmente, a

notícia televisiva é um discurso que é estruturado pelos discursos mais amplos da televisão. (GOMES, 2011, p. 24)

Compreendendo então o jornalismo como uma instituição e como prática social e as questões imbricadas nos conteúdos jornalísticos, a autora infere que um dos principais desafios da investigação sobre o jornalismo contemporâneo, é justamente compreender como duas das questões mais centrais de nosso tempo – a tecnologia digital e os processos de globalização – interagem com o jornalismo e quais as implicações que elas trazem para essa prática social, diária, bem como para o campo profissional.

Do ponto de vista dos valores que constituem o jornalismo como instituição social, é fundamental interrogar como se dá a conjunção entre jornalismo, sociedade e cultura, como essa conjunção interage com e reconfigura certos valores jornalísticos tomados como universais: interesse público, objetividade, atualidade, credibilidade, independência, legitimidade (GOMES, 2011, p. 22).

Outro conceito defendido pela autora e que merece ser discutido aqui é o de Modo de Endereçamento. Esse conceito trata sobre a forma como um determinado programa televisivo se relaciona com sua audiência ao construir um estilo. Compreender a maneira como os programas se relacionam com seus telespectadores diz muito sobre as práticas de recepção solicitadas por esses programas. “O modo de endereçamento é um conceito que se refere a algo que está no texto – ou no programa, diríamos nós – e que age, de alguma forma, sobre seus espectadores imaginados ou reais” (GOMES, 2011, p.34).

Esse conceito é comumente pensado para análise fílmica, porém, na perspectiva da análise televisiva “o conceito tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais” (ibidem).

Pensar modo de endereçamento para a televisão, portanto, seria pensar em suas possibilidades técnicas, recursos de linguagem, gêneros adotados, relação estabelecida com o público historicamente e ainda as convenções que regulam as expectativas de audiência televisiva. (idem, p. 36)

Na nossa abordagem, o conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos de jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. Esta “orientação para o receptor” é o modo de endereçamento e é ele que provê grande parte do apelo de um programa para os telespectadores. (HARTLEY, 2001, p. 88) O modo de endereçamento, em Hartley, se refere

ao tom de um telejornal, àquilo que o distingue dos demais e nessa perspectiva, portanto, o conceito nos leva não apenas à imagem da audiência, mas ao estilo, às especificidades de um determinado programa (ibidem).

A autora entende, portanto, que é a partir do modo de endereçamento que pode-se perceber a orientação de um programa para seu receptor e o seu modo de dizer específico. Ele então permite verificar como a instituição social e a forma cultural se atualizam num determinado programa televisivo.

A partir dessa compreensão das especificidades e estratégias utilizadas por cada programa televisivo em sua relação com o receptor, se faz necessário compreender como algumas questões culturais importantes, como a identidade nacional brasileira, estão interagindo e sendo representadas nos meios de comunicação, principalmente a televisão, e de que forma essa relação entre jornalismo, sociedade e cultura se dá na atualidade. Além disso, avaliar os componentes dessa identidade, dita como nacional, proporciona uma visão mais abrangente das relações sociais. É que evidenciaremos no próximo capítulo.

2. A identidade nacional brasileira e o futebol

O futebol, mais do que qualquer outro esporte, esteve e está ligado diretamente à ideia de identidade nacional brasileira. Jargões como “Brasil, país do futebol” são constantemente ecoados na maioria dos espaços sociais e, principalmente, nos meios de comunicação. Caminhar pelos bairros da maioria das cidades brasileiras é ter a certeza de encontrar aqui ou ali uma quadra ou mesmo um campo de chão batido e crianças jogando futebol, “batendo um baba”, “jogando uma pelada” a depender da região onde o esporte é praticado.

A paixão de grande parte dos brasileiros pelo esporte não emergiu de forma aleatória e muito menos despropositadamente. A construção de um discurso identitário, atrelando o Brasil à prática do futebol, surgiu com intenções específicas, em determinado momento da história e foi se resignificando com o passar dos anos, com a criação de “heróis” relacionados ao esporte.

E este é o cerne da discussão deste capítulo. O objetivo é compreender a forma como o futebol chegou ao Brasil, porque ele ganhou a relevância que possui hoje e ainda compreender como tem sido construída a ideia do herói relacionado ao futebol na formação da identidade nacional brasileira na atualidade.

Compreender essas relações de significação é entender de que forma conceitos, ideias e expressões são disseminadas e absorvidas pela sociedade. É também perceber como a construção da identidade de uma nação está diretamente ligada aquilo que se diz e se repete sobre ela nas mais diversas esferas sociais.

2.1 O futebol no Brasil

Para que possamos compreender como o futebol adquiriu as características que possui, hoje, no Brasil e no mundo, é preciso retornar ao início da prática do esporte. Apesar de o Brasil ser conhecido mundialmente como o “país do futebol”, a origem do esporte está na Inglaterra, instituído em 1863 com a criação de uma associação que tinha a função de regulamentar e organizar o esporte. A partir daí, surgiram as primeiras práticas do futebol moderno, nos clubes e colégios de classe média, sendo desenvolvido como uma prática para ‘moldar’ caracteres (SOUZA, 2008, p. 28).

Já no Brasil, o esporte surgiu no final do século XIX, em uma conjuntura bastante distinta. Apesar de as relações econômicas e sociais com países europeus – especialmente a

Inglaterra – colaborarem com a divulgação do futebol no Brasil, é após o fim da escravidão, em 1888, que essa difusão realmente acontece.

A prática esportiva surge então partindo da ideia de que para um homem de elite se destacar, era necessário ter um bom físico e praticar esportes, cenário diferente do observado anteriormente, quando o indivíduo não cuidava da aparência física e não expunha partes do corpo.

É nesse cenário de amadorismo que o futebol começa a se desenhar no cenário nacional. Os imigrantes europeus e empregados de companhias estrangeiras praticavam a atividade e os brasileiros que tinham estudado na Europa começaram a aderir à prática. Esses jovens de nível social elevado se tornaram os primeiros jogadores e dirigentes de clubes que surgiram na época.

Os primeiros clubes e primeiros torneios estaduais de disputa do esporte foram criados e, nesse momento também surge a primeira instituição organizadora dos esportes, a Federação Brasileira de Sports (FBS) que, posteriormente, foi chamada de Confederação Brasileira de Desportos (CBD). Com o crescente avanço do futebol, o esporte começou a aderir novos fãs, novos jogadores e novos espaços de disputa.

Gestores de fábricas começaram a fomentar as disputas futebolísticas entre os operários para gerar a promoção de seus produtos e a integração entre os funcionários. Negros e pobres passaram a adotar a atividade no dia a dia e começou a se observar a prática esportiva em pequenos campos em bairros suburbanos. Consequentemente, novos fãs passaram a admirar o esporte, novos espaços foram construídos, com arquibancadas cada vez maiores, e não só jovens e mulheres das elites iam assistir aos jogos, trabalhadores e desempregados também passaram a acompanhar os torneios.

A ampliação das transmissões de rádio dos eventos esportivos, na década de 1930, foi o que proporcionou um avanço ainda mais acelerado do futebol. Aqueles que por algum motivo não podiam comparecer aos locais de disputa, acompanhavam os jogos em casa.

Na década de 1930, o futebol passou por um processo ainda maior de ressignificação. Os políticos, em todo o mundo, já estavam atentos à proporção que os esportes estavam tomando em todo o mundo e que era um fenômeno que não poderia mais ser desconsiderado.

No Brasil, o Governo Federal também estava atento a essas questões. O próprio presidente Getúlio Vargas foi recepcionar os jogadores que retornavam ao Brasil depois de uma disputa fora de casa. Foi na “Era Vargas” (1930-1945) que ocorreu e se consolidou a associação entre a prática esportiva, principalmente o futebol, e a identidade nacional (HALL, 2015).

O futebol, nesse momento, já popularizado e praticado por todas as camadas da sociedade, era a representação perfeita desse novo estado, após 1930. Porém, o terreno não era

assim tão aplanado para essa ressignificação. Como o esporte, lá atrás, começou sendo praticado principalmente por imigrantes europeus, ainda era muito relacionado a essas pessoas e não tinha características brasileiras. Somado a isso, a comercialização de jogadores e a questão financeira dentro dos clubes já era bastante forte e cada vez mais surgiam pessoas querendo lucrar com o esporte.

O governo, portanto, para resolver a situação, investiu na profissionalização do esporte e interviu diretamente na prática do futebol no país. A medida, de imediato, não foi bem aceita nem pelos dirigentes de clubes já oficializados, nem pela população em geral, que julgava que a medida poderia ser prejudicial e afetaria a evolução que vinha acontecendo no esporte desde o final do século XIX.

Essas disputas relacionadas às questões políticas e esportivas se estenderam durante anos. Diversas instituições de regulamentação do esporte foram criadas, desmembradas, associadas a outras até se fixarem. Porém, durante esse período, as próprias disputas entre dirigentes e instituições e o péssimo desempenho da delegação brasileira nos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936 (por conta de questões organizacionais e de incentivo), começaram a propiciar a mudança da opinião pública em relação a intervenção do estado e a oficialização do esporte no país.

Em 1937, por fim, fixaram-se as instituições de representação do esporte. A Federação Brasileira de Futebol (FBF) se filiar a Confederação Brasileira de Desportos (CBD). A FBF teria a administração absoluta do futebol no país e a CBD ficaria a cargo das conexões internacionais e a representação do Brasil em competições em outros países.

O momento em que a popularidade do Brasil no esporte cresceu enormemente foi durante a Copa do Mundo de 1938, realizada na França. Pela primeira vez, pode-se observar uma onda de gritos de alegria, multidões cantando o hino nacional e choros de tristeza a cada derrota. O *Jornal dos Sports*, um dia após uma das vitórias do Brasil na Copa de 1938, noticiava:

Passeatas, gritarias, ruídos de todos os gêneros, bombas, cantos patrióticos, serpentinas, confetes, folhetos, papel rasgado – eis o que se viu e ouviu ontem, durante horas inteiras no cenário carioca. E mais, bandeiras desfraldadas em todos os mastros, nas sacadas ou carregadas por grupos e, ainda, recobrando automóveis. Inédito, apenas inédito, o espetáculo de ontem. Cena que se via de momento em momento: verdadeiras multidões cantando o hino nacional. E não apenas uma ou duas ou três vezes. Por exemplo: debaixo da sacada do JS, centenas de pessoas entoaram e repetiram durante cerca de duas horas o hino nacional (*Jornal dos Sports apud SOUZA p.28*)

O cenário descrito pelo jornal assemelha-se muito ao que conhecemos, hoje em dia, em relação ao esporte, ainda mais evidenciado em anos de Copa do Mundo. Foi durante a Copa de 1938 que, apesar de o Brasil não ter se consagrado campeão da competição, definitivamente o futebol conquistou no país uma dimensão nunca antes vista.

O evento, apesar de ser de menor proporção se comparado às Olimpíadas de Berlim que haviam acontecido dois anos antes, foi o momento em que o governo esteve mais atento em busca de apelo popular e também em transformá-lo em um grande espetáculo nacional.

Durante a preparação para o evento, situações inéditas surgiram: federações e cidades se uniram para oferecer seus jogadores para compor a seleção, que passaram por um longo período de preparação, juntos, com profissionais das mais diversas áreas à disposição, inclusive um cozinheiro que os acompanhou até a França. Além desse investimento em relação ao time, o governo também investiu na construção do esporte relacionado à identidade nacional. Denaldo Alchorne Souza (2008) relata que a Confederação Brasileira de Desportos (CBD) lançou uma campanha antes da Copa:

[...] A CBD lançou a “Campanha do Selo”. Quem adquirisse um selo cebedense por apenas quinhentos réis estaria ajudando os jogadores brasileiros a irem à França e concorreriam a um lugar na delegação. O selo tinha a seguinte frase: “Auxiliar o esporte é o dever de todo o brasileiro”. Mais do que um ato esportivo, comprar o selo era encarado como um ato patriótico. (SOUZA, 2008, p.62)

Essa pode ter sido uma das campanhas mais emblemáticas em relação ao futebol e a ideia de nação, e houve muitas outras iniciativas do governo e de empresas na busca de estabelecer essa ligação. Os jornais, principalmente, gastavam várias páginas relatando as peculiaridades do evento e até edições extras foram publicadas para dar conta do assunto.

Desde a saída dos jogadores do Brasil, o público demonstrava seu apoio. Segundo os jornais da época, milhares de pessoas se reuniram para se despedir da seleção, mesmo debaixo de forte chuva. E a empolgação continuou durante todo o evento, e até depois dele.

O Brasil fez uma boa campanha durante a Copa de 1938, deixando os torcedores ansiosos a cada partida. As notícias dos jornais eram as mesmas: o desempenho da seleção e a euforia que tomava as ruas das cidades a cada partida. Durante todo o período, o governo brasileiro demonstrava apoio aos jogadores por meio de telegramas enviados e entrevistas cedidas aos jornais.

Foi durante a Copa que colunas de sociólogos e comentaristas começaram a surgir traçando um perfil do futebol brasileiro, deixando explícita sua diferença do europeu. Segundo

Gilberto Freire, para o *Diário de Pernambuco* (Diário de Pernambuco *apud* Souza, 2008, p. 68) de 17 de junho de 1938 “o mulato brasileiro deseuropeizou o futebol dando-lhe curvas arredondadas e graças de dança. Foi precisamente o que sentiu o cronista europeu que chamou os jogadores brasileiros de ‘bailarinos da bola’. Nós dançamos com a bola”.

Mas a seleção brasileira não levou o título naquele ano, tendo sido eliminada nas semifinais pela equipe italiana (que venceu a Copa naquele ano) em um lance polêmico, que deixou muitos torcedores revoltados. O sentimento de injustiça tomou conta dos torcedores que, por sua vez, acreditavam que a partida poderia ser anulada, mas não foi. O Brasil disputou, então, a partida pelo terceiro lugar, conseguiu a colocação que foi comemorada como se fosse a primeira. No retorno, os atletas foram recepcionados com ainda mais entusiasmo do que na ida para a França.

Nesse momento, o futebol tinha alcançado proporções inimagináveis e para o governo essa era uma conjuntura favorável. Segundo Souza (2008, p.70)

Para o governo, mais importante que as vitórias dos jogadores na Europa, era o entusiasmo que atingia todos os cidadãos, fossem eles ricos ou pobres, negros ou brancos. Mais do que uma representação positiva da harmonia social, o entusiasmo pelo futebol combinava o nacionalismo e o orgulho cívico, tão defendidos pelo Estado Novo. (SOUZA, 2008, p. 70)

Além dessa ideia de orgulho e nacionalismo, o autor também destaca que foi durante essa competição que os conceitos referentes ao futebol, até hoje conhecidos, se popularizaram pelo país:

Após a competição [Copa do Mundo de 1938] se firmaram diversas representações de futebol e identidade nacional que perduram até os dias de hoje: “futebol-arte”, “pátria em chuteiras”, “Brasil, país do futebol” e outras. O Estado esteve presente nesta construção, mas não somente o Estado. A imprensa esportiva também desempenhou importante papel. Mas o quadro não estaria completo se não contássemos com a participação das pessoas humildes, do simples torcedor, dos trabalhadores em geral, que tinham concepções diversas sobre nação e identidade nacional, mas, nem por isso, menos importantes (SOUZA, 2008, p. 17).

Essa competição foi um verdadeiro divisor de águas na relação que os brasileiros passaram a ter com o futebol. E questionar sobre os motivos pelos quais o Brasil passou a ser considerado o país do futebol, foi a reflexão feita por Hilário Franco Júnior (2013) em Brasil, país o futebol?.

O autor inicia falando que ainda não está claro se a expressão significa que o Brasil é o país onde mais se pratica futebol, ou é onde o esporte é mais bem compreendido, mais bem jogado, que mais vence ou produz os melhores atletas. Ou se todas essas coisas a um só tempo. Por isso, ele começa a desconstruir algumas concepções.

Primeiro ele afirma, com base em alguns dados, que o Brasil não seria o país que mais gosta de futebol porque a média de público nos estádios é bem inferior à de outros países de tradição no esporte, como os europeus. Outro fator abordado por ele é que outros programas televisivos, como as novelas, alcançam o mesmo nível de audiência – ou até maior) do que jogos importantes de grandes times brasileiros.

Além disso, ele lembra que parte do clichê “Brasil, país do futebol” está vinculada a crença de que no país se joga com mais qualidade e habilidade. Mas ele demonstra por meio de dados, que tanto na questão da exportação de jogadores (o que revela a qualidade o futebol praticado no Brasil) quando no saldo de gols dos campeonatos brasileiros, também são bem inferiores se comparados com outros países.

Mas e se tratando da seleção brasileira em Copas do Mundo? Realmente a seleção é a única que possui cinco títulos mundiais, mas, isso também é contestado pelo autor. Segundo ele, foram necessárias 19 Copas do Mundo para que o Brasil conquistasse os cinco títulos (atualmente a seleção já disputou 20), o que representa um aproveitamento de 26,3%. Enquanto isso, a Itália conquistou quatro títulos em 17 Copas disputadas e a Alemanha quatro títulos em 18 Copas do Mundo, o mais recente inclusive, em 2014, no Brasil (FRANCO JÚNIOR, 2013)

Então porque o futebol estaria tão intimamente ligado a identidade nacional brasileira? Para o autor, isso se deu por conta de uma construção de princípios do século XX:

Depois de certa hesitação na década de 1920 quanto à nocividade (por exemplo Lima Barreto e Graciliano Ramos) ou ao benefício (caso de Coelho Neto) social da novidade que era o futebol, a popularização dele a partir dos anos 30 levou muitos intelectuais a vê-lo como expressão da nacionalidade (Gilberto Freyre, José Lins do Rego, Mario Filho). Porque as virtudes desta seriam as virtudes daquele, o estilo de jogar brasileiro baseado no talento individual, na improvisação e na exuberância decorreria da sociedade mestiça na qual cada um precisa contar com sua astúcia para sobreviver diante da frágil organização coletiva. Sendo a mestiçagem étnica e cultural brasileira única no mundo pela sua amplitude, o futebol que ela praticava também era único, o que justificava, mesmo antes de surgir a etiqueta, falar em “país do futebol”. Desse ponto de vista, os posteriores resultados positivos no campo de jogo teriam sido apenas a comprovação dessa verdade intuída. (FRANCO JÚNIOR, 2013, p. 54)

Para o autor, o que havia sido proclamado então por algumas pessoas, foi sendo constantemente reproduzido ao longo das décadas e o futebol passou, desde então a ser o grande elemento de identidade nacional, um lugar de atuação em que o brasileiro tem qualidades reconhecidas localmente e mundialmente. Ainda segundo o autor mesmo o país tendo mudado desde essa época até os dias de hoje “a falta de eventos marcantes que ao longo da nossa história tenham forjado um forte sentimento de nacionalidade fez com que este continuasse sendo construído em torno de elementos acessórios” (FRANCO JÚNIOR, 2013, p. 55).

Fica claro que o futebol está fortemente associado à questão da identidade nacional brasileira por diversos fatores. Portanto, os aspectos dessa relação, bem como a ideia de identidade e de nação, se fazem relevantes de se compreender para que a conjuntura em que se insere tais ideias seja melhor percebida.

2.2 Nação e Identidade Nacional

A ideia de nação é algo individual e, ao mesmo tempo, coletiva. É um pensamento sobre a sociedade e sobre o espaço em que se vive que, na maioria das vezes, acaba por não ganhar protagonismo em conversas do dia a dia, mas, de certa forma, permeia essas conversas. É um pensamento que muitas vezes está ali, “hibernando” no interior de cada um, mas, ao mesmo tempo, é compartilhado em diversas demonstrações coletivas.

Ao que parece, inicialmente, a idealização de nação surgiu atrelada às questões políticas e econômicas. Em tempo de tomada e expansão de territórios, o conceito surge como uma forma de delimitar localidades e conseqüentemente definir relações políticas. No período clássico do nacionalismo liberal, ninguém pensaria deixar tal conceito de lado. As nações se determinavam e iam se ajustando à medida em que se tornavam viáveis, culturalmente e economicamente. Eric Hobsbawn (1990) resume essa situação ao apontar que:

Antes de 1884, a palavra *nación* significava simplesmente “o agregado de habitantes de uma província, de um país ou de um reino” e também “um estrangeiro”. Mas agora era dada como um Estado ou corpo político que reconhece um centro supremo de governo comum” e também “o território constituído por esse Estado e seus habitantes, considerados como um “todo” – e, portanto, o elemento de um Estado comum e supremo é central a tais definições, pelo menos no mundo ibérico (HOBSBAWN, 1990, p.27).

A formação dos estados-nação surge e começa a indicar mudanças no conceito que se tinha sobre o assunto. O autor ainda defende que as nações não formam o estado e sim o oposto.

Mas salienta que “a fragmentação da humanidade em nações é útil na medida em que desenvolve um princípio extremamente poderoso de competitividade econômica” (Molinari *apud* Hobsbawn, 1990, p. 40).

Mas a percepção sobre nação, em constante movimento, foi sendo modificada com o decorrer dos anos. Segundo Hobsbawn (1990)

Qualquer que seja o significado “próprio e original” (ou qualquer outro) do termo “nação”, ele ainda é claramente diferente de seu significado moderno. Podemos, portanto, sem ir mais além no assunto, aceitar que, em seu sentido moderno e basicamente político, o conceito de *nação* é historicamente muito recente. De fato, outro monumento linguístico, o *new english dictionary*, já sublinhava isso ao indicar, em 1908, que o velho significado da palavra contemplava principalmente a unidade étnica, embora seu uso recente indicasse mais “a noção de independência e unidade política”. (HOBSBAWN, 1990, p.30-31)

Ainda segundo o autor, essa transformação ocorreu durante um longo período e o conceito foi considerado durante muito tempo o condutor do “progresso”. O nacionalismo passou a ser a bandeira principal de povos que lutavam por sua emancipação:

Todavia, embora não se possa negar o impacto crescente e, por vezes dramático, da política nacionalista ou étnica, existe um aspecto principal pelo qual o fenômeno, hoje, é funcionalmente diferente do “nacionalismo” e das “nações” da história do século XIX e início do século XX. Já não se apresenta como o principal vetor do desenvolvimento histórico. No mundo “desenvolvido” do século XIX, o desenvolvimento de um número de “nações” que combinavam o Estado-Nação e a economia nacional era, evidentemente, um fato central da transformação histórica, e como tal era visto. No mundo “dependente” da primeira metade do século XX, e por razões óbvias, os movimentos por libertação e independência nacional, especialmente na sua parte colonizada, foram os agentes principais para a emancipação política da maior parte do planeta. (HOBSBAWN, 1990, p. 196)

As concepções mais atuais de nação e nacionalismo ainda carregam grande expressividade. São diversos os “critérios” usados para adequar determinados indivíduos a uma nação, e, ainda segundo o autor, um dos fatores determinantes é a língua

Como podemos esperar, o nacionalismo, hoje, reflete algo como a crise do programa e da ideologia leninista-wilsoniana que é devida ao seu fracasso político e à forte redução da relevância da “nação” e do “estado-nação” para a estrutura econômica e política do planeta. O nacionalismo, qualquer que seja a emoção poderosa de fazer parte de uma “comunidade imaginada”, nada é sem a criação de estados-nações, e um mundo de tais estados, adequando-se

aos atuais critérios de nacionalidade étnico-linguísticos, não é, hoje em dia, uma probabilidade viável. (HOBSBAWN, 1990, p. 210)

Esse conceito de nação enquanto “comunidade imaginada”, citado por Eric Hobsbawn, também pode ser empregado em ideias de nação e de identidade nacional existentes na atualidade. Quem defende essa concepção é Benedict Anderson (2008) ao afirmar que

Assim, dentro de um espírito antropológico, proponho a seguinte definição de nação: uma comunidade política imaginada – e imaginada como sendo intrinsecamente limitada, e ao mesmo tempo, soberana. Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão, ou sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles. (ANDERSON, 2008, p. 32)

Anderson afirma que qualquer comunidade maior que uma aldeia em que se tenha contato face a face (ou mesmo ela) é imaginada e que isso não é um problema ou define se ela é autêntica ou não, mas que existem vários ‘estilos’ em que são imaginadas e isso é o que define suas características. Ele aponta ainda que as nações são imaginadas por alguns fatores:

Imagina-se nação limitada porque mesmo a maior delas, que agregue, digamos, um bilhão de habitantes, possui fronteiras finitas, ainda que elásticas, para além das quais existem outras nações.[...] Imagina-se nação soberana porque o conceito nasceu na época em que o iluminismo e a Revolução estavam destruindo a legitimidade do reino dinástico hierárquico de ordem divina. [...] E por último, ela é imaginada como uma comunidade porque, independentemente da desigualdade e da exploração efetivas que possam existir dentro dela, a nação sempre é concebida como uma profunda camaradagem horizontal. No fundo, foi essa fraternidade que tornou possível, nestes dois últimos séculos, tantos milhões de pessoas tenham-se não tanto a matar, mas sobretudo a morrer por essas criações imaginárias limitadas. (ANDERSON, 2008, p. 33-34)

É esse conceito que se pretende adotar aqui para uma compreensão mais atual de nação. Grande parte dos indivíduos, mesmo que não conversem especificamente sobre o que pensam sobre a nação em que vivem, tem uma ideia formada sobre ela e compartilham dessa ideia em diversas esferas sociais. O futebol, componente de estudo desse trabalho, talvez seja uma das formas que o Estado nacional utiliza para fazer com que o sentimento de nação, de “comunidade imaginada” e de “pertencimento” dos indivíduos venham à tona.

E essa ideia de nação e de pertencimento está imbricada com a identidade nacional. Porque se o indivíduo compreende que ele vive em uma nação, da mesma forma pode conceber que tenha uma identidade por fazer parte dessa nação, que seria a identidade nacional. Mas essa identidade, assim como a ideia de nação, é algo construída, em muitos casos, à força. A maioria das nações consiste de culturas separadas que só foram unificadas por um longo processo de conquista violenta, isto é, pela supressão forçada da diferença cultural e das múltiplas identidades existentes.

A concepção de uma identidade dita como nacional é vista, muitas vezes, como algo construída, apenas, da relação do indivíduo com os demais, formando uma teia de significações que, por convenção, se entende como identidade nacional. Porém, essa definição ignora elementos importantes que colaboram com a construção dessa identidade.

Stuart Hall (2015) defende que a ideia de nação que temos conhecimento hoje, nada mais é do que uma cultura imaginada, algo que foi perpassado e imposto pelos Estados Nacionais unificados durante séculos e que adotamos hoje, sem maiores questionamentos

O argumento que estarei considerando aqui é que, na verdade, as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação[...] Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos legais de uma nação; elas participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional”. (HALL, 2015, p. 30)

Tendo essa concepção como horizonte, Hall (2015) aponta cinco influências que recebemos desde crianças e que constroem em nós essa ideia de nação. O primeiro fator é a narrativa de nação que comumente é contada na literatura nacional, na mídia e na cultura popular. Por se tratar do objeto de análise deste trabalho, tomo como exemplo principal os meios de comunicação. Desde as matérias jornalísticas, passando pelas propagandas, é comum nos depararmos com narrativas ufanistas.

Durante os Jogos Olímpicos de 2016, por exemplo, propagandas de marcas famosas, do governo brasileiro e de emissoras de televisão evidenciavam esse discurso. Na peça publicitária do governo nacional a frase estampada durante as propagandas era “#somostodosbrasil” e a propaganda da Rede Globo de Televisão trazia a inscrição “Somos Todos Olímpicos”. Essas frases contribuem para a reafirmação em torno da ideia de nação e em torno dos Jogos Olímpicos e da importância de valorizar o evento que, em 2016, aconteceu no Brasil.

O segundo elemento apresentado por Hall (2015) é que existe uma ênfase nas “origens” e na “tradição”, haja vista que são construídos mitos de origens e tradições para justificar a existência das nações, a identidade nacional é então representada como primordial

[...] ‘está lá, na verdadeira natureza das coisas’, algumas vezes adormecida, mas sempre pronta para ser ‘acordada’ de sua ‘longa, persistente e misteriosa sonolência’, para reassumir sua inquebrantável existência (Gellner, 1963, p.48). Os elementos essenciais do caráter nacional permanecem imutáveis, apesar de todas as vicissitudes da história. Está lá desde o nascimento, unificado e contínuo, ‘imutável’ ao longo de todas as mudanças, eterno. (HALL, 2015, p. 32)

Essa ideia de nação “antes de todas as coisas” passa, muitas vezes, despercebida, por ela estar no âmbito das divagações e implícita nos discursos diários. É um conceito mais presente em pensamentos e em produtos culturais reproduzidos pelo próprio indivíduo durante a vida. É uma ideia em que pode se acreditar, sem muitos questionamentos. Essa ideia é internalizada, por exemplo, a partir dos símbolos nacionais. Durante anos, no período escolar, os alunos do país são levados a aprender e cantar o hino nacional, o hino da bandeira, em posição respeitosa e a aprender os significados das cores e formas da bandeira nacional. Além disso esses símbolos também estão presentes nos materiais didáticos distribuídos.

A terceira estratégia discursiva apresentada pelo autor diz respeito ao que Hobsbawm e Ranger (1983) chamam de ‘invenção da tradição’. São tradições que costumam parecer, ou mesmo alegam ser bastante antigas, mas na realidade são recentes ou algumas vezes inventadas:

‘Tradição Inventada’ [significa] um conjunto de práticas,... de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado. Por exemplo, ‘nada parece ser mais antigo e vinculado ao passado imemorial do que a pompa que rodeia a monarquia britânica e suas manifestações cerimoniais públicas. No entanto... na sua forma moderna, ela é produto do final do século XIX e XX. (HOBSBAWM & RANGER, 1983, p.1 *apud* HALL, 2015, p. 32)

Trazendo para a cultura brasileira, o mote “Brasil, país do futebol” é construído mais em função das vitórias conquistadas pela seleção brasileira em Copas do Mundo, ou mesmo como forma de reafirmação da identidade nacional em determinado momento histórico por um tipo de Estado Nacional – como vimos anteriormente - do que propriamente nos anos em que o esporte tem sido praticado no país.

A primeira edição da Copa do Mundo aconteceu em 1930, há 90 anos, e o time de futebol brasileiro documentado e mais antigo é o Sport Clube Rio Grande, clube do Rio Grande do Sul fundado em julho 1900, com 119 anos de história⁴. Essas histórias, se comparadas com o “tempo de história” do Brasil posterior ao descobrimento, há 518 anos, são recentes.

O quarto exemplo de narrativa da cultura nacional apresentado pelo autor é a do mito fundacional: “uma história que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem nas brumas do tempo, não do tempo ‘real’, mas de um tempo ‘mítico’” (HALL, 2015, p.33).

Esse mito fundacional do Brasil se caracteriza pelo grito de Independência de Dom Pedro às margens do Rio Ipiranga, história que é sempre trazida à tona nas escolas, por exemplo, buscando enfatizar que aquele ato foi suficiente para a construção do Estado nacional brasileiro e que esse gesto do imperador foi feito de forma unânime, sem discordâncias ou controvérsias, pois o mito de origens não pode e não deve ser questionado.

A quinta e última constatação trazida por Hall (2015) é a de que a identidade nacional é muitas vezes simbolicamente baseada na ideia um povo “original”: “Mas, nas realidades do desenvolvimento nacional, é raramente esse povo [folk] primordial que persiste ou que exercita o poder” (p. 33).

Todos esses elementos somados, colaboram na construção dessa ideia de identidade nacional que permeia a sociedade. Hall ressalta que essas identidades tentam se ‘equilibrar’ entre passado e futuro:

O discurso da cultura nacional não é, assim, tão moderno como aparenta ser. Ele constrói identidades que são colocadas, de modo ambíguo, entre o passado e o futuro. Ele se equilibra entre a tentação por retornar a glórias passadas e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade. As culturas nacionais são tentadas, algumas vezes, a se voltar para o passado, a recuar defensivamente para aquele ‘tempo perdido’, quando a nação era ‘grande’; são tentadas a restaurar as identidades passadas. Esse constitui o elemento regressivo, anacrônico, da história da cultura nacional. (HALL, 2015, p.33)

Essa consideração indica, ainda, a forma como o futebol é ‘trabalhado’ no Brasil, pois esse jogo entre o passado e o futuro, essa rememoração das glórias passadas e o impulso de conquistar mais títulos está presente em muitos discursos midiáticos. Torna-se cada vez mais necessário analisar os conteúdos jornalísticos de cunho esportivo para a compreensão destas e de outras impressões transmitidas.

⁴ Disponível em < <https://super.abril.com.br/blog/oraculo/qual-o-time-de-futebol-mais-antigo-do-brasil/> Acesso em 26 fev. de 2020.

Além das concepções trabalhadas por Hall (2015), para compreender o objeto aqui proposto é interessante também observar os conceitos abordados por Martín Barbero (2004-2009) quando trata dos limites da cultura latino-americana dentro do universo midiático.

A primeira coisa a se levar em consideração é que os estudos de Martín Barbero (2004-2009) não estão restritos ao meio midiático. Na realidade, eles perpassam a sociologia, a antropologia e a comunicação, o que os fazem transdisciplinares e acabam por servir a essas disciplinas de forma híbrida. Segundo o autor, esse hibridismo não significa a solução dos problemas-objeto no campo da comunicação ou de outras disciplinas sociais, “mas a construção das articulações e intertextualidades que fazem possível pensar as mídias e as demais indústrias culturais como matrizes de desorganização e reorganização da experiência social e da nova trama de atores e estratégias de poder” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 249).

Pensaremos aqui a obra dele desta forma, abrangendo diferentes esferas sociais com foco na complexidade dos processos culturais na contemporaneidade e, como os meios de comunicação não se restringem apenas a difundir concepções pré-existentes, como também “ditar” características culturais e políticas. “A mídia não se limita a veicular ou traduzir as representações existentes, nem pode tampouco substituí-las, senão que tem entrado para constituir uma cena fundamental na vida pública. Nas mídias se faz, e não somente se fala, a política” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 321).

Posto isso, Martín Barbero traz contribuições em relação à mudança de enfoque nos estudos sobre a comunicação. A proposta do autor era descentralizar os estudos das lógicas de produção e recepção para, depois, procurar suas relações e propor um debate que se moveria dos meios para as mediações, isto é “para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 261).

Isso sugere um redirecionamento do olhar para além dos meios ou dos receptores. É passar a observar onde estão sendo construídos os sentidos dos discursos, percebendo o “lugar” que permite a compreensão e interação entre os espaços de produção e recepção. A esse lugar ele chama de “mediações”, de onde “provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 294)”.

Enne, Oliveira e Nantes (2018), observando a proposta metodológica de Martín Barbero para estudos de produtos midiáticos, entendem esse lugar das mediações da seguinte forma

Assim, sem perder de vista as estruturas, com o conceito de mediações o autor nos convoca a pensar também o mundo do receptor, suas leituras e práticas,

suas competências [...] Evitando as dicotomias e binarismos, a atenção em relação aos lugares de mediação não esvazia a crítica aos meios de comunicação hegemônicos nem perde de vista as estratégias ideológicas e de dominação política e econômica em torno da indústria cultural na América Latina, mas amplia essa abordagem, permitindo perceber as matrizes culturais que alimentam tais produções, as múltiplas configurações possíveis e o mundo da recepção, em que se estabelecem outros usos e mediações, para além dos pretendidos (ENNE; OLIVEIRA e NANTES, 2018, p. 66).

Partindo dessa compreensão, Martín Barbero propõe três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. O primeiro seria a cotidianidade familiar. Segundo o estudioso, se a televisão na América Latina ainda dispõe da família como unidade básica de audiência é porque ela representa, para a maioria das pessoas, a situação primordial de reconhecimento “e não se pode entender o modo específico que a televisão emprega para interpelar a família sem interrogar a cotidianidade familiar enquanto lugar social de uma interpelação fundamental para os setores populares” (MARTÍN BARBERO, 2009, p. 293). É nesse lugar de conflitos e tensões que os indivíduos se confrontam enquanto pessoas e encontram a possibilidade de manifestar suas frustrações.

Contudo, a mediação que a cotidianidade familiar cumpre na configuração da televisão não se limita ao que pode ser examinado do âmbito da recepção, pois inscreve suas marcas no próprio discurso televisivo. Da família como espaço das relações estreitas e da proximidade, a televisão assume e forja os dispositivos fundamentais: a *simulação do contato*⁵ e a *retórica do direto*⁶. (MARTÍN BARBERO, 2009, p.293)

Dessa forma, a televisão não é só pautada por essa mediação, a cotidianidade familiar, como ‘extraí’ características dela para seu discurso, por meio de estratégias narrativas e discursivas, utilizando os recursos disponíveis ao seu favor, como a imagem como critério de demonstração da realidade. Essa mediação não se restringe a esfera da recepção, já que se insere também no discurso televisivo.

⁵ O autor denomina simulação do contato “os mecanismos mediante os quais a televisão especifica seu modo de comunicação organizando-a sobre o eixo da função fática (Jakobson), isto é, sobre a manutenção do contato. Função que opera não apenas pela dispersão da atenção que se apresenta na cotidianidade privada, diante da concentração da atenção na sala pública e escura do cinema. Trata-se de algo menos psicológico, que talvez requeira o aporte da antropologia para seu estudo, da irrupção do mundo da ficção e do espetáculo no espaço da cotidianidade e da rotina” (p.293).

⁶ Por retórica do direto, o autor entende “o dispositivo que organiza o espaço da televisão sobre o eixo da proximidade e da magia de ver, por oposição ao espaço cinematográfico dominado pela distância e pela mágica da imagem” (p.294).

O segundo lugar de mediação, proposto pelo autor, é a temporalidade social. Esse lugar diz respeito ao tempo de programação televisivo atrelado ao tempo cotidiano que segue a lógica da repetição e dos fragmentos. Esse lugar aponta para como a televisão se liga ao dia a dia dos receptores para a geração de lucro:

O tempo com que organiza sua programação contém a forma da rentabilidade e do palimpsesto, um emaranhado de gêneros. Cada programa, ou melhor, cada texto televisivo remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos [...]. Pode-se falar, então, de uma estética da repetição que, trabalhando a variação de um idêntico ou a identidade de vários diversos, "conjuga a descontinuidade do tempo da narrativa com a continuidade do tempo narrado".!?! O que nos permite retomar o que foi dito sobre a importância do sentimento de duração inaugurado pelo folhetim do século XIX, permitindo que o leitor popular transite entre o conto e o romance "sem se perder". A série e os gêneros fazem agora a mediação entre o tempo do capital e o tempo da cotidianidade. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.296)

Por fim, o autor apresenta um terceiro lugar de mediação, a competência cultural. Esse lugar trata sobre experiência cultural que o indivíduo obtém ao longo da vida através das experiências do cotidiano e também da educação formal. Ao final de uma discussão acerca da característica cultural da televisão, Martín-Barbero conclui que a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. A partir desses gêneros, ela ativa a competência cultural e dentro de seu desenvolvimento dá conta das diferenças sociais que a atravessam. “Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.299).

Partindo desses pressupostos em torno da percepção da cultura e da sociedade a partir do que é composta a televisão, para fins de melhor compreensão do objeto deste trabalho, se faz necessário compreender ainda a constituição dos “heróis” no interior das nações modernas.

2.3 Os heróis nacionais

Dentro de um jogo entre glórias passadas e anseios futuros, figuras denominadas de “heróis” surgem na história. Essas figuras são tidas como verdadeiros “salvadores” das mazelas vividas pela sociedade da época e são tidos como aqueles que mudaram o rumo da história.

Ao pesquisar sobre as mitologias políticas, Raoul Girardet (1987) afirma que uma das mitologias mais fortes ligada à construção dos Estados nacionais e do sentimento de nacionalidade é a do salvador – ou herói se assim o quisermos - pois ele serve para ressaltar não apenas a sua glória, mas a glória do país e dos habitantes pertencentes àquele país. Como ele afirma, o herói é “alguém capaz de reverter a situação vigente, tida como má, e instaurar uma nova era de paz e prosperidade. Ou melhor: não instaurar, mas conduzir o grupo — via de regra, a nação — ao futuro glorioso que de antemão lhe estava reservado” (GIRARDET, 1987, p.20).

Ainda segundo o autor, o cerne da questão está em observar como funciona a passagem do histórico ao mítico, ou seja, em que momentos e a partir de quais estratégias alguém deixa de ser um personagem histórico para se tornar o ‘salvador’, o ‘herói’ de seu tempo. Ele afirma que é um processo quase que misterioso, a absorção desse personagem pelo imaginário coletivo.

Necessidade, portanto, de distinguir a parcela do real e a do imaginário, a parcela da espontaneidade criadora e a da construção intencional. Mas necessidade também de levar em conta o fato de que, estendendo-se no mais das vezes por uma dimensão cronológica bastante ampla, o processo de heroificação pode apresentar-se organizado em vários períodos sucessivos, sensivelmente diferentes uns dos outros por sua tonalidade afetiva (GIRARDET, 1987, p.72).

Além disso, o autor destaca que existem momentos diferentes em que esse salvador é construído na história, o que ele chama de tempo da espera e do apelo, tempo da presença e tempo da lembrança.

Há o tempo da espera e do apelo: aquele em que se forma e se difunde a imagem de um Salvador desejado cristalizando-se em torno dela uma expressão coletiva de um conjunto, na maior parte das vezes confuso, de esperanças, de nostalgias e de sonhos.[...] Há o tempo da presença, do Salvador enfim surgido, aquele, sem dúvida, em que o curso da história está prestes a se realizar, mas aquele também em que a parte de manipulação voluntária recai com maior peso no processo da elaboração mítica. E há ainda o tempo da lembrança: aquele em que figura o Salvador, lançada de novo no passado, vai modificar-se ao capricho dos jogos ambíguos da memória, se seus mecanismos seletivos, de seus rechaços e de suas amplificações (GIRARDET, 1987, p.72).

O processo de ‘heroificação’ acontece, também, de acordo com as necessidades do público a quem ele se destina, já que é uma relação simbiótica: ele é construído por pessoas, que associam a alguém as características que causarão admiração coletiva, para satisfazer as necessidades e aspirações de outras.

Em alguns momentos, essas figuras podem surgir também, quase que espontaneamente, mas sempre tem algo em comum: vão satisfazer as aspirações de um povo em determinado momento da história. José Murilo de Carvalho (1990) entende que os heróis são símbolos, figuras poderosas, são ideias e aspirações encarnadas, pontos de referência, suportes para identificação coletiva e, por esse motivo, esses heróis são instrumentos efetivos para atingir o coração e a cabeça dos cidadãos, servindo a regimes políticos. Segundo o autor,

Não há regime que não promova o culto de seus heróis e não possua seu panteão cívico. Em alguns, os heróis surgiram quase espontaneamente das lutas que precederam a nova ordem das coisas. Em outros, de menor profundidade popular, foi necessário maior esforço na escolha e na promoção da figura do herói. É exatamente nesses últimos casos que o herói é mais importante. [...] Herói que se preze tem de ter, de algum modo, a cara da nação. Tem de responder a alguma necessidade ou aspiração coletiva, refletir algum tipo de personalidade ou de comportamento que corresponda a um modelo coletivamente valorizado. (CARVALHO, 1990, p.55)

Por corresponder a determinados anseios sociais e dispor de características passíveis de admiração e fascínio, o herói se constitui como um ser quase que intocável e de conduta irrepreensível. Suas decisões e atitudes sempre precisam visar o bem comum.

Paulo Miceli (1997) afirma, também, que a criação de heróis nacionais foi algo que sempre existiu, já que as pessoas sempre tiveram interesse uns pelos outros, e que pôr em questão as atitudes de alguém nesse patamar de herói, é questionar a legitimidade de coisas quase que sagradas. O herói teria uma finalidade moralista, desempenhando o papel de coordenar condutas

Deste modo, o herói aparece como responsável pela indicação dos caminhos da humanidade e dos papéis que são destinados aos demais, distribuindo ensinamentos e pregando sua moral num espeço onde é perigoso entrar e quase sempre proibido especular ou ser indiscreto. O herói é herói e ponto final. Discutir seu papel é pôr em questão Pátria, religião, forças armadas, a revolução, o partido – enfim, todas essas coisas sagradas e intocáveis, respeitosa e grafadas com inicial maiúscula e inscritas, com força de herói, na consciência das pessoas. Menos na consciência dos heróis, evidentemente, que só viraram heróis por simbolizar a luta contra as imposições que os oprimiam. (MICELI, 1997, p.10)

Por essa razão, os heróis estão associados às instituições ou partidos, por exemplo. É a ideia de ‘personificar’ as ideias e conceitos de determinada instituição e estabelecer um vínculo de aproximação e identificação por parte das pessoas. Dessa forma, elas se sentem representadas por tais ideais e convicções e estabelecem uma relação de admiração profunda por essa figura heroica e, conseqüentemente, pela entidade que a criou.

No caso específico do Brasil, utilizou-se e utiliza-se do futebol como um dos pontos no qual a identidade nacional brasileira está ancorada. E, para que seja construída essa relação com o esporte e com o país, o próprio governo, marcas, meios de comunicação e outras instituições apropriam-se dos atletas nacionais, dos jogadores da seleção brasileira como essas figuras heroicas que representam a nação, pois “antes de qualquer coisa, o herói da história deve simbolizar a nação, este valor intocável e ambíguo, em nome do qual se faz guerra ou se joga futebol, mata-se ou morre-se, chora-se e encanta-se, orgulha-se e envergonha-se” (MICELI, 1997, p.12).

E justamente por simbolizar a ideia de nação, é que a conduta dos heróis nacionais precisa atender aos anseios de quem o segue. Uma relação é estabelecida e cabe ao herói seguir o padrão que se espera dele, mas isso também configura um risco a sua própria situação.

Esta relação do herói com seus “seguidores” também representa um risco à sua condição, pois tão logo o grupo que se quis representado nele, por qualquer motivo, fique impedido de sustentar esta identificação, o herói será substituído por outro que melhor simboliza a esperança que ele pareceu encarnar. Isso quer dizer que os heróis podem ser produzidos e desfeitos, ao sabor de novos interesses ou paixões (MICELI, 1997, p.12).

Dessa forma, os heróis que temos conhecimento hoje podem não ser, necessariamente, os heróis de amanhã. Mas é certo que as instituições as quais eles estão vinculados, sempre serão representadas de alguma forma e, em grande parte das vezes, por meio de figuras heroicas.

Essas figuras heroicas encontram espaço em diversos tipos de narrativas, mas, sem dúvidas, a mitologia é o seu berço. O mitólogo norte-americano Joseph Campbell, em seu livro “Herói de Mil Faces” publicado originalmente em 1949, dedicou-se a análise de mitos, contos populares e de fadas de todo o mundo:

Em todo o mundo habitado, em todas as épocas e sob todas as circunstâncias, os mitos humanos têm florescido; da mesma forma, esses mitos têm sido a viva inspiração de todos os demais produtos possíveis das atividades do corpo e da mente humanos. Não seria demais considerar o mito a abertura secreta através da qual as inexauríveis energias do cosmos penetram nas manifestações culturais humanas. As religiões, filosofias, artes, formas sociais do homem primitivo e histórico, descobertas fundamentais da ciência e da tecnologia e os próprios sonhos que nos povoam o sono surgem do círculo básico e mágico do mito (CAMPBELL, 1992, p. 7).

Campbell (1992) constatou uma estrutura básica presente nas narrativas míticas, batizada posteriormente de “Jornada do Herói”. Seus estudos estão atrelados as narrativas mitológicas, mas é interessante compreender essa jornada e como ela se apresenta nas mais variadas narrativas contemporâneas, conseqüentemente, nas narrativas jornalísticas⁷, objeto de estudo desse trabalho.

O autor propõe a aventura do herói em 17 etapas, divididas em três fases. Em resumo, elas podem ser compreendidas da seguinte forma: A primeira fase seria a “a partida”. Nessa primeira fase existem as etapas: 1 - O chamado da aventura, um evento que modificará a vida do herói; 2 - Recusa do chamado: a hesitação do herói no aceite do chamado; 3 - O auxílio sobrenatural, exemplificada pela presença comum de figuras-mestras dando ao herói segurança e conselhos para atingir seus objetivos; 4 - A passagem pelo primeiro limiar, existe um guardião que tem a função de defender o portal que separa o herói da experiência e 5 - O ventre da baleia, quando tirado do cotidiano, o herói passa por um processo de internalização.

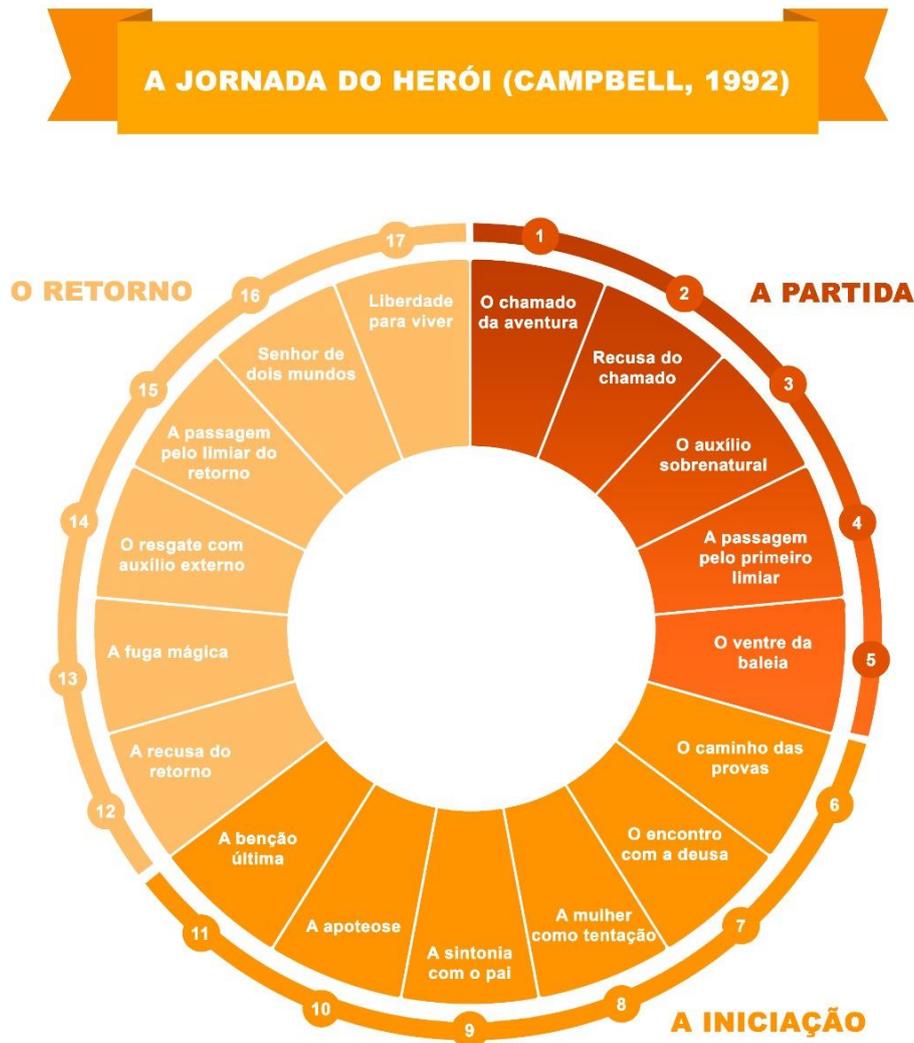
A segunda fase seria “a iniciação”, com seis etapas, dando continuidade às anteriores: 6 - O caminho das provas, o herói passa por dificuldades em seu processo de transformação; 7 - O encontro com a deusa oferece a identificação das qualidades do sexo oposto; 8 - A mulher como tentação, a busca pelo equilíbrio, sem cair nos extremos de ver o sexo oposto como um componente carnal ou exaltá-lo; 9 - A sintonia com o pai, quando ocorre uma interrupção com os valores passados que permite ao herói compreender sua missão no mundo; 10 - A apoteose, quando o herói se abre para mudar sua percepção; 11 - A benção última, seria a conquista do objetivo da aventura do herói.

A terceira e última fase, chamada pelo autor de “o retorno”, contém seis etapas que também são contínuas às precedentes: 12 - A recusa do retorno: o herói pode não querer retornar para transmitir o conhecimento a seus semelhantes por achar que não tem mais lugar no meio deles; 13 - A fuga mágica, alguns heróis precisam de auxílio para retornar ao seu lugar de origem; 14 - O resgate com auxílio externo, o que pode envolver guias e ajudantes para a volta a seu mundo originário; 15 - A passagem pelo limiar do retorno, o reingresso ao cotidiano, retendo a sabedoria recebida na aventura; 16 - Senhor de dois mundos, a figura heroica tem sua mentalidade ampliada o que implica benefícios a seus pares e nos mundos interno e externo, e,

⁷ O professor e pesquisador Edvaldo Pereira Lima (2018) fez uma associação da jornada do herói clássica com seu livro “O mentor: A jornada inspiradora de Roberto Shinyashiki, um homem movido por transformar a vida das pessoas”. No caso desse autor, ele apresenta oito etapas, nas quais servem como sustentação no tratamento de histórias de vida. Porque mesmo que existam diferenciações em relação a cultura e ao tempo das duas propostas, os conceitos de Campbell apresentam padrões que podem ser adaptados a diversos campos do conhecimento.

por fim 17 - Liberdade para viver, renascido, o herói alcança liberdade para viver de forma plena e aberto para novas experiências (CAMPBELL, 1992).

Figura 2 - A Jornada do herói proposta por Campbell (1992)



Fonte: autora (2020).

Campbell (1992) delinea a jornada do herói com uma figura que inicia a trajetória no mundo comum e, de alguma forma, adentra em um “universo externo”, é convidado a participar de uma aventura. Se essa figura aceita o chamado, ele enfrenta um caminho de provações, tarefas que pode ter de encarar sozinho ou com ajuda. Esse herói é submetido a um grande desafio e se propõe a vencê-lo com o auxílio conseguido durante a jornada. Sobrevivendo, esse herói alcança a sua meta que, em muitas vezes, resulta no auto-conhecimento. A figura heroica

precisa decidir, então, se enfrenta a jornada de retorno ao mundo comum e, sendo bem-sucedido no regresso, os benefícios conquistados na jornada são utilizados para o bem de todo o mundo.

O percurso padrão da aventura mitológica do herói é uma magnificação da fórmula representada nos rituais de passagem: separação-iniciação-retorno que podem ser considerados a unidade nuclear do monomito. Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes. (CAMPBELL, 1992, p. 36)

Não são todos os mitos que contém todas essas etapas propostas pelo autor. A jornada de alguns heróis pode ter somente algumas das etapas, enquanto outros podem ter como foco apenas uma delas. Além disso, alguns mitos podem viver essas etapas em uma ordem distinta. Porém, em sua grande maioria, eles têm suas histórias narradas seguindo as estratégias indicadas pelo autor.

Dessa forma, compreendendo a trajetória do futebol no Brasil, os conceitos aqui adotados para nação, identidade nacional e figuras heroicas, passamos a análise prática da narrativa jornalística televisiva, que contém os conceitos até o momento abordados, para dessa forma, desvelarmos as estratégias comunicacionais adotadas pelo narrador, ao construir figuras heroicas associadas ao esporte e à identidade nacional brasileira.

3. Uma análise crítica da narrativa jornalística sobre Neymar Júnior

Para melhor compreensão deste trabalho, se faz necessário entender os aspectos gerais que envolvem a análise, como o produto comunicacional no qual a série de reportagens foi veiculada, bem como a metodologia que será aplicada para análise das reportagens.

3.1 O Jornal Nacional

A primeira edição do jornal Nacional foi ao ar em 1º de setembro de 1969. Foi o primeiro programa em rede nacional gerado no Rio de Janeiro e retransmitido para todas as emissoras da rede Globo. A primeira dupla que ocupou a bancada do Jornal Nacional foram os jornalistas Cid Moreira e Hilton Gomes que, no dia da estreia, anunciaram: “O Jornal Nacional, da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o país”. Cid Moreira encerrou: “É o Brasil ao vivo aí na sua casa. Boa noite” (BONNER, 2009, p.11).

Desde a fala dos primeiros apresentadores, é possível observar que o objetivo do JN era que este se tornasse o principal jornal do país, propósito alcançado em critério de audiência, nos últimos anos. O discurso da relevância do JN para o Brasil, iniciado em 1969 com a fala de Hilton Gomes, é reverberado até hoje pelo seu atual editor e apresentador, o jornalista Willian Bonner, que no seu livro ele explica como o jornal é produzido:

Todo mundo conhece o Jornal Nacional. Todo mundo sabe em que canal da TV ele está e a que horas começa. Todo mundo sabe por que costuma assistir ao JN – e, muito provavelmente, a maioria das pessoas tem, na memória, um momento marcante, inesquecível, de um acontecimento noticiado pelo Jornal Nacional (BONNER, 2009, p.11).

Apesar de não ser possível confirmar ou refutar a afirmação feita por Willian Bonner – como conversar com “todo mundo”? – é importante, através desta declaração, observar a forma como ele, enquanto agente da produção do jornal, encara este produto comunicacional. Bonner segue definindo o JN:

O Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação. Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse do público por eles – mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato (BONNER, 2009, p. 13).

Essa declaração tem características otimistas. Porém, é fundamental observar que realmente o JN foi pioneiro em muitas investidas jornalísticas. Em 1977, Glória Maria foi a primeira repórter a entrar no ar ao vivo, mostrando a saída de carros do Rio de Janeiro em um fim de semana; em 1991, pela primeira vez uma guerra foi transmitida ao vivo na televisão, as imagens eram da guerra do Golfo; em 1994, pela primeira vez uma copa do mundo foi ancorada ao vivo de seu país sede, no caso, os Estados Unidos (BONNER, 2009).

Outros assuntos também foram tratados no Jornal Nacional e renderam retornos importantes para a Rede Globo. Em 2001, o jornal foi indicado ao Emmy internacional pela cobertura dos atentados de 11 de setembro e em 2002 o jornal promoveu, pela primeira vez, rodadas de entrevistas com candidatos à presidência dentro da emissora.

Hoje, o telejornal alcança em média 27 pontos de audiência todos os dias⁸ e poucas vezes foi superado no índice por programas de outras emissoras. É o carro chefe da Rede Globo de Televisão e uma das principais referências de jornalismo do mundo, visto que a emissora é a segunda maior do planeta⁹.

A explanação acerca do telejornal é indispensável para que seja possível a compreensão de como o conteúdo veiculado no JN passa por um rigoroso processo de avaliação e como o próprio veículo compreende o potencial comunicacional que detém.

O objeto de estudo desta pesquisa é uma reportagem exibida no Jornal Nacional, dentro de uma série de reportagens que foi produzida, exclusivamente, para o telejornal, sobre os jogadores da Seleção Brasileira que disputaram a Copa do Mundo na Rússia em 2018. Em virtude da extensa e intensa cobertura de copas do mundo pela Rede Globo, essa série de reportagens, que objetiva apresentar à população os jogadores, tem um elevado grau de importância que o próprio jornal, por si só, já carrega.

⁸ Esse número equivale a quase 20 milhões de pessoas segundo o Ibope. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/04/entenda-como-funciona-a-medicao-de-audiencia-do-ibope-4739225.html>>. Acesso em: 17 set 2019.

⁹ O grupo American Broadcasting Company (ABC) é o maior investidor de mídia nos Estados Unidos e faz da emissora a maior em todo o mundo.

O Jornal Nacional costuma trabalhar assuntos mais extensos por meio de série de reportagens. A intenção das séries é, além de ter mais tempo e espaço para tratar detalhes do assunto, deter a atenção do telespectador na continuidade do conteúdo, como uma espécie de “mininovela”. Nestes 47 anos de JN, foram exibidas cerca de 80 séries de reportagens, de temas variados como, por exemplo, “a Corte portuguesa” e “transporte e trânsito”.

Os desafios de se produzir uma série de reportagens são inúmeros. Além de manter uma cadência nas falas e equilíbrio nos textos, o repórter tem o desafio de fazer com que o telespectador deseje assistir a próxima reportagem da série. Produzir, então, uma série de reportagens sobre os jogadores da seleção brasileira, que estavam disputando o maior evento futebolístico do mundo, para o jornal de maior audiência, da segunda maior emissora de televisão do mundo, foi o trabalho do repórter Tino Marcos.

A série de reportagens intitulada “Perfis” começou a ser exibida na edição do Jornal Nacional de 15 de maio de 2018. Todas as reportagens foram conduzidas por Tino Marcos, de 57 anos de idade, que possui uma larga trajetória em coberturas de eventos esportivos, tendo sido editor-chefe e apresentador do Globo Esporte e participado da cobertura de nove Copas do Mundo. Na série, seu objetivo foi contar a trajetória no esporte e história de vida dos 22 jogadores (titulares e reservas) e do técnico da seleção brasileira que disputou a Copa do Mundo de 2018 na Rússia.

O projeto “Perfis” começou na Copa do Mundo de 2014 quando a série de reportagens narrou histórias dos jogadores da Seleção Brasileira. Na Copa de 2018, o trabalho de gravação da série foi desenvolvido durante nove meses e o repórter Tino Marcos visitou dez países para o projeto.

Para fins de estudo neste trabalho, deteremos a análise da primeira e maior reportagem da série, que trata sobre o atacante Neymar Júnior. É importante destacar que essas reportagens não se assemelham às narrativas construídas acerca de acontecimentos diários do jornalismo, pois estas narrativas, apesar de cunho jornalístico, foram elaboradas em um período de tempo maior e tiveram outra dinâmica de construção.

A narrativa jornalística pode estar em reportagens mais ou menos literárias (soft News), em que o repórter tem maior liberdade para criar. Esse tipo de narrativa jornalística não apresenta problemas para o analista, porque se assemelha às narrativas da tradição, como o conto e a fábula, e sua análise poderá seguir passos semelhantes à análise desse tipo de expressão narrativa (MOTTA, 2013, p.102).

Motta (2013) ressalta que, ao analisar a narrativa jornalística, o indivíduo “poderá observar que o valorativo penetra no descritivo, a ética se infiltra na estética: a vida se transforma em arte (em narrativa dramática) e a arte se converte em um veículo por meio do qual a realidade se torna manifesta e compreensível” (MOTTA, 2013, p.116).

Em se tratando da reportagem, o critério de escolha se baseou primeiro no crivo da titularidade do jogador dentro da seleção (já que a série trata de jogadores titulares e reservas) e, em segunda instância, dentre os titulares, foi escolhida a reportagem que além de tratar sobre o jogador de maior destaque na mídia, é também a reportagem de maior tempo de duração. A seleção dessa reportagem se deu, também, porque a série segue um determinado “padrão” de construção da narrativa, portanto o recorte proposto exemplifica o conteúdo da mesma.

3.2 Discurso e narrativa

Compreender que as narrativas jornalísticas têm objetivos específicos por trás de todo conteúdo é também entender que elas são dotadas de um discurso. Patrick Charaudeau (2018) entende que o discurso está inserido no texto, e os dois termos não são sinônimos, como muitos acreditam. O discurso, portanto, seria a ideia contida no texto, as opiniões e impressões que carrega, o que ele ‘diz’ sobre determinada coisa. O discurso em uma reportagem jornalística, portanto, estaria carregado dessa subjetividade, razão e emoção do jornalista, que antes de tudo, é um ser dotado de sentimentos e intenções.

Segundo o autor, o discurso não é a língua, embora seja com ela que se fabrique o discurso. A língua estaria voltada para sua própria organização e seria um conjunto de regras de conformidade para expressar combinações, formas e rede de relações. Já o discurso está sempre voltado para outra coisa além das regras de uso da língua:

Resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala. É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido. Descrever sentido de discurso, consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre dois polos (CHARAUDEAU, 2018, p.40).

O autor entende que a relação entre diversas frases não constitui, necessariamente, o discurso e o sentido nunca é dado antecipadamente. É preciso que um encadeamento de troca

de frases responde à expectativa da troca linguageira entre parceiros, dentro de uma conjuntura determinada. Uma frase, um gesto ou mesmo uma palavra podem portar um discurso, desde que atendam as condições citadas.

Desta forma, cada texto é atravessado por vários discursos associados a gêneros ou a circunstâncias diferentes. No âmbito da informação, é interessante observar a mecânica de construção de sentido e o efeito de verdade que o discurso pode produzir no receptor.

Segundo o autor, todo discurso representa o mundo ao representar uma relação. No discurso de informação, o sujeito informador só pode construir sua informação consoante os dados da situação de troca. Seria então improdutivo colocar o problema da informação na questão da fidelidade aos fatos ou a uma fonte de informação. Assim sendo, nenhuma informação pode ambicionar a transparência, neutralidade, ou factualidade. Em se tratando de um ato de transação, “depende do tipo de alvo que o informador escolhe e da coincidência deste com o tipo de receptor que interpretará a informação dada. A interpretação se processará segundo os parâmetros que são próprios ao receptor, e que não foram necessariamente postulados pelo sujeito informador” (CHARAUDEAU, 2018, p.42).

Para esse autor, a interpretação se processa na mente do receptor, porém, o sujeito informador trabalha com a questão do efeito de verdade para conseguir alcançar a apreciação pretendida. O efeito de verdade funciona mais como a “crença do que é verdadeiro” do que “ser verdadeiro” necessariamente. No discurso de informação, os efeitos de verdade são modulados seguindo as supostas razões pelas quais uma informação é difundida, os traços psicológicos e sociais daquele que transmite a informação e ainda os meios que o informador mobiliza para provar sua fidedignidade.

Em grande parte dos casos, os meios que esse sujeito que informa utiliza como ideal para uma boa explicação fundamenta-se em remontar à origem dos fatos “a verdade de ordem epistêmica se confunde aqui com o conhecimento original. Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário remetem ao procedimento de elucidação, que diz ‘eis porque as coisas são assim’” (CHARAUDEAU, 2018, p.56). Então recorre-se à palavra de especialistas, capazes de trazer provas científicas e técnicas, ou ainda, a depender do formato do produto midiático, a exposição de diversas opiniões, através de entrevistas, de modo que surja uma verdade em consonância.

Faz-se necessário, ainda, discutir o conceito de imaginário, pontuado pelo autor na citação acima. Para Charaudeau (2017) o imaginário é uma forma de percepção do mundo que surge na prática das representações sociais, a qual “constrói a significação sobre os objetos do mundo, os fenômenos que se produzem, os seres humanos e seus comportamentos,

transformando a realidade em real significante (CHARAUDEAU,2017, p.578). Esse imaginário é resultado de um ‘processo de simbolização do mundo de ordem afetivo-racional’ e é depositado na memória coletiva, que cria valores e justifica ações.

Para que esse imaginário seja qualificado como social, a atividade de simbolização representacional do mundo é construída dentro de uma esfera de prática social, seja ela política, jurídica, religiosa, educativa, dentre outras. Desta forma, torna-se coerente a relação entre a ordem social e as condutas.

Mas, para que esse imaginário seja caracterizado como sócio discursivo ele precisa existir a hipótese de que o sintoma dele é a fala.

De fato, ele resulta da atividade de representação que constrói os universos de pensamento, lugares de instituição de verdades, e essa construção se faz por meio da sedimentação de discursos narrativos e argumentativos, propondo uma descrição e uma explicação dos fenômenos do mundo e dos comportamentos humanos. Ele constrói, assim, de sistemas de pensamento coerentes a partir de tipos de saber que são investidos, por vezes, de pathos (o saber como afeto), de ethos (o saber como imagem de si) ou de logos (o saber como argumento racional). Logo, os imaginários são engendrados pelos discursos que circulam nos grupos sociais, se organizando em sistemas de pensamento coerentes, criadores de valores, desempenhando o papel de justificação da ação social e se depositando na memória coletiva. (CHARAUDEAU, 2017, p. 579)

Para se compreender, portanto, qual nível de generalidade ou de profundidade está situado um imaginário, é necessário compreender que ele ganha características diferentes a depender do domínio em que é configurado (um determinado assunto pode ser considerado benéfico dentro do domínio da política e ‘errado’ dentro do domínio da religião, por exemplo) e, além disso, perceber que os imaginários entrecruzam-se e estão, a todo instante, depositados na memória coletiva.

Para uma breve compreensão do objeto a ser discutido, antes da aplicação da metodologia proposta, é relevante considerar a concepção desse autor que trabalha com quatro tipos de sujeitos presentes no ato de linguagem: sujeito destinatário (TUd), sujeito interpretante (TUi), sujeito enunciador (EUe) e sujeito comunicante (EUc). No que diz respeito ao discurso das mídias, objeto de estudo desse trabalho, o TUd e o TUi estão no campo da recepção, já o EUe e o EUc no campo de produção.

Segundo o autor, o EUc (sujeito comunicante) é um sujeito agente e responsável pela organização do ato linguagem, já o EUe (sujeito enunciador) é um sujeito realizado e instituído na fala, este é quem produz um efeito de discurso sobre o interpretante. Já o TUd (sujeito

destinatário) é um sujeito de fala que é instituído pelo EU e depende dele. O TUi (sujeito interpretante) é um sujeito que age de forma independente do EU e estabelece a si mesmo como sendo responsável pela interpretação que produz (CHARAUDEAU, 2008, p.47).

Charaudeau (2008) defende que escolhas são feitas pelo sujeito falante, no campo da produção que busca o objetivo de alcançar o destinatário ideal, o que o autor vai chamar de visadas: “as visadas devem ser consideradas do ponto de vista da instância de produção que tem em perspectiva um sujeito destinatário ideal, mas evidentemente elas devem ser reconhecidas como tais pela instância de recepção” (CHARAUDEAU, 2004, p.5). Existem diversos tipos de visadas e durante a compreensão de um objeto é possível identificá-las, como veremos mais adiante.

Por isso, para compreender um discurso é necessário considerar as condições de produção desse discurso, quem é o sujeito falante, em qual contexto ele está inserido e quais os saberes mobilizados pelo sujeito falante ao transmitir a mensagem. Com isso, o contrato de comunicação é estabelecido e só a partir dele que o ato de comunicação é reconhecido como válido.

Sobre as concepções apresentadas, Avrella e Carvalho (2018) afirmam que:

Avançando nessa perspectiva, Charaudeau (2006) destaca que a finalidade do contrato de comunicação midiática está numa tensão entre duas visadas: a visada de informação (fazer saber) e a visada de captação (fazer sentir). A primeira tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão. A outra tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência. Segundo Charaudeau, em relação à visada de informação, as mídias estão sempre em confronto permanente com um problema de credibilidade, “porque baseiam sua legitimidade no ‘fazer crer que o que é dito é verdadeiro’” (CHARAUDEAU, 2006, p. 90). O autor complementa destacando que as mídias estão engajadas num jogo de verdade, que consiste em corresponder aos diferentes imaginários sociais que as questionam. (AVRELLA e CARVALHO, 2018, p. 132)

No que se refere aos sujeitos predominantes no discurso, considerou-se comunicante (EUc), o sujeito enunciador (EUe) e o sujeito destinatário (TUd), e o sujeito interpretante (TUi). Com o quadro abaixo, é possível compreender melhor a situação de comunicação na qual os sujeitos do discurso estão inseridos:

Quadro 1 - Sujeitos do discurso

SUJEITOS	DISCURSO
EUC	Sujeito Compósito: Rede Globo de Televisão. Maior emissora do Brasil.
EUE	Tino Marcos. Repórter da Rede Globo de televisão, experiente no jornalismo televisivo. Fã de futebol, ufanista, narrador participante.
TUi	Telespectadores do Jornal Nacional, em sua maioria das classes C,D e E, adultos, homens, trabalhadores
TUd	Torcedores da seleção brasileira de futebol.

Fonte: Autora (2020)

Para uma melhor compreensão do conteúdo da reportagem os quadros e as imagens a seguir ajudarão a compreender, primeiramente, quem é o repórter e os personagens do produto jornalístico e suas principais considerações:

Figura 3 - Tino Marcos, repórter

Fonte: frame extraído da reportagem¹⁰

¹⁰ Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/6738563/>> Acesso em 23 fev. de 2020.

Quadro 2 - Falas do repórter

REPÓRTER	<ul style="list-style-type: none"> - “Neymar. Duas sílabas, seis letras que o mundo do futebol aprendeu a ecoar” - “Espera-se muito de Neymar, desde sempre” - “Viu da cama os 7 a 1” - “ A maior joia do Santos desde Pelé” - “ Em 4 anos, 10 títulos, incluindo uma liga dos campeões da Europa e um mundial de clubes” - “ Até se tornar o jogador mais caro do mundo” - “Foram várias atuações no ‘padrão Neymar de futebol’ - “São oito anos de protagonismo com essa camisa”
----------	--

Fonte: Produzido pela autora (2020)

Sobre o contexto da reportagem, a mesma foi veiculada no jornal de maior audiência da emissora, que é a segunda maior emissora do mundo em índices de audiência¹¹. Quem anunciou a reportagem foi a jornalista Renata Vasconcellos, que diz que a reportagem que será exibida a seguir compõe uma série e que o personagem do qual ela trata é o “maior astro do time”.

Sobre o cenário, percebe-se, ao fundo, uma imagem para exemplificar a matéria que contém as costas das camisas usadas pelos jogadores da seleção. Uma das camisas dispostas na parte central da imagem é a de número 10, utilizada pelo jogador Neymar Júnior.

Durante a reportagem, o sujeito informador evoca o efeito de verdade, primeiro remetendo à origem das coisas, quando conta a história do nascimento e infância de Neymar Júnior, e recorre ainda à palavra de “especialistas” para narrar a história do atleta, nesse caso,

¹¹ Segundo site organizacional que apura ranking nacional. <https://top10mais.org/top-10-maiores-emissoras-tv-mundo/>

os familiares do jogador que são, em teoria, as pessoas mais “qualificadas” para comunicar quem é Neymar Júnior.

Figura 4 - Neymar Júnior, jogador de futebol



Fonte: Frame extraído da reportagem¹²

Quadro 3 - falas Neymar Júnior

NEYMAR	<ul style="list-style-type: none"> - [sobre os amigos] “eu gosto porque consigo me tornar normal perto deles” - “Quando eu faço alguma coisa ela multiplica ou triplica, nem Deus agradou a todos imagina eu” -“Espero ser campeão mundial pelo meu país [...] que é meu objetivo maior”
--------	---

Fonte: Produzido pela autora (2020)

É possível observar nas falas do jogador um discurso que evidencia seu próprio potencial como atacante, ao mesmo tempo em que tenta construir uma imagem que sua carreira é construída dia após dia, como uma saga, que iniciou de forma simples e alcançou grandes proporções.

¹² Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/6738563/>> Acesso em 23 fev. de 2020.

Pode-se observar ainda que, em suas falas, ele sempre remete aos prazeres da vida paralela ao futebol, como estar com amigos e família, coisas que o fazem feliz, e que apesar da fama, ele é uma pessoa simples.

Figura 5 - Rafaella Santos, irmã do jogador



Fonte: Frame extraído da reportagem¹³

Quadro 4 – Falas Rafella Santos

IRMÃ DO JOGADOR	<p>- “Eu e meu irmão a gente tem uma coisa em comum, a gente não gosta de ficar sozinho”</p> <p>- [sobre a falta sofrida que tirou o atacante da copa] “Eu só chorava, chorava e pedia perdão por não ter protegido meu irmão”</p> <p>- “Eu falava mãe, você fez uma máquina, porque esse menino é de outro mundo”</p>
-----------------	--

Fonte: Autora (2020)

Nas falas da irmã o discurso é reforçado. Ora ela enaltece as características do irmão ao dizer que ele “é de outro mundo”, ora assimila a ele características simples como não gostar de estar sozinho. Esse jogo entre ‘um jogador exemplar’ e ‘um garoto simples’ permeia as falas dessa personagem e isso colabora com a construção de um imaginário-sócio discursivo a

¹³ Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/6738563/>> Acesso em 23 fev. de 2020.

respeito da valorização das coisas simples da vida, em relação com a fama e o sucesso na carreira.

Figura 6 - Nadine Gonçalves, mãe do jogador



Fonte: Frame extraído da reportagem¹⁴

Quadro 5 - fala Nadine Gonçalves

MÃE DO JOGADOR	“com 4 anos ele chegou a ter 54 bolas dentro de um apartamento”
----------------	---

Fonte: autora (2020)

A mãe do jogador, apesar de aparecer brevemente na reportagem, tem expressividade. A figura materna por si só já evoca no receptor um imaginário relacionado a carinho, amor e relacionamento. Quando ela conta, mesmo que somente com uma frase, uma parte da infância do atleta, reforça a ideia de que ele “nasceu para o futebol”. E essa fala vindo de quem o criou e, há de se concluir que o conhece muito bem, mais uma vez fortalece a intenção do discurso da reportagem.

¹⁴ Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/6738563/>> Acesso em 23 fev. de 2020.

Figura 7 - Neymar dos Santos, pai do jogador

Fonte: Frame extraído da reportagem¹⁵

Quadro 6 - Falas de Neymar dos Santos

<p>PAI DO JOGADOR</p>	<p>“Não vai dar certo chamar de Mateus”</p> <p>“Não é Mateus não, ‘botei’ de Neymar!”</p> <p>“A gente tinha que transmitir pra ele, olha, por enquanto você é criança, se diverte e esquece os comentários”</p> <p>[Sobre a lesão que tirou o jogador da copa]</p> <p>“ Ele começa a perguntar o porquê, o porquê, tem horas que você como pai também não sabe falar o porquê. E falei, eu não sei”.</p>
-----------------------	--

Fonte: autora (2020)

O pai do atleta, conhecidamente, também é quem gerencia a carreira de Neymar desde o início. Mas na reportagem em momento algum isso fica claro. As falas dele estão relacionadas somente a relação de pai x filho, e não de empresário x jogador. Uma relação que tem influência

¹⁵ Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/6738563/>> Acesso em 23 fev. de 2020.

direta na carreira de jogador de futebol, já que o repórter conta, no início do texto, que o pai de Neymar também era jogador de futebol e passou essa “paixão” pelo esporte para o filho.

Figura 8 - Joclécio, amigo do jogador



Fonte: Frame extraído da reportagem¹⁶

Quadro 7 - Fala de Joclécio

AMIGO DO JOGADOR	“Nós, nós, nós. Vamos fazer algo diferente. Vamos colocar tóis, tóis é nosso grupo de amigos”
------------------	---

Fonte: autora (2020)

A figura do amigo, da mesma forma que da mãe do jogador, também aparece brevemente na reportagem. Com apenas uma frase ele reforça o discurso que vinha sendo criado no off do repórter: Neymar gosta das coisas simples da vida e passar tempo com os amigos, ser “normal” perto deles, é uma das coisas que mais o faz feliz.

Porém, além dessa parte “simples” da vida do jogador, na construção narrativa do repórter, fica evidente também a ideia de que o jogador tem uma expressividade no futebol acima da média. São diversos os momentos em que o talento de Neymar é evidenciado, nas informações da quantidade de títulos adquiridos, das transações financeiras envolvendo o jogador, da quantidade de anos em que “protagoniza” os jogos da seleção e do alto “padrão” criado pelo atacante em sua forma de jogar.

¹⁶ Disponível em < <https://globoplay.globo.com/v/6738563/>> Acesso em 23 fev. de 2020.

Além disso, é evidenciado o fato de que Neymar se tornou conhecido por fazer história em grandes clubes não somente brasileiros, mas também na própria seleção, se tornando o quinto maior artilheiro da melhor seleção do mundo. Ainda segundo o repórter, o nome do jogador, por conta desses feitos, tem sido constantemente ‘ecoado’ por todo o mundo. As considerações feitas por parte do repórter se utilizaram de raros adjetivos. A construção da narrativa se dava mais de forma descritiva do que opinativa, mas com algumas considerações próprias do repórter (quando informa, faz saber) que constrói um discurso específico.

O contrato de comunicação dessa reportagem coloca, de um lado, o Jornal Nacional, personificado na figura de Tino Marcos e, de outro, o telespectador, onde o sujeito produtor tem a atribuição de informar e o destinatário de ser informado. Nesta reportagem, Tino Marcos exerce a função de emitir as informações disponibilizadas em suas pesquisas e produção da reportagem sobre o jogador, mas, além disso, emite algumas opiniões que ele não trata como próprias, e sim como algo de consentimento mundial.

A escolha da TV Globo em selecionar o repórter Tino Marcos para a construção não só dessa reportagem, mas de toda a série, pretende estabelecer um contrato de confiança com o telespectador, visto que o repórter tem uma extensa carreira no jornalismo esportivo, tendo participado da cobertura de mais de seis copas do mundo, como já afirmado anteriormente.

As questões acima observadas circunscrevem-se dentro do que Charaudeau (2004) denomina de visada de informação: “eu quer ‘fazer saber’, e ele está legitimado em sua posição de saber; tu se encontra na posição de ‘dever saber’ alguma coisa sobre a existência dos fatos, ou sobre o porquê ou o como de seu surgimento” (CHARAUDEAU, 2004, p.6)

A partir da compreensão da reportagem e seguindo as concepções propostas por Charaudeau, conseguimos chegar a identificação de um “pano de fundo”, de uma conjuntura da veiculação desta reportagem, bem como dos agentes do fazer jornalístico. Essa discussão abre espaço, portanto, para o início da análise narrativa da reportagem, seguindo a metodologia proposta por Luiz Gonzaga Motta (2013), que em muitos sentidos, corrobora as considerações postas até o momento, tendo como principal foco de trabalho a narrativa.

Motta (2013) propõe uma nova metodologia para a análise de qualquer tipo de narrativa, bem como uma nova teoria sobre a análise da narrativa jornalística. Sua metodologia prioriza a análise de aspectos relacionados às estratégias comunicacionais propostas pelo narrador e a forma como o receptor vai recebê-las, no que ele chama de “coconstrução da narrativa”. Ele defende que:

Diferente das amarras imanentistas, a análise pragmática pretende desvelar quais efeitos de sentido a narração sugere a partir de marcas e pistas criadas em torno das personagens e outras figuras no texto. [...] Interessa descortinar que relação se constitui entre o narrador e a audiência por meio das características premeditadamente impostas às personagens pelo narrado, como a criação de tipos, o uso de estereótipos, de caricaturas grotescas, etc (MOTTA, 2013, p. 183).

O autor afirma que seria inconcebível fazer a análise de um objeto linguístico, neste caso a narrativa, como se ele pairasse isolado no espaço estético ou epistemológico. “A narrativa é apenas o nexos de uma relação entre interlocutores, e são os aspectos dessa relação que interessa compreender” (MOTTA, 2013, p.120).¹⁷

A relação entre emissor e receptor que a metodologia busca entender, para então desvelar as intenções e a forma como as informações e concepções de mundo são propostas e percebidas. O autor descreve essa conexão e aponta quais os critérios necessários para que a comunicação aconteça:

Na análise pragmática parto do pressuposto de que em qualquer forma de comunicação há um contrato implícito entre narrador e leitor, contrato cognitivo entre emissor e destinatário pelo qual o narrador procura garantir a adesão de seu interlocutor destinatário em seu ato de fala. Para que isso ocorra, além de um código (ou idioma) comum, narrador e leitor precisam compartilhar o que alguns autores chamam de contexto extraverbal, que inclui contexto físico (coisas que estão à vista), contexto empírico (estado de coisas que conhecem aqueles que falam, ainda que não estejam à vista), contexto prático (conjuntura objetiva na qual se desenvolve o ato comunicativo), contexto histórico (circunstâncias históricas conhecidas dos falantes) e, enfim, um contexto cultural (tradição e cultura de uma comunidade ou sociedade) (MOTTA, 2013, p. 129).

Vale ressaltar que em nenhum momento o autor afirma que o papel do narrador é mais relevante do que o de destinatário. Apesar do embasamento em outras teorias e metodologias, a todo instante o autor busca evidenciar que o estudo da relação entre as partes envolvidas no processo comunicativo é que irá fazer com que o analista chegue ao objetivo de seu trabalho. Sobre o papel do receptor nesse processo comunicativo, Motta (2013) destaca:

O leitor procede assim: ele procura, a todo momento, dar maior coerência à estória que lê, vê ou escuta. Uma estória sobre um incidente qualquer é compreendida por meio de um processo no qual o leitor constrói uma interpretação de maneira integrada com as intenções originais do narrador –

¹⁷ Observe como as concepções trazidas por Motta assemelham-se as propostas por Charaudeau. Os dois autores entendem que é importante compreender as características e a forma como se dá a relação entre emissor e receptor.

jornalista obtida pela fusão de horizontes, sucessivas conexões significativas que o leitor faz procurando ligações entre os fatos relatados com os seus próprios mundos possíveis culturalmente referenciados, num processo de correferência (MOTTA, 2013, p.100).

Motta propõe então a análise da narrativa ou do plano dramático construído pelo narrador, como ele comumente chama, em três instâncias: plano da expressão (linguagem ou discurso); plano da estória (ou conteúdo) e plano da metanarrativa (tema de fundo)¹⁸. É importante destacar que essas três instâncias ocorrem de forma interligada umas às outras, ou seja, na prática comunicativa corriqueira, os indivíduos não percebem essa divisão, no entanto, a separação é crucial para uma melhor compreensão da metodologia.

No primeiro plano, chamado de plano da expressão é onde o narrador constrói o enunciado narrativo, o texto propriamente dito, e dá a conhecer ao indivíduo a realidade que se quer evocar. Neste plano, o analista pode identificar os usos estratégicos da linguagem para produzir determinados efeitos de sentido, ou seja, quais e de que forma as palavras são utilizadas para produzir comoção, riso, medo, surpresa, dentre outros sentimentos.

O segundo plano é o da estória¹⁹, o plano da significação, em que uma realidade referenciada é evocada no texto narrativo por meio de sequências cronológicas, previamente pensadas, desempenhadas por personagens, aspectos que estruturam o enredo ou trama da estória. Aqui é recomendado que o analista investigue a sintaxe narrativa e até onde ela manifesta uma intencionalidade do narrador, quais os objetivos das ações propostas, o encadeamento delas e a forma como o enredo é composto.

O autor propõe ainda um terceiro plano para análise da comunicação narrativa: o plano da metanarrativa. Neste plano mais abstrato, é onde temas ou motivos de fundo éticos ou morais se unem à história, buscando assim, mesmo que muitas vezes não facilmente percebida, passar um ensino para o receptor. Aqui cabe ao analista identificar a mensagem que se objetivou transmitir e quais os aspectos da narrativa evidenciam esta mensagem.

O autor oferece procedimentos para uma análise empírica que ele aponta em sete movimentos: 1) compreender a intriga como síntese do heterogêneo; 2) compreender a lógica do paradigma narrativo; 3) deixar surgirem novos episódios; 4) permitir ao conflito dramático

¹⁸ Mais uma vez, é possível fazer uma associação à Análise do Discurso proposta por Charaudeau. Enquanto Motta chama de “plano dramático construído pelo narrador”, Charaudeau fala em “estratégias discursivas propostas pelo sujeito informador”. Nos dois casos, tratam da compreensão das técnicas e métodos utilizados por quem informa e da relação estabelecida com quem recebe as informações.

¹⁹ Nomeclatura definida pelo autor da teoria.

se revelar; 5) personagem: metamorfose de pessoa a persona; 6) as estratégias argumentativas e 7) permitir as narrativas aflorar.

Dentro da descrição destes movimentos propostos, o autor, além de indicar e embasar-se nas contribuições para a análise da narrativa de outros autores, detalha de que forma a análise deve proceder para chegar ao objetivo que é compreender a narrativa enquanto “instituição simbólica da realidade, criação interlocutiva de significados” (MOTTA, 2013, p.31).

Enquanto Charaudeau nos fornece o arcabouço teórico, Motta será utilizado aqui a partir da sua proposta metodológica, em função, principalmente, da aplicabilidade desta à narrativa jornalística.

Apesar das reportagens se assemelharem ao conto ou a fábula, ainda assim elas são narrativas jornalísticas, onde se acredita que a ligação entre emissor e receptor não é unilateral. Desta forma, estudar essa relação enquanto narrativa se torna mais relevante quando comparada a uma análise que leve em consideração apenas critérios estruturais do texto.

Outro aspecto referente à metodologia que se faz necessário observar é que o autor defende a ideia de que somos nós quem buscamos o significado da narrativa, nós buscamos o sentido daquilo que se mostra, ainda que possa aparentar o contrário²⁰. À primeira vista, parece que as narrativas apresentam um significado para o leitor, mas é possível observar que somos nós quem dedicamos um tempo à procurar um significado, uma razão para aquilo que lemos/ouvimos. Cabe aqui reforçar, por meio das palavras do próprio autor, o objetivo desta proposta:

Quem narra tem sempre algum propósito: nenhuma narrativa é ingênua, neutra, imparcial; toda narrativa é argumentativa. Quer atrair, seduzir, envolver, convencer, provocar efeitos de sentido. Por isso, na perspectiva pragmática deste livro, estudar toda e qualquer narrativa é descobrir os dispositivos retóricos capazes de revelar o uso intencional de recursos linguísticos e extralinguísticos pelo narrador no processo de comunicação (MOTTA, 2013, p. 196).

Portanto, para fins de análise da forma como o jogador de futebol da seleção brasileira foi apresentado nas telerreportagens da série “Perfis” exibida no Jornal Nacional, se fará uso

²⁰ Mais uma vez é perceptível a semelhança nas concepções propostas por Charaudeau quando afirma que “o sentido nunca é dado antecipadamente. Ele é construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social. O sentido só é perceptível através de formas. Toda forma remete a sentido, todo sentido remete a forma, numa relação de solidariedade recíproca. O sentido se constrói ao término de um duplo processo de semiotização: de transformação e de transação” (CHARAUDEAU, 2018, p.41)

desta metodologia de forma a diagnosticar os recursos linguísticos e extralinguísticos utilizados pelo narrador e de que forma a relação emissor-receptor foi construída.

3.3 Critérios para a análise

As telerreportagens analisadas foram assistidas diretamente do site da Rede Globo, no portal de notícias do Globo Esporte, que disponibiliza, na íntegra, os conteúdos em formato de vídeo, bem como informam a data e o jornal em que elas foram exibidas.

Por *analista*, entende-se alguém que aplica determinado olhar sobre o objeto de estudo, buscando um resultado específico para a pesquisa. O *analista* não consegue se isentar da construção de sua identidade pessoal e do seu conhecimento cultural. “O olhar que lançamos sobre o objeto narrativo a ser utilizado [...] vai modificar esse mesmo objeto” (MOTTA, 2013, p.119).

Sobre o *personagem*, apesar de estarmos tratando de narrativa jornalística, onde os personagens são compreendidos como pessoas reais, aqui ele deve ser entendido como uma figura fabricada pelo discurso. “Por mais real que possa parecer, continua ela, personagem é sempre uma criação, uma invenção do discurso narrativo, mesmo quando baseada em pessoas reais. É um ser que pertence à estória, só existe no enredo e pelo que fazem ou dizem no relato” (MOTTA, 2013, p.173).

Por fim, temos o conceito de *narrador* da história, que não pode ser confundido com o repórter Tino Marcos enquanto pessoa e narrador desta série de reportagens. Além das considerações feitas anteriormente neste trabalho acerca do narrador pós-moderno, aqui, o *narrador* deve ser entendido como uma invenção do autor, produto da criatividade, em que o autor projeta sobre ele seus próprios valores e ideologias. “O autor corresponderia a um sujeito real e empírico fora da estória, enquanto o narrador é compreendido como uma entidade fictícia textual, detentor da voz, a quem cabe enunciar diretamente o discurso” (MOTTA, 2013, p.216). É importante destacar que nem sempre essa diferença autor-narrador x autor-real é facilmente percebida e dividida, muitas vezes essas noções se entrelaçam.

Além disso, o narrador é “personificado” em Tino Marcos, repórter de televisão. Mas a reportagem televisiva é um produto que passa por muitas mãos: produtor, repórter, cinegrafista, editor de texto, editor de imagem, revisor dentre outras, e todos esses sujeitos, acabam por influenciar no resultado final da reportagem. Esclarecidos estes conceitos e métodos, vamos dar continuidade à análise da reportagem.

3.4 – Neymar Júnior – Atacante da seleção brasileira de futebol

Faz-se necessário, em primeiro plano, observar os efeitos estéticos que compõem a reportagem. Um efeito que é bastante utilizado durante toda a reportagem é o *slow motion*, ou seja, os movimentos e ações são vistos em uma duração maior que a natural. Esse efeito é utilizado, principalmente, para mostrar os dribles e gols do jogador. Logo depois que o narrador conta a história do nascimento do atleta, a imagem de Neymar aparece em uma arte, dentro de uma tela de cinema com bastante brilho, o que supõe que ele é um verdadeiro astro.

Em vários momentos, são exibidas imagens fechadas da entrevista que o atleta concedeu para a reportagem, com foco nos olhos e em partes do rosto de Neymar. Além disso, quando contada a sua história – acontece também com a do pai dele – as fotos antigas do atleta vão surgindo e completando uma espécie de álbum de figurinhas. Essa construção parece remeter à ideia de que o atleta é ‘simples’ e ‘grande’ ao mesmo tempo, que é um ser humano comum, que tem uma história, mas que conseguiu alcançar o patamar de ‘astro’. Isso é reforçado na linguagem oral, como vimos e veremos ainda mais nas categorias de análise posteriores.

Outros efeitos estéticos ainda precisam ser abordados. A legenda “820 milhões” surge na tela no momento em que o narrador, no *off*²¹, afirma que ele se tornou o jogador mais caro do mundo. O recurso estético, portanto, reforça o que é dito na linguagem oral e dá a dimensão da importância do jogador. Em outro momento, o jogador aparece caminhando para entrar em campo e a câmera filma as costas do jogador, mostrando o número 10 de sua camisa. Essa imagem, especificamente, é muito mais nítida e tem mais brilho do que todas as outras da reportagem. Em contrapartida, no momento em que são exibidas as imagens que mostram o momento da lesão do atleta que o tirou da Copa do Mundo de 2018, elas carregam um efeito cinzento, com menor cor e brilho.

Existem ainda dois outros efeitos estéticos que valem a pena ser destacados. No momento em que Neymar precisa bater o pênalti que daria a vitória das Olimpíadas à Seleção Brasileira, um holofote é colocado na cena, como o de um teatro, apontando o percurso feito pelo jogador até a marca do pênalti. Nesse momento, transmite-se a ideia da responsabilidade que estava sob o jogador e que ele, naquele momento, era quem ia definir o destino da seleção. Era o “herói” que salvaria o dia e daria a revanche que o Brasil precisava contra a Alemanha, depois do jogo em que o Brasil perdeu por 7 a 1 na Copa do Mundo de 2014. A reportagem

²¹ Na reportagem de TV, o texto narrado por um repórter é conhecido como “off”, que significa locução coberta por imagens.

termina com imagens dele comemorando em super slow motion (depois desse gol que deu a vitória das Olimpíadas à seleção), junto com cenas das entrevistas com a família, que constroem um grande mosaico com a forma do rosto de Neymar. O objetivo foi de mostrar que esses grandes momentos e também as coisas simples da vida formam o atleta que conhecemos.

Nesse primeiro plano, ou *plano da expressão*, é necessário abordar a linguagem utilizada no produto jornalístico. Cabe destacar que o narrador não utiliza uma grande quantidade de adjetivos para passar a ideia de “grandeza” em relação ao atleta, mas algumas construções textuais deixam isso evidente. “ Até se tornar o jogador mais caro do mundo”; “Foram várias atuações no ‘padrão Neymar de futebol’”; “Neymar. Duas sílabas, seis letras que o mundo do futebol aprendeu a ecoar”. Esses recortes deixam explícita essa estratégia. A partir dessas frases, é possível inferir que o jogador tem uma qualidade tão elevada que criou um alto padrão de qualidade no futebol, que praticamente todo mundo conhece ou já ouviu falar sobre ele e que por ser tão bom assim, se tornou o jogador mais caro da história. Tudo isso sem o uso de nenhum adjetivo.

Na realidade, a única vez em que o narrador utiliza um adjetivo em sua fala, é quando afirma que Neymar é “a maior joia do Santos desde Pelé”. Ele foi comparado aquele que é considerado o “rei” do futebol brasileiro, e isso traz uma forte carga emocional à afirmação. Além disso, o narrador fez questão de evidenciar que Neymar não participou da maior “vergonha” que a seleção brasileira já passou, e que já foi citada neste trabalho, ou seja, da derrota por 7 a 1 para a seleção da Alemanha durante a Copa do Mundo do Brasil em 2014. Ele afirma no texto que Neymar “viu da cama os 7 a 1”.

A análise da narrativa passa agora ao segundo plano, chamado por Motta (2013) de *plano da história*. Faz-se necessário identificar o fio condutor da narrativa que, no caso da reportagem em análise, é a ligação do atleta com as coisas simples da vida. No início da reportagem, é explicado como o nome do atleta foi escolhido pelo pai, de forma inusitada (o pai do atleta registrou o filho com o nome dele, e decidiu isso sozinho no percurso entre a maternidade e o cartório). Durante a reportagem, os familiares de Neymar não aparecem como figurantes, pois todo o tempo é evidenciado o vínculo que o atleta possui com os amigos, com a família e que o que faz bem a ele são as coisas mais simples, mesmo ele sendo um “fenômeno” ou uma “máquina”, como afirma a irmã dele na entrevista. Durante a fala do próprio atleta, esse fio condutor fica evidente quando ele afirma que [se tratando do tempo que passa com os amigos] “eu gosto porque consigo me tornar normal perto deles”.

Os pontos de virada²² durante a reportagem também dizem muito sobre os objetivos pretendidos pelo narrador, tendo sido identificados seis durante a reportagem de onze minutos de duração. O primeiro acontece no momento em que o narrador está contando a história de como o nome do atleta foi escolhido, para começar a tratar sobre sua história no futebol. A música suave de fundo encontra o efeito sonoro de “filmes” sendo rodados, que projetam a imagem de Neymar em uma tela de cinema. O segundo ponto de virada acontece quando a música “triumfante” ao fundo, que era utilizada para acompanhar as imagens dos dribles de Neymar, é interrompida, as “câmeras” que transmitiam essas imagens desligam, e o narrador começa a explicar como é o jogador longe dos campos de futebol. O terceiro começa apenas com um efeito comum na edição, um frame de tela em preto para que o narrador comece a falar sobre a relação do jogador com a bola, desde a infância. O quarto ponto de virada acontece quando a música de fundo é alterada mais uma vez e com a fala “a seguir, Barcelona” o narrador começa a contar a trajetória do jogador fora do Brasil. No quinto, as imagens da reportagem são alteradas para tons cinzas e a música de fundo é interrompida bruscamente, para que seja explicada a lesão que tirou o jogador da Copa do Mundo de 2014. O último ponto de virada começa com um efeito de edição, mostrando o estádio em que a seleção brasileira ganhou as Olimpíadas em 2016 e uma música triunfante segue até o final da reportagem, mostrando os gols e as vitórias do jogador.

Motta (2013) sugere que sejam analisados os conflitos existentes na narrativa, ou conflitos de ideias entre os personagens. Segundo o autor, esses enfrentamentos e a forma como eles são colocados dizem muito sobre o ponto de vista do narrador e o objetivo que ele quer alcançar. Na reportagem analisada, não foi detectado nenhum tipo de conflito, porém, isto também diz muito sobre as intenções do narrador.

No processo de comunicação narrativa, o repórter busca apresentar ao receptor um grande “herói”, digno de ser um dos representantes (talvez o maior deles) da nação brasileira no maior evento futebolístico do planeta. Ele constrói a reportagem com personagens que têm uma relação muito próxima com o jogador e que tratam apenas de aspectos positivos dele. Não que haja uma quantidade exagerada de elogios, porém, de forma sutil, todos os personagens conversam no sentido de contar suas impressões semelhantes sobre Neymar, o que demonstra que a falta de conflitos entre esses personagens é proposital: construir uma imagem positiva do atleta.

²² Pontos de virada são incidentes que mudam o curso da ação dramática, criando novos obstáculos ou apontando soluções na maioria das vezes para os protagonistas.

Vale ressaltar que as reportagens da série não tem o “padrão” tradicional das reportagens jornalísticas, de ouvir os dois lados da história, pois, nesse caso, o objetivo é construir um perfil de determinada pessoa, e não precisa existir, necessariamente, “dois lados da história”, como nos acontecimentos diários que viram notícia.

Dessa forma, a tentativa de construir uma figura heroica fica ainda mais evidente. O jogador representa as aspirações sociais e a ele são associadas características para fazê-lo um herói nacional. O intuito de fazer uma reportagem no estilo “perfil”, já delimitando a inexistência de conflitos entre os personagens, também já diz muito sobre o objetivo proposto aqui, desde o capítulo anterior: apresentar quem pode suprir as aspirações da sociedade.

Tratando-se de personagens, faz-se necessário ainda neste plano analisar a função de cada um deles dentro da narrativa. Em um primeiro momento, antes mesmo da entrevista com o próprio Neymar Júnior, conhecemos Neymar, pai do jogador que também cuida da carreira do jogador. Ele conta como foi o processo de escolha do nome e nas outras duas vezes que aparece na reportagem é para tratar sobre a relação paterna que tem com o filho.

Outra personagem que tem falas relevantes de serem observadas é a da irmã do atleta, como já evidenciamos acima. “Eu e meu irmão a gente tem uma coisa em comum, a gente não gosta de ficar sozinho”; [sobre a falta sofrida que tirou o atacante da copa] “Eu só chorava, chorava e pedia perdão por não ter protegido meu irmão”; “Eu falava mãe, você não fez um menino, você fez uma máquina, porque esse menino é de outro mundo”. É possível inferir que a presença dela na reportagem ajuda na construção da imagem de uma pessoa simples e que tem uma forte ligação afetiva com a família, mas, ao mesmo tempo, que é uma grande personalidade no mundo do futebol.

Função parecida tem um personagem que aparece apenas uma vez na reportagem. Joclécio, amigo do jogador, confirma o fato de que Neymar tem uma rede de amigos e que mesmo distante fisicamente, eles têm uma forte relação de amizade. A mãe de Neymar também aparece na reportagem, mexendo nas roupas de criança do filho e contando que ainda pequeno ele já tinha mais de cinquenta bolas de futebol em casa. Essas informações visuais e textuais nos lembram, a todo instante, das características de “menino” do jogador e da forma como ele, desde pequeno, já tinha sua história relacionada com o futebol de maneira “natural”.

Essa naturalização é percebida quando se associa a ele questões com as quais convivemos diariamente. Por exemplo, é comum encontrarmos garotos, ainda pequenos, que gostam de futebol, ou se reúnem com os amigos para jogar futebol. Associar essas características ao atleta, traz essa aproximação com o público, essa naturalidade.

Além disso, o próprio jogador é um personagem da matéria. Ele conta com detalhes suas características pessoais, descreve o que o faz tão diferente no universo do futebol e o que realmente são as coisas mais simples da vida para ele, como estar com os amigos e com a família que o fazem feliz.

Neste segundo plano, outro aspecto deve ser observado: o encadeamento dos episódios e cenas da telerreportagem. O narrador optou por mesclar momentos em que contava a infância do atleta com os momentos em que mostrava as proezas e vitórias conquistadas por ele. O fio condutor dessa narrativa jornalística é mostrar a forma como o jogador, apesar de ter conseguido grandes conquistas no esporte, permanece com uma pessoa simples e valoriza o dia a dia com familiares e amigos.

Chegamos então ao terceiro plano de análise, o *plano da metanarrativa*. Este plano vem ao final não porque ele possa ser separado dos planos anteriores, muito pelo contrário, pois aspectos da mensagem que o autor buscou passar na narrativa estiveram presentes desde o início. Porém, só depois de identificados os aspectos anteriores aqui descritos é que se é possível chegar à conclusão de qual é a metanarrativa implícita. Motta (2013) afirma que:

Alcancamos com esse último movimento o nível da cultura, das significações mais profundas, do plano moral, ético e simbólico, percorrendo todo o círculo hermenêutico. Em outras palavras, estou afirmando que as fábulas contadas e recontadas pelas narrativas cotidianas, por mais simples, ingênuas e profanas que sejam, revelam os mitos mais profundos que habitam as metanarrativas culturais, tipo a individualidade precisa ser respeitada, o crime não compensa, a corrupção tem de ser punida, o trabalho enobrece, a família é um valor supremo, a nação é soberana e assim por diante (MOTTA, 2013, p. 209).

Se fosse necessário resumir em poucas palavras a metanarrativa presente na reportagem, seria “é possível crescer e conquistar grandes feitos na vida e continuar valorizando as coisas mais simples, e que mais tem relevância como a família e os amigos”. Durante toda a reportagem, o narrador demonstrou, por meio da linguagem visual ou verbal, que a família foi o alicerce, o suporte e o apoio de Neymar Júnior durante toda a sua carreira. Além disso, ficou evidente que ele se apegava a essas pessoas quando está fora dos gramados e que, apesar de encontrar essa força e suporte nos familiares, sua relação com o futebol surgiu desde pequeno e de forma “natural”, que está nele desde sempre e que foi desenvolvido e melhorado durante a sua carreira.

Na comunicação narrativa, o repórter buscou evocar no espectador sentimentos de identificação em relação à família e a importância que deve ser dada a essa instituição. Se “a narração de um incidente afeta o sujeito e desencadeia um sentimento nele porque afeta seus

desejos e aspirações, que por sua vez desencadeiam novos sentimentos” (MOTTA, 2013, p.207).

Como a relação com a família e amigos é algo comum e considerado de alto valor na vida da maioria das pessoas, trazer essa referência de que o jogador também pensa dessa forma é evocar no receptor sentimentos de admiração em relação ao esportista e de valorização pelo trabalho que ele desenvolve, e também de reconhecer que as conquistas dele vieram do esforço e da dedicação que ele teve durante a carreira, e que isso é algo que realmente nasceu com ele, um dom, “um poder”.

3.4.1 A jornada do herói

Vale, ainda, apresentar uma percepção da reportagem, apreendida a partir de um exercício desenvolvido por Helal, Mostaro e Lisboa (2016). Os autores buscaram investigar como se constituíram as narrativas de trajetória de vida de Neymar Júnior, em uma reportagem exibida no Jornal Nacional, antes da Copa do Mundo de 2014. Assim como a reportagem analisada neste trabalho, esta traça a história de vida de Neymar Júnior, tendo como narrador o mesmo repórter, Tino Marcos.

Há várias semelhanças entre as reportagens. Nesta de 2014, além de também fazer parte de uma série que tinha como proposta apresentar os jogadores da seleção que disputaram a Copa do Mundo, a reportagem sobre o atacante também foi maior que todas as outras da série. Os autores, então, propuseram transcrever a reportagem e identificar expressões e palavras que aproximavam a narrativa sobre o jogador de duas possibilidades de trajetórias de vidas dos heróis.

Como fruto dessa investigação, Helal, Mostaro e Lisboa (2016) perceberam, portanto, uma semelhança da narrativa ali criada com o que Joseph Campbell (1992) denomina de jornada do herói.

O primeiro quesito a ser analisado é o encadeamento de ações proposto dentro da perspectiva da Jornada do Herói clássico. Um indivíduo “comum” que é convidado a enfrentar um grande desafio, que, depois de aceitar, passa por provações que objetivam retirá-lo de seu caminho. Por não ceder às provações e persistir, ele recebe uma recompensa e alcança seu objetivo final. Os autores entendem, então, que a narrativa sobre Neymar nessa reportagem se aproxima dessa jornada clássica do herói, pois cita as dificuldades que o jogador teve de enfrentar no decorrer da carreira.

No contexto dessa reportagem, as provações apresentadas foram: um acidente de carro que a família sofreu com Neymar ainda criança; um desentendimento entre o atleta e o treinador do time em que jogava na época, o Santos, que pode ter resultado em uma imagem distorcida do atleta e o terceiro desafio apresentado foi a Copa das Confederações de 2013 (torneio que se configura como uma prévia da Copa do Mundo de 2014), quando o jogador precisou vestir a camisa 10 e ir de encontro a desconfiança da torcida. O Brasil foi o campeão desta competição.

Neste caso, Neymar não apenas supera a provação de vencer a desconfiança da torcida, mas conquista a maior glória que até então se apresentou para ele, o título da Copa das Confederações. Aqui é importante afirmar que a obtenção desta glória fomenta entre o público brasileiro a esperança de que o jogador pode ser peça importante na seleção brasileira na tarefa de alcançar uma glória ainda maior: O título da Copa do Mundo de 2014. (HELAL, MOSTARO e LISBOA, 2016, p. 8)

Outro aspecto destacado na reportagem, segundo os autores, está vinculado a narrativa do herói clássico e a relação dos títulos conquistados pelo atleta durante sua passagem pelo Santos, time que o revelou no futebol. Ainda segundo os autores, obteve a conquista de um título da Copa do Brasil e uma edição da Copa Libertadores. “Neste período ele disputou 230 jogos, tendo marcado 138 gols. Com estes títulos, Neymar já ocupa um lugar no panteão de heróis do Santos. Já com a conquista da Copa das Confederações, o camisa 10 da seleção brasileira começa a ser visto como um candidato a herói nacional” (idem).

Os autores também identificam na narrativa características da chamada “brasilidade” atreladas ao jogador, como o discurso que o atleta teria um talento “nato”, evidenciadas, principalmente, na fala da mãe do atleta, ao indicar que ele chegou a ter mais de 50 bolas dentro do apartamento, e que ele se destacou desde o início de sua trajetória no Santos.

Eles chegam a conclusão, portanto, que a narrativa sobre a vida de Neymar mescla elementos do herói clássico com o herói brasileiro. A narrativa se esforça para mostrar as provações e obstáculos superados pelo atleta como lhe imputa as características necessárias para levar o Brasil a ter novas vitórias. Os autores consideram que o episódio que tirou Neymar da Copa do Mundo de 2014 (a lesão na coluna após um choque violento com o jogador adversário), pode ter sido usado para a construção de uma possível narrativa iniciada em 2014, de que o jogador foi impedido de realizar o sonho da conquista do título da Copa do Mundo em razão da violência dos adversários.

Por conta das diversas similaridades entre a reportagem investigada pelos autores, e a analisada neste trabalho, pode-se então realizar um exercício semelhante. Primeiro, identificar

a questão do ponto de origem da narrativa e as provações pelas quais o jogador passou durante a vida.

Essas características são evidentes na reportagem. Primeiro, o narrador situa Neymar na história, contando o caso de seu nascimento e como seu nome foi mudado pelo pai no caminho entre a maternidade e o cartório. Posteriormente, as provações pelas quais o atleta passou são descritas: uma fratura no pé, que levou o atleta a ficar três meses sem jogar, pouco tempo antes da Copa; a substituição de Cavani (jogador admirado do Barcelona, clube europeu) na função de cobrador de pênaltis; e, por fim, a grave lesão na coluna que interrompeu o desempenho do atleta na Copa do Mundo de 2014.

Porém, a narrativa mostra que, apesar das provações, o jogador conquista a vitória. No jogo da final das Olimpíadas de 2016, o Brasil enfrentou a Alemanha (seleção para a qual havia perdido na Copa do Mundo, pelo placar tão comentado de 7x1). A decisão foi para os pênaltis e ficou a cargo de Neymar bater o último. Ele então faz o gol e leva a seleção brasileira à vitória das Olimpíadas que, naquele ano, aconteciam no Brasil.

A conquista de títulos é uma característica presente na Jornada do Herói. O narrador descreve que foram três títulos paulistas no Santos, uma Copa do Brasil e uma Libertadores. No Barcelona (considerado pelo atleta o maior time do mundo) em quatro anos, dez títulos incluindo uma Liga dos Campeões da Europa e um Mundial de Clubes, quando se tornou, então, o jogador mais caro do mundo. Além disso, o narrador cita a quantidade de gols feitos pelo atleta e que ele seria o quinto maior artilheiro da história da seleção brasileira.

Além disso, as mesmas características que os autores encontraram no discurso da mãe do jogador na reportagem que eles analisaram, é identificado nesta reportagem também. Características genuinamente “brasileiras” como o talento com a bola que “já nasceu com Neymar” e o fato de, ainda criança, ter mais de 50 bolas no apartamento.

Fica explícito, portanto, a quantidade de características semelhantes às etapas que Campbell (1992) propõe na Jornada do Herói. Vale ressaltar, ainda, que o autor destaca que não necessariamente as histórias dos heróis seguem todas as etapas propostas por ele, mas, em grande parte das narrativas heroicas, uma ou mais dessas etapas ficam evidentes.

A partir das concepções aqui expostas, fica evidente que o cenário em que a reportagem foi veiculada diz muito sobre o imaginário que se pretendia evocar com ela, uma valorização da simplicidade referente ao atleta e a provocação de um efeito de verdade a partir dos personagens escolhidos, do narrador e tudo o que o compõe e da mídia e Jornal no qual ela foi veiculada. Além disso fica claro que diversas estratégias comunicacionais foram utilizadas para

se construir uma relação com o receptor de modo a alcançar o efeito pretendido e ainda, o encadeamento dos episódios, de forma semelhante à do herói clássico, reforça esse efeito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar sobre as narrativas jornalísticas na atualidade é dar-se conta da conjuntura social em que se vive e fazer o exercício de tentar perceber o quanto de discurso presente nessas narrativas permeia o imaginário. É compreender que conviver, todos os dias, com o fluxo comunicacional existente pode influenciar, muitas vezes em grande escala, no que se pensa sobre determinado assunto. Vale ressaltar, portanto, que o objetivo final das narrativas jornalísticas televisivas é o ganho de audiência por parte da emissora, que conseqüentemente gera lucro.

O objetivo aqui, de forma alguma, foi fazer alusão à antigas teorias de que o que é comunicado chega ao receptor exatamente da mesma forma como foi pensado pelo sujeito informador, mas entender que esse sujeito se vale de estratégias comunicacionais para que o efeito pretendido seja alcançado no fim do ato narrativo.

Dessa forma, esse estudo pode trazer um pouco de luz acerca de quais são essas estratégias e como o uso delas implica em questões sociais bastante complexas e que pretende evocar no receptor sensações específicas.

No primeiro capítulo pudemos discutir os diferentes conceitos de narrativa e como o ato de narrar está em nosso cotidiano. Foi possível compreender também como se configura o narrados na pós-modernidade. Além disso, por meio da discussão da construção das narrativas jornalísticas na televisão foi possível perceber como, desde o início, essa mídia exerce uma grande atuação social e seus conteúdos sofrem influência de diversos fatores.

No segundo capítulo pudemos discutir o conceito de nação e de identidade nacional. Foi visto ainda como a ideia de identidade nacional brasileira está atrelada a história de heróis e que eles são socialmente construídos. Além disso ficou claro que o futebol tem uma grande influência na dita identidade nacional brasileira e que isso não é coincidência. Foi uma estratégia política que vem dando certo há décadas.

Após uma discussão dos conceitos de narrativa, narrador, discurso, identidade nacional e heróis, pode-se perceber que a narrativa em questão, analisada nesse trabalho, buscou evocar no receptor uma relação de admiração em relação àquele em que se propunha contar a história: o jogador da seleção brasileira, Neymar Júnior.

Neymar foi o rosto dado a uma extensa rede de significações que permeou diversas questões. Primeiro percebemos que a mídia (a televisão), a emissora de televisão (Rede Globo), a duração da reportagem (cerca de 11 minutos), o repórter escolhido (Tino Marcos) e o jornal

no qual a reportagem foi veiculada (Jornal Nacional) já diziam muito sobre o efeito pretendido. Primeiro estabelecer uma relação de credibilidade com quem estava assistindo.

A partir dos conceitos de Patrick Charaudeau, pudemos perceber que o discurso contido na reportagem muito tinha a ver com a assimilação do atleta às coisas simples da vida e como a ligação com a família era latente em todo o discurso. Desde o início da narrativa, quando contado que o nome do atleta foi alterado por uma simples vontade do pai a caminho do cartório, até a descrição da relação de Neymar com os familiares, presentes em toda a reportagem, e ainda com os amigos, reforçou essa ideia.

Além disso, pode-se perceber que a narrativa buscou provocar um efeito de verdade no discurso, primeiro por estabelecer um ponto de partida, a descrição do nascimento do atleta, como recorrer a “especialistas” para tratar sobre o jogador, nesse caso, os familiares, que seriam as pessoas mais próximas a ele e conseqüentemente as que teriam maior autoridade para falar sobre Neymar Júnior.

Na aplicabilidade da proposta metodológica, principalmente, as estratégias da narrativa puderam ser melhor compreendidas. Num primeiro plano, pode-se perceber que o uso de efeitos estéticos específicos, como o *slow motion* e ainda o uso de frases e expressões específicas – não necessariamente dotadas de adjetivos – passaram a ideia de “grandeza” em relação ao atleta. Além disso efeitos estéticos – como as cenas da vida de Neymar aparecerem em um telão como de um “cinema” – corroboraram com essa imagem.

Em um segundo plano, pode-se perceber que o fio condutor da história, os pontos de virada, a escolha dos personagens e seus lugares de fala, a falta de conflito entre os discursos dos personagens e o encadeamento dos episódios dentro da narrativa remeteram a um objetivo comum, que foi o de associar Neymar Júnior às questões simples da vida e valorizar sua trajetória que iniciou de forma simples e que ganhou grandes proporções. Além disso foram postos em evidência também, os títulos conquistados por ele até o momento e as dificuldades que ele teve de enfrentar durante a trajetória

No último plano de análise, que é o que permeia toda a reportagem, todo esse discurso foi reforçado. Percebemos que durante toda a narrativa buscou-se evocar no receptor sentimentos de valorização da simplicidade, em paralelo com a valorização dos feitos obtidos pelo jogador.

Posterior a análise, foi feita uma reflexão, por meio do formato da Jornada do Herói proposta por Joseph Campbell, onde foi possível perceber como a narrativa jornalística sobre Neymar estava encadeada de forma muito parecida com a jornada do herói clássico. O narrador buscou mostrar o início de sua trajetória, os percalços enfrentados pelo jogador durante sua

história e como ele venceu esses obstáculos e conquistou grandes vitórias. Fica claro que as dificuldades enfrentadas por ele não o pararam, mas, o tornaram ainda mais “forte” para prosseguir em busca de seus objetivos. No final, fica a sensação que o narrador sugere ao receptor que deposite sua confiança no jogador, na ‘defesa’ da camisa da seleção brasileira, já que a partir do conhecimento de sua trajetória ele teria capacidade para fazê-lo.

Por fim, pode-se inferir, por meio da presente pesquisa, como a identidade nacional, dita como brasileira, está atrelada ao futebol e como as narrativas jornalísticas relacionadas ao esporte trazem grandes contribuições para a construção de um imaginário em torno dessa afirmativa. Pode-se perceber, ainda, que estratégias comunicacionais são utilizadas pelo narrador, para evocar no receptor percepções específicas e ainda construir figuras heroicas relacionadas ao esporte, principalmente ao futebol.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **A narrativa jornalística para além dos Fait-divers**. Lumina, 2000. Disponível em: < <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-Afonso-HP.pdf>>. Acesso em: 28 de novembro de 2016.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo. Companhia das Letras. 2008.

ARAÚJO, Bruno Bernardo de. **A narrativa jornalística e a construção do real**. Disponível em <<http://bocc.ufp.pt/pag/araujo-bruno-a-narrativa-jornalistica-construcao-real.pdf>> Acesso em 10 de fev. 2020.

BARBOSA, Marialva. **Televisão, narrativa e restos do passado**. Compós, 2007. Disponível em: < <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/138/139>>. Acesso em: 30 de novembro de 2016.

BENJAMIN, Walter. O Narrador. In: **Magia e Técnica, Arte e Política** - ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas, volume I. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.

BONNER, Willian. **Jornal Nacional: modo de fazer**. São Paulo: Globo, 2009.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. São Paulo: Cultrix. 1992.

CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas: o imaginário da República no Brasil**. São Paulo. Companhia das Letras. 1990.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução Angela M. S. Corrêa. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2018.

_____. **Linguagem e Discurso: modos de organização**. Tradução de Angela Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor**. Tradução André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. Entrepalavras. Fortaleza. V.7.p. 571-591. Jan./jun. 2017.

_____. **Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual.** In Ida Lucia Machado e Renato de Mello. Gêneros reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte, Nad/Fale-UFMG, 2004.

ENNE, Ana Lúcia; OLIVEIRA, Ohana; NANTES, Joana. **Um “ofício do cartógrafo mestiço”**: a proposta metodológica de Jesús Matín-Barbero como base para um estudo de caso da telenovela mexicana Rubi. Disponível em < <http://periodicos.uff.br/pragmatizes/article/view/27264/15872>> Acesso em 13 de fev. 2020.

FERNANDES, Adélia Barroso. **Estratégias discursivas do pathos na Folha de S. Paulo.** Revista Rumores. v.11.n. 1. Jan/jun 2012. Disponível em < <http://www.usp.br/rumores/pdf/6.pdf>> Acesso em 10 de fev. 2020.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **Brasil, país do futebol?** Revista USP. n° 99. Set/nov 2013. Disponível em < <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/76216/79955> > Acesso em 25 nov. de 2019.

GENETTE, Gérard. **Fronteiras da Narrativa.** In: Análise Estrutural da Narrativa. BRATHES, R.; GREIMAS, A. J.; BREMOND, C.; ECO, U. GRITTI, J.; MORIN, V.; METZ,C.; TODOROV, T. Ed. Vozes: Rio de Janeiro, 1976.

GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas.** São Paulo. Companhia das Letras. 1987.

GOMES, Itânia M^a Mota (org). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo.** Salvador, EDUFBA. 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HELAL, Ronaldo; MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro; LISBOA, Fábio Aguiar. **Construindo um ídolo:** Narrativas sobre Neymar antes da Copa de 2014. Revista Lúdicamente, Vol. 5, N°9, 2016.

HOBBSAWN, Eric J. **Nações e Nacionalismo desde 1780:** programa, mito e realidade. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1990.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, [1997] 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo:** Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente:** narrativa e cotidiano. Rio de Janeiro: Summus, 2003.

MICELI, Paulo. **O mito do herói nacional.** São Paulo. Contexto, 1997.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos** – Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico, Rio de Janeiro: Revan, 2007.

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

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo, Contexto. 2008.

SANTIAGO, Silviano. O narrador pós-moderno. In: **Nas malhas da letra: ensaios**. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

SILVA, Marconi. **A notícia como narrativa e discurso**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, 2007. Disponível em: <
<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/viewFile/5854/5325>> Acesso em: 25 de novembro de 2016.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. Rio de Janeiro: Summus, 1986.

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

TUCHMAN, Gaye. Contando “estórias”. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

ANEXOS

Anexo 1 - Transcrição reportagem Neymar Júnior

Repórter - Foram por causa do emprego, que não era em nenhum dos prédios de Mogi das Cruzes, região metropolitana de São Paulo; foram por causa do futebol.

Neymar, o marido, um ponta-direita rodado. Aos 30 anos, era o reforço trazido pelo União Mogi, da segunda divisão de São Paulo. Mesmo modesto, o contrato era bem-vindo. Neymar e Nadine esperavam o primeiro filho e o nome estava devidamente escolhido.

Neymar Pai - “Meu filho ia se chamar Mateus, né”

Repórter - No dia 5 de fevereiro de 1992, o parto, bem-sucedido, foi aqui, na Santa Casa de Misericórdia e, entre a maternidade e o cartório, nada além de cinco minutos de caminhada, tempo suficiente para algo importante acontecer. No trajeto até chegar aqui, o pai de primeira viagem tomou uma decisão importante.

Neymar Pai - “No meio do caminho, me deu um negócio assim. Vou chamar ele de Júnior. Mateus? Não vai dar certo chamar de Mateus”

Neymar Júnior - “Chegou na hora e ele colocou meu nome de hoje, que é Neymar da Silva Santos Júnior”.

Rafaella Santos (Irmã de Neymar) - “Todo mundo chamando o menino de Mateus, minha mãe já falando Mateus e ele enrolando pra falar”

Repórter - Uma hora, precisou dizer.

Neymar Pai - “Não é Mateus não. Botei de Neymar. Mas só via lágrima saindo do olho dela assim”.

Neymar Júnior - “Ela começou a chorar aí ficou um tempinho sem falar com meu pai”.

Repórter - Neymar: duas sílabas, seis letras que o mundo do futebol aprendeu a ecoar.

Vozes de diferentes narradores de futebol – Neymar! Neymar! Neymar! Neymar! Neymar!
Neymar Júnior! Neymar!

Repórter – Especialidade?

Neymar Júnior - “O que eu mais gosto é o drible, acho que minha maior característica é essa, é um drible, é arrancar”

Voz de narrador de futebol – E o Neymar se manda... Segura o Neymar que eu quero ver! E partiu Neymar! Carregou, cortou, driblou, abusou...

Neymar Júnior – “acho que é o que me faz diferente”

Repórter - E aos que dizem que exagera, que não solta a bola?

Neymar Júnior - “Tenho oito anos, nove anos de carreira, não mudei até agora,

Voz de narrador de futebol – Lindo lance do Neymar!

Neymar Júnior – “Problema é de quem não gosta”.

Repórter - Sem a bola, detesta o jogo solitário.

Rafaella Santos (Irmã de Neymar) - “Eu e meu irmão, a gente tem uma coisa em comum, a gente não gosta de ficar sozinho”

Repórter - As redes sociais sabem disso.

Joclécio (amigo de Neymar) - “Nós, nós, nós. Vamos fazer algo diferente. Vamos colocar tois, tois é nosso grupo de amigos”

Neymar Júnior - “Eu gosto de estar sempre com eles, porque a gente tá dando risada sempre. Eu consigo me tornar normal perto deles. Então, eu saio do Neymar da Seleção, do Paris, e venho a ser o amigo deles”

Repórter - O refúgio emocional é em casa que ele tem.

Neymar Júnior - “É o que me conduz, é o que me faz, né, ser feliz, né, tá com meus amigos, com minha família, com a namorada. Isso me ajuda no meu dia a dia também de trabalho, de tensão, de pressão. Passa [sic] trilhões de coisas na minha cabeça, tenho medos também, tenho receios”.

Repórter - Pressão, por exemplo, para responder à pergunta: depois da fratura no pé direito e três meses de recuperação, que Neymar veremos na copa?

Neymar Júnior - “Cara, não sei, é um momento muito difícil, né? Acho que é um dos mais difíceis que eu já passei, por ser a primeira vez, por estar muito próximo a um sonho que eu tenho, que é a Copa do Mundo. Eu sei que a galera tá um pouco nervosa, mas ninguém está mais do que eu, ninguém está mais ansioso do que eu para voltar, né e ninguém está com mais medo do que eu”

Repórter - Espera-se muito de Neymar. Desde sempre, desde os 2, 3 anos de idade a família já sabia qual seria o brinquedo por muitos e muitos anos.

Nadine Gonçalves (Mãe de Neymar) - “Com 4 anos, ele chegou a ter 54 bolas dentro de um apartamento”

Repórter - Vai ser craque, muitos diziam.

Neymar pai - “A gente tinha que transmitir para ele: olha, por enquanto você é criança, se diverte e esquece os comentários”

Repórter - A maior joia do Santos desde Pelé.

Neymar Júnior - “Quando fala Santos, vem um carinho, um carinho muito grande que eu tenho pelo clube, pela torcida, na cidade onde fui criado, na cidade onde conheci meus amigos, no clube que eu comecei”

Vozes de narradores de futebol – “levitando o jogador do Santos... Aí o Neymar, protegeu, fez o drible, que lance do Neymar! Que golaço! Gol!”

Repórter - Só no time profissional foram três títulos paulistas, uma Copa do Brasil e uma Libertadores. A seguir, Barcelona. Para contar o que aos netinhos no futuro?

Neymar Júnior - “ah, vou falar que eu fiz história num dos maiores clubes do mundo, né, que é Barcelona”

Vozes de narradores de futebol – Olha o gol, olha o gol, gol! Neymar é o nome dele!

Repórter - Em quatro anos, dez títulos, incluindo uma Liga dos Campeões da Europa e um Mundial de Clubes, até se tornar o jogador mais caro do mundo.

Voz de Narrador de futebol – “Is Neymar! Neymar! Sensational!”

Repórter - Foram várias atuações no padrão Neymar de futebol e alguns desgastes também. Por exemplo, na conturbada substituição de Cavani, um dos maiores ídolos da torcida, na condição de cobrador de pênaltis.

Neymar Júnior - “Quando eu faço alguma coisa, ela multiplica ou triplica. Nem Deus agradou a todos, imagina eu”

Repórter - É esse o Neymar que ele projeta para os próximos dois meses. Vestido de amarelo ou azul, jogando a sua segunda Copa do Mundo. São oito anos de protagonismo com essa camisa.

Desde o primeiro jogo, aos 18 anos, dão 53 gols em 83 jogos. Já é o quinto maior artilheiro da história da Seleção. Melhor jogador da Copa das Confederações de 2013, que o Brasil ganhou.

Voz de Narrador de futebol – Gol, gol! Ele... é do Brasil!

Repórter - Ele vinha bem na Copa do Mundo de 2014.

Voz de Narrador de futebol – “Vem carregando Neymar mateu pro gol, olha o gol, olha o gol, gol!”

Repórter - O Brasil já caminhava para a semifinal.

Neymar Júnior - “E, do nada você está de cadeira de rodas, né, sem poder andar.

Voz de Narrador de futebol – Ele tenta um lançamento, ele olha... e é falta em cima dele. E o Neymar sentiu a pancada por trás, quando ele foi matar a bola no peito

Neymar Júnior - Foi horrível, foi horrível, foi um momento acho que cruel”.

Voz de Narrador de futebol – Tá sentindo o Neymar a pancada nas costas...

Rafaella Santos (irmã de Neymar) - “Senti uma dor enorme no meu coração, comecei a chorar desesperadamente”

Repórter - O joelho do colombiano Zuñiga tirou Neymar da Copa.

Voz de Narrador de futebol – O Zuñiga chegou dando uma joelhada nas costas do Neymar

Neymar Júnior - “Pra ir pra casa, doía muito”

Rafaella Santos (irmã de Neymar) - “A gente chegou dentro da van, meu pai falou... Só chorava, chorava, pedia perdão por não ter protegido meu irmão”

Neymar pai - “Você vê que o avião inteiro, a aeromoça tá chorando, a gente tá triste naquele momento e a gente vai embora pra granja. Ele começa a perguntar por que, por quê. Eu falei...Tem horas que a gente como pai também não sabe falar o porquê. Falei: não sei”

Repórter - Viu da cama os sete a um e o Brasil não chegou à final no Maracanã

Voz de narrador de futebol – e a festa de felipã... a festa da Alemanha

Repórter - O estádio onde, dois anos depois, a Seleção Olímpica chegou à final e contra a Alemanha.

Neymar Júnior - “ Uma história de filme né?”

Repórter - De final emocionante: nos pênaltis. Até que o goleiro Weverton parou o chute de Petersen.

Neymar Júnior - “Ele pega o pênalti e tá todo mundo pulando, meio que vibrando né, nossa equipe assim e eu tô meio que levantando pra ir, com uma cara tipo...”

Repórter (em conversa com o jogador) – 50 kilos nas costas...

Neymar Júnior - Tipo, ‘minha vez’. Aí Via o gol muito pequeno, muito pequeno, o goleiro muito grande, eu falava: meu Deus do céu, onde eu vou chutar essa bola? Não sei. Peguei a bola, respirei, coloquei, não olhei mais pro gol, coloquei na marca do pênalti, fui andando pra trás assim, fecho o olho, fecho o olho e abro assim. Eu vejo o gol muito grande, o goleiro muito pequeno, e minha confiança aumentou”.

Voz de narrador de futebol – Autoriza o árbitro, vai dar aquela paradinha dele, deu, partiu, bateu, é gol!

Rafaella Santos (irmã de Neymar) - “Perguntei um dia pra minha mãe: você não fez um filho, fez uma máquina, porque esse menino é de outro mundo. Espero que essa Copa agora seja a melhor coisa que pode acontecer na vida dele”

Neymar Júnior - “Graças a Deus, estou tendo mais essa oportunidade, mais essa chance de tentar ser campeão mundial pelo meu país, que é um sonho que eu tenho desde pequeno, que é o meu objetivo maior, então, eu espero que seja a minha Copa, sim”.