
**FUTEBOL, IMPRENSA E O VILÃO ESPORTIVO:
UM ESTUDO DO CASO RONALDO NA COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA**Everton de Albuquerque Cavalcanti¹
André Mendes Capraro²**RESUMO**

O objetivo deste artigo é analisar e discutir como a Folha de São Paulo retratou a imagem de Ronaldo em sua participação pelo Corinthians na Copa Libertadores de 2010 e 2011, compreendendo a consolidação do vilão esportivo a partir do fracasso no cumprimento de sua tarefa. Metodologicamente, propomos então, uma pesquisa pautada nos pressupostos da história do tempo presente, considerada uma história inacabada, onde o pesquisador vive o tempo do seu próprio objeto. Selecionamos notícias referentes às edições de 2010 e 2011 da Copa Libertadores, nas quais Ronaldo era o tema central das discussões acerca das expectativas e dos fracassos na competição. O momento indicava o atleta como o protagonista que não conseguiu cumprir o que a mídia, os torcedores e o campo esportivo esperavam.

Palavras-chave: Mídia. Atleta. Esporte. Futebol.

ABSTRACT

Football, press and the sportive villa: a study of the Ronaldo case in the Liberators of America Cup

The purpose of this article is to analyze and discuss how Folha de São Paulo portrayed the image of Ronaldo in his participation by Corinthians in the Copa Libertadores 2010 and 2011, including the consolidation of the sports villain from the failure to fulfill his task. Methodologically, we propose a research based on the presuppositions of the history of the present time, considered an unfinished story, where the researcher lives the time of his own object. We selected news related to the 2010 and 2011 editions of the Copa Libertadores, in which Ronaldo was the central theme of the discussions about the expectations and the failures in the competition. The moment indicated the athlete as the protagonist who failed to meet what the media, the fans and the sports field expected.

Key words: Media. Athlete. Sport. Soccer.

1-Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Pantanal-MS, Brasil.

2-Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba-PR, Brasil.

E-mails:
profevertoncavalcanti@gmail.com
andrecapraro@onda.com.br

INTRODUÇÃO

Compreendemos que o futebol transcendeu do amadorismo ao profissionalismo constituindo-se inicialmente como um esporte elitista e perpassando por transformações que o popularizaram até influenciar-se pela globalização que colaborou por defini-lo enquanto espetáculo (PRONI, 1998).

Nesse contexto, notamos uma aproximação do campo econômico, social, cultural, midiático e político com o esporte, explorando-o de maneira a satisfazer relações emaranhadas entre os agentes portadores do poder no futebol (Bourdieu, 1983).

A introdução de profissionais específicos no esporte ocorreu de maneira a atender a demanda econômica e financeira dos recursos gerados pelo futebol, consolidando-o como parte da indústria cultural de entretenimento (Damo, 2001). Essa inserção esportiva enquanto prática mercadológica está interligada ao processo de consumo por meio de bens materiais e simbólicos (Bourdieu, 1983).

Logo, a paixão como elemento constituinte do sentimentalismo implícito no futebol, colaborou para a formação estrutural na qual o mesmo insere-se atualmente e que historicamente o caracterizou como parte da identidade nacional (Ribeiro, 2003). O campo esportivo desde então se apropria de elementos que interseccionam áreas do conhecimento e compreendem sentidos histórico-sociais para algumas discussões contemporâneas.

Nesse emaranhado de relações, a mídia caracteriza-se como um campo de referências que permeiam parte da construção do cenário futebolístico desde sua gênese. E partindo de tal pressuposto entende-se que a colocação do discurso midiático influencia na formação de opinião dos consumidores esportivos, bem como movimenta ações específicas dos agentes detentores do poder no esporte (Miranda e Pires, 2012).

Dentre os agentes que movimentam o futebol no campo esportivo, o atleta pode ser considerado uma referência para as tomadas de decisão dos demais sujeitos que influenciam o esporte. Tanto a imprensa, como os clubes, as federações, confederações, patrocinadores e demais entidades, necessitam transitar pela figura que representa o espetáculo futebolístico como produto final. Possivelmente essa aproximação entre o

atleta com os demais agentes nos ajude a compreender porque o atleta transita entre representações positivas e negativas de acordo com o contexto, influenciando na comercialização do esporte de uma maneira geral (Pires e colaboradores, 2009).

Nessa perspectiva, o jornal é uma das possibilidades de inserção da informação na constituição do esporte espetáculo, este é retratado de acordo com sua formação ideológica, política, social e cultural (Jorge, 2006). Logo, proporciona reflexões, críticas e compreensões específicas sobre o esporte e colabora na formação de opinião dos torcedores.

Objetivamos através deste estudo, analisar e discutir como a Folha de São Paulo retratou a imagem de Ronaldo em sua participação pelo Sport Club Corinthians Paulista na Copa Libertadores da América de 2010 e 2011, compreendendo a consolidação do vilão esportivo a partir do fracasso no cumprimento de sua tarefa.

O vilão caracteriza-se pelo sujeito no qual as expectativas depositadas para realização de uma tarefa são frustradas pelo fracasso. A responsabilidade pela conquista dos objetivos perpassa pelo protagonismo daqueles que possuem capital simbólico adquirido pela experiência em outras aventuras heroicas (Cavalcanti e Capraro, 2011; Costa, 2008).

Logo, a constituição do herói e sua exposição na mídia decorrente das conquistas e títulos, pressupõe a existência do anti-herói, o qual denominamos de vilão esportivo. Metodologicamente, propomos então, uma pesquisa pautada nos pressupostos da história do tempo presente, considerada uma história inacabada, onde o pesquisador vive o tempo do seu próprio objeto (Ferreira, 1998).

Selecionamos notícias referentes às edições de 2010 e 2011 da Copa Libertadores da América, onde realizamos uma análise temática na qual Ronaldo era a referência central das discussões acerca das expectativas e dos fracassos na competição. Obviamente, que pelo período de disputa maior na edição de 2010, as reportagens desta edição abarcaram um período maior de análise e uma quantidade maior de reportagens em relação à edição de 2011, na qual o Corinthians participou de apenas duas partidas.

Na competição de 2010 analisamos quatorze fontes, sendo que na edição de 2011 utilizamos cinco fontes para as análises,

totalizando dezenove fontes, incluindo imagens, manchetes, notícias e crônicas. Em relação ao referencial teórico, nos pautamos no mito heroico (Campbell, 1997) onde o esportista deve perpassar pelo limiar da aventura para a conquista do elixir da vitória, utilizando tais pressupostos como forma de entender o efeito inverso, ou seja, a formação do anti-herói, ou vilão esportivo.

A VILANIZAÇÃO DO HERÓI: COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA 2010

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

Essa representação do atleta na realidade cotidiana do Corinthians pode beneficiar diretoria, dirigentes e comissão técnica, no sentido da responsabilização pelos resultados focalizarem-se na figura de Ronaldo. Tal análise denota que o heroísmo pelo sucesso, ou o vilanismo pelo fracasso, são atribuídos pela mídia de acordo com o capital simbólico de cada agente envolvido no cenário esportivo (Costa, 2008).

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

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

O fato de Ronaldo não ter disputado a competição denota a necessidade de fazer-se conhecer a partir do potencial heroico atribuído pela realização de feitos que ora enaltecem, ora reconstróem sua imagem perante o público, que se identifica com as dificuldades

pelas quais o esportista perpassava (Cavalcanti, Capraro e Souza, 2011; Rúbio, 2010).

É então possível pensar a partir da criação de estratégias discursivas, que visam atrelar a imagem do atleta ao sucesso ou ao fracasso. O capital simbólico (Bourdieu, 1983) favorece a exposição da imagem, tanto pelo enaltecimento, quanto pela polêmica, tornando-se um porto seguro para que o jornal crie o cenário esportivo de maneira que caracterize a narrativa em uma lógica espetacularizada (Damo, 2001).

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

A utilização de termos que amplificam a representação do atleta no cenário esportivo tornou-se uma estratégia recorrente por parte do jornal. Ao referir-se a Ronaldo como “principal astro”, o jogador é identificado como protagonista, estrela, herói (Marques, Gutierrez, Almeida, 2008).

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

Ao repatriar Ronaldo, o clube estava ciente de que as atenções da mídia se voltariam para o esportista. Sua trajetória consolidada (Rúbio, 2010) proporcionaria repercussão acerca do seu retorno ao futebol brasileiro, o que estaria atrelado à imagem do Corinthians.

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

O discurso da imprensa caracteriza-se nos interesses comerciais da instituição, apresentando-se de acordo com o contexto no qual os fatos se inserem. As estratégias também podem ser modificadas a partir das ações do campo esportivo, especificamente de agentes com capital simbólico capaz de alterar a realidade social, na qual determinadas situações são retratadas (Cavalcanti, Capraro e Souza, 2011).

Notamos que o futebol tem se consolidado como uma metanarrativa, na qual a mídia narra os fatos apresentando heróis e vilões nas histórias. Essa característica do esporte moderno readaptou a forma de transmissão, enquadrando-se no modelo globalizado e espetacular que rege a realidade do campo esportivo (Bourdieu, 1983; Rúbio, 2001).

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

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

As dificuldades impostas pelo desafio fazem o sujeito oscilar entre a possibilidade do sucesso e do fracasso (Rúbio, 2002).

A mídia propõe um discurso que se adequa as perspectivas do entretenimento, agregando-se como parte da cultura nacional, que se utiliza do folhetim e do sentimentalismo implícitos nesse processo histórico pelo qual perpassa o futebol (Costa, 2011).

Como parte dessa cultura comercializável – que perfaz o futebol como algo que afeta a realidade dos sujeitos sociais, os quais se identificam com a prática torcedora –, a figura do atleta consolidado é retratada constantemente na Folha de São Paulo.

O jornal oscila entre elogio, crítica, polêmica e enaltecimento, interligando os fatos relacionados ao Corinthians com a figura de Ronaldo. Na partida frente ao Club Cerro

Portenô do Paraguai, relatou-se: “[...] o maior artilheiro das Copas decretou o resultado que fez sua equipe chegar a sete pontos em nove possíveis e em situação confortável na liderança do grupo 1 da competição” (Folha de São Paulo, 2010).

As expressões utilizadas para retratar a narrativa apresentam a consolidação da construção da notícia, a partir da criação de histórias que se utilizam dos fatos de acordo com o interesse da instituição que escreve (Orlandi, 1994). Observamos, então, que a representação do esportista está atrelada a sua capacidade de afetar a cultura midiática.

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

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

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

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

Ao final da primeira partida pelas oitavas de final da competição continental, o jornal criticou a atuação de Ronaldo,

afirmando que o mesmo estava em condições físicas precárias, sem efetividade no ataque e omissão no transcorrer da derrota para o Flamengo (Rangel e Matos, 2010b).

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

A responsabilidade pela derrota é determinada pela mesma lógica do protagonismo da vitória. A mídia recai sobre o atleta do qual se esperava desempenho compatível com seu potencial, bem como com a expectativa gerada devido ao credenciamento por feitos heroicos anteriores. Ao analisarmos a cultura esportiva brasileira, a partir do imediatismo dos resultados e da elaboração do discurso de acordo com o contexto que se apresenta, percebemos que as críticas são compatíveis com a constante reelaboração das estratégias discursivas, na construção da narrativa.

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

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

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

O contexto apresenta-se desfavorável a estratégias discursivas, que possibilitam a construção de um cenário a partir do

heroísmo. A derrota enfatiza outros valores narrativos que afetam a cultura midiática espetacularizada, atingindo o objetivo comercial do campo futebolístico (Costa, 2008).

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

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

O desempenho individual satisfatório atrelado à derrota é o resultado do fracasso. O heroísmo pensado na lógica do entretenimento é a vitória, independente do merecimento. O vilão é reconhecido pela caracterização da decepção, da falha, da falta de algo que concretizasse a expectativa pelo sucesso no desafio (Cavalcanti, Capraro e Souza, 2011).

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

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

A IMAGEM DO FRACASSO: COPA LIBERTADORES DA AMÉRICA 2011

A partir da identificação do heroísmo como algo instituído na cultura de mídia, por meio de histórias que privilegiam o

protagonismo individual, notamos que a lógica da vilanização segue o mesmo padrão de análise. Há, então, uma necessidade da mídia em superdimensionar o vencedor e desvalorizar o perdedor, interligando as características da espetacularização do esporte às estratégias midiáticas e à transformação da identidade futebolística brasileira a partir do entretenimento (Marques, Almeida e Gutierrez, 2007).

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

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

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

RONALDO APÓS A PRIMEIRA PARTIDA FRENTE O TOLIMA

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

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



Fonte: Folha de São Paulo de 27 de janeiro de 2011.

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

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

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

Pacaembu e o risco de eliminação precoce é uma situação que torcedores, dirigentes e demais integrantes da comissão técnica do Corinthians, esperavam que o esportista resolvesse (Fernandez, 2011).

O foco retrata um contexto desfavorável ao atleta em termos de exposição midiática. Após o início da pré-temporada, com a preparação prejudicada pela falta de manutenção da condição física e o planejamento inadequado, as condições para um dos confrontos relevantes do ano eram precárias.

Entretanto, como o futebol trata de responsabilizar (Leogrande, 2010) os sujeitos de quem se espera um rendimento compatível com as experiências anteriores, busca-se no protagonista essa representação de solucionador dos problemas.

Ainda antes do confronto frente aos colombianos, o jornal destacou na primeira página do editorial de esportes uma imagem de Ronaldo descendo do avião. Relatou-se a falta de gols na temporada e a ênfase da repercussão do resultado na figura do esportista, expressa na seguinte afirmação: “Ronaldo luta para não dar adeus a Libertadores” (Folha de São Paulo, 2011).

RONALDO NO DESEMBARQUE NA COLÔMBIA



Fonte: Folha de São Paulo de 1º de fevereiro de 2011.

A utilização de fotos, como forma de ilustração do conteúdo, é algo complexo e deve ser pensado a partir das estratégias de aplicação do discurso não verbal. O objetivo da Folha de São Paulo nesse procedimento é afetar o público através da visualização, sentido que também altera o estado emocional dos sujeitos que acompanham a notícia (Souza, 1998). O que corrobora com a ideia de que a ilustração não é complemento do jornal, mas parte do discurso que visa transmitir uma

informação específica, em um contexto que privilegie os interesses da cultura de mídia (Mauad, 1996).

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

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

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

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

Ser o foco das críticas é algo comum na carreira de um atleta, que se caracterizou por oscilar entre o sucesso e o fracasso. Entretanto, escolher Ronaldo como protagonista perpassa por uma estratégia comercial, que não é assumida publicamente devido à necessidade de manter uma imagem profissional, no que tange a elaboração da notícia.

Após a derrota Corintiana para o Tolima, o jornal ilustrou a capa do editorial de esportes com uma foto de Ronaldo cobrindo o rosto como se estivesse com vergonha do resultado. A imagem, que focaliza o atleta, tem como pano de fundo uma faixa da torcida local com a expressão “Profecia”. O periódico afirmou, ainda, que o Corinthians fracassou na Colômbia, perdeu nova oportunidade de

conquistar a Libertadores e entrou em uma crise (Folha de São Paulo, 2011).

RONALDO APÓS A ELIMINAÇÃO NA LIBERTADORES



Fonte: Folha de São Paulo de 3 de fevereiro de 2011.

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

A foto, publicada no dia seguinte à partida, demonstra a responsabilização do atleta pelo fracasso, justificando que o cenário jornalístico pode ser construído através do heroísmo e do vilanismo, de maneira que ambos os conceitos são interessantes na construção da narrativa do futebol (Costa, 2008).

Enfatizar a derrota na figura de Ronaldo é mitificar a trajetória do esportista que se caracteriza pela superação, já que se tornou um exemplo da oscilação entre vitória e derrota. O vilão, tanto quanto o herói, afeta o sentimento do leitor, haja vista que demonstra a natureza humana do atleta, aproximando-o daqueles que se identificam com o seu sofrimento (Helal e Soares, 2001).

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

responsabilidade pelo resultado (Silva e Rúbio, 2003).

CONCLUSÃO

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

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

A representação do atleta, construída por suas conquistas anteriores, permeia a necessidade por novas vitórias que venham suprir o desejo de sucesso do torcedor.

Nesse sentido, as derrotas em ambas as edições da competição continental enfatizaram o vilanismo na figura de Ronaldo, retratando-o como o símbolo do fracasso corinthiano no ano do centenário do clube, em 2010, e no vexame correspondente à eliminação da primeira fase do torneio, em 2011.

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

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

REFERÊNCIAS

1-Bastos, M.; Fernandez, M.; Bueno, R. Folha de São Paulo. São Paulo. 6/05/2010. p. D1.

- 2-Borelli, V. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: Intercom/2002. XXV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação. Salvador. p. 1-22. 2002.
- 3-Bourdieu, P. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero. 1983.
- 4-Campbell, J. O herói de mil faces. São Paulo: Editora Pensamento. 1997.
- 5-Cavalcanti, E. A.; Capraro, A. M.; Souza, D. L. "Cai o pano": uma análise do encerramento da carreira de Ronaldo "fenômeno" a partir de duas mídias digitais esportivas. Movimento. Vol. 17. Núm. 3. p. 175-192. 2011.
- 6-Costa, L. M. A trajetória da queda: as narrativas da derrota e os principais vilões da seleção brasileira em Copas do Mundo. Tese de Doutorado em Letras. Departamento de Letras. UERJ. Rio de Janeiro. 2008.
- 7-Costa, L. M. Futebol folhetinizado. A imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia. Logos 33 Comunicação e Esporte. Rio de Janeiro. Vol. 17. Núm. 2. 2010.
- 8-Costa, L. M. Notícias esportivas. Entre o jornalismo e a literatura. Anais do Silel. Uberlândia. Vol. 2. Núm. 2. p. 1-16. 2011.
- 9-Damo, A. S. Dom, amor e dinheiro no futebol espetáculo. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 23. Núm. 66. 2008.
- 10-Damo, A. S. Futebol e estética. São Paulo em Perspectiva. São Paulo. Vol. 15. Núm. 3. p. 82-91. 2001.
- 11-Fernandez, M. Folha de São Paulo. São Paulo. 12/01/2010. p. D2.
- 12-Fernandez, M.; Galdieri, P. Folha de São Paulo. São Paulo. 24/02/2010. p. D1.
- 13-Fernandez, M. Folha de São Paulo. São Paulo. 29/01/2010. p. D3.
- 14-Fernandez, M. Folha de São Paulo. São Paulo. 1/02/2011. p. D4
- 15-Ferreira, M. M.; Amado, J. Uso e abusos da história oral. Rio de Janeiro: Editora da fundação Getúlio Vargas. 1998.
- 16-Folha de São Paulo. No chão. São Paulo. 01/02/2011. p. D1.
- 17-Folha de São Paulo. Fim. São Paulo. 03/02/2011. p. D1.
- 18-Folha de São Paulo. Pacaembu verá time perto do ideal. São Paulo. 31/01/2010. p. D3.
- 19-Folha de São Paulo. Ronaldo tem retorno adiado por precaução. São Paulo. 06/02/2010. p. D2.
- 20-Folha de São Paulo. Ronaldo volta a marcar, e Corinthians vence fora. São Paulo. 18/03/2010. p. D1.
- 21-Folha de São Paulo. Para esquecer. São Paulo. 27/01/2011. p. D1.
- 22-Helal, R. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. Revista Alceu. Vol. 7. Núm. 4. p.19-36. 2003.
- 23-Helal, R.; Soares, A. J. A invenção do país futebol: Mídia, raça e idolatria. Rio de Janeiro: Mauad. 2001.
- 24-Jorge, T. M. A notícia e os valores-notícia: O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. Unirevista. Vol. 1. Núm. 3. 2006.
- 25-Kfourri, J. Folha de São Paulo. São Paulo. 29/04/2010. p. D3
- 26-Leogrande, A. (Org). Ogni maledetta domenica: otto storie di calcio. Minimum fax: Roma. 2010.
- 27-Marques, J. C. O mito construído, destruído e restituído - o caso cíclico de Ronaldo fenômeno. Intercom/2005 - XXVIII Congresso Brasileiro. Rio de Janeiro-RJ. Brasil. 2005.
- 28-Marques, R. F. R.; Gutierrez, G. L. Almeida, M. A. B. O esporte contemporâneo e o modelo de concepção das formas de manifestação do esporte. Conexões. Vol. 6. Núm. 2. 2008.
- 29-Mauad, A. M. Através da imagem: fotografia e história - interfaces. Tempo. Rio de Janeiro. Vol. 1. Núm. 2. p.73-98. 1996.
- 30-Miranda, L. V. T.; Pires, G. L. Reconstruindo a imagem/identidade da seleção brasileira de futebol: a "era pós-

Dunga” na mídia. Revista da Alesde. Vol. 2. Núm. 1. p.17-34. 2012.

31-Muller, L. O herói: todos nascemos para ser heróis. São Paulo: Cultrix. 1987.

32-Orlandi, E. P. Discurso, imaginário social e conhecimento. Em aberto. Vol. 14. Núm. 61. p. 53-59. 1994.

33-Proni, M. W. Esporte-espetáculo e futebol-empresa. Tese Doutorado em Educação Física. Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Campinas. 1998. 262p.

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

35-Pires, G. L. (Organizador). “Observando” o Pan RIO/2007 na mídia. Florianópolis: Tribo da Ilha. 2009.

36-Rangel, S.; Mattos, R. Folha de São Paulo. São Paulo. 28/04/2010. 2010a. p. D1.

37-Rangel, S.; Matos, R. Folha de São Paulo. São Paulo. 29/04/2010. 2010b. p. D1.

38-Ribeiro, L. C. Brasil: futebol e identidade nacional. Revista Digital. Buenos Aires. Núm. 56. 2003.

39-Rúbio, K. A identidade do atleta e sua relação com o mito do herói. III Congreso de La Sociedad Iberoamericana de Psicología del Deporte. Bogotá. p. 63-75, 2010.

40-Rúbio, K. O atleta e o mito do herói: O imaginário esportivo contemporâneo. São Paulo: Casa do Psicólogo. 2001.

41-Rúbio, K. O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo. Revista Eletrônica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona. Vol. 6. Núm. 119. 2002.

42-Silva, M. L.; Rúbio, K. Superação no esporte: limites individuais ou sociais? Revista Portuguesa de Ciências do Desporto. Porto. Vol. 3. Núm. 3. p.69-76. 2003.

43-Souza, T. C. C. Discurso e imagem: Perspectivas de análise não verbal. Ciberlegenda. Rio de Janeiro. Vol. 1. Núm. 1. p.1-10. 1998.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho contou com o apoio financeiro da CAPES.

Recebido para publicação em 14/03/2019

Aceito em 21/04/2019