

Discurso do Protagonismo: análise de discurso e conteúdo da cobertura do *Globoesporte.com* durante a Copa América de 2015¹²

Luiz Fernando Rodrigues LEMES³

Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Como principal esporte praticado no mundo, o futebol sempre despertou a atenção dos brasileiros e, com a realização de grandes competições nos últimos anos no País (Copa das Confederações de 2013, Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016), o tema tem sido ainda mais abordado na academia. Este trabalho analisa a abordagem do *Globoesporte.com* sobre o protagonista Neymar na Seleção Brasileira durante a Copa América de 2015, levando em consideração as categorias personalização, memória, questionamento e fanatismo. Também é de fundamental importância a análise dos textos jornalísticos por meio dos apelos discursivos (moral, racional e emocional) como meio para explicar a Neymardependência da Seleção Brasileira e do discurso jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso; Jornalismo; Jornalismo Esportivo.

A construção do discurso do Jornalismo Esportivo

O futebol é o esporte mais praticado no mundo com mais de 240 milhões de praticantes, segundo a FIFA, e é o que mais está presente em discussões na população brasileira. No continente Sul-Americano, o exemplo se repete e se destaca pelo grande potencial de realizar mudanças econômicas e sociais. Com isso, o jornalismo aproveita a popularidade desse esporte para conquistar uma grande massa por meio de uma linguagem que mistura a literatura (dramaticidade, suspense, entre outros) e a racionalização do discurso (utilização de dados e números, entrevistas com profissionais etc.).

A maneira de comunicar no jornalismo esportivo se diferencia das demais editorias, como a de política e economia. Com mais liberdade para utilizar uma linguagem com gírias, jargões e construções características da área, o jornalismo esportivo ainda encontra maneiras de abordar histórias de superações, transformando atletas em ídolos ou vilões. Com uma breve pesquisa na internet, é possível encontrar notícias sobre pessoas que saíram da extrema pobreza na África ou das favelas brasileiras e se tornaram grandes futebolistas, como o atacante Ronaldo

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

² Este artigo é um recorte do Trabalho de Conclusão de Curso “Discurso do Protagonismo: Análise de Conteúdo e Discursivo do site *Globoesporte.com* sobre a campanha da Seleção Brasileira na Copa América 2015”, sob a orientação do Professor Dr. Rogério Pereira Borges, apresentado no dia 7 de dezembro de 2015, aprovado com nota máxima.

³ Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela PUC Goiás, e-mail: luizfernando.bvg@gmail.com.

Nazário, e de pessoas que se transformaram em grandes “vilões” por *doping* ou por se envolver em manipulação de jogos, como o ex-árbitro Edilson Pereira de Carvalho⁴.

Segundo Coelho, o jornalismo esportivo leva em consideração, na construção de sua linguagem, um método para a compreensão das grandes massas, com discursos que não são comuns no jornalismo tradicional. Assim, o texto jornalístico constrói mitos, lendas, heróis e vilões com elementos que são característicos da literatura.

História bem contada, com pitada de romance. Coisas assim fizeram de Pelé mais do que o maior jogador de futebol de todos os tempos. Transformaram-no em eterno mito. [...] Entre a lenda e a verdade, a literatura vai sempre preferir a lenda. O jornalismo deve preferir a verdade. O que pode indicar que o tipo de crônica citada acima [referente ao ‘mito Pelé’] não era exatamente, jornalismo. (COELHO, 2004, p. 18)

Apesar disso, o jornalismo esportivo, assim como as demais editorias, segue um “contrato de leitura” defendido por Verón (2005). Com base nessa definição, o jornalismo mantém uma relação de confiança com o seu público, de modo que o primeiro tem como objetivo fazer com que este último creia naquilo que está sendo veiculado. Para isso, o responsável pelo conteúdo do Jornalismo Esportivo deve seguir as mesmas bases do jornalismo tradicional de apuração dos dados e verificação da verdade dos fatos. Apesar disso, DaMatta (1982) destaca que o jornalismo esportivo sofreu, desde os primórdios de sua prática, com a relutância de alguns profissionais sobre a sua atividade, pois a maioria acreditava que essa editoria era incapaz de decidir o rumo do País, reduzindo a importância em relação às demais editorias, como as de política e economia. Portanto, eram classificados como uma atividade de entretenimento e diversão do público.

Entretanto, citado por Cortez e Marques (2014), DaMatta acredita que o futebol brasileiro permite que a população seja capaz de se expressar através dos sentimentos e das emoções, ultrapassando a mera esfera do entretenimento.

Se, de fato, carnaval, religiosidade e futebol são tão básicos no Brasil, tudo indica que diferentemente de certos países da Europa e da América do Norte, nossas fontes de identidade social não são instituições centrais da ordem social, como as leis, a Constituição, o sistema universitário, a ordem financeira, etc., mas certas atividades que nos países centrais e dominantes são tomadas como fontes secundárias e liminares de criação de solidariedade e identidade social. Assim é a música, o relacionamento com os santos e espíritos, a hospitalidade, a comensalidade e, naturalmente, o carnaval e o futebol, que permitem ao brasileiro

⁴ Disponível no Globoesporte.com: < <http://globoesporte.globo.com/sp/futebol/noticia/2015/06/pivo-da-mafia-do-apito-processa-ex-sofre-sem-emprego-e-mora-com-mae.html>>. Acesso em: 3 abr. 2016.

entrar em contato com o permanente de seu mundo social (DAMATTA *apud* CORTEZ e MARQUES, 2014, p.3-4).

De fato, DaMatta (1982) coloca o futebol, no Brasil, como um dos assuntos mais importantes em uma pauta de discussão. Dividindo os temas das conversas entre brasileiros em falados e discutidos, o antropólogo afirma que “existem coisas, eventos e fenômenos que só podem ser discutidos. Entre eles, cito como dos mais característicos, política e futebol” (DAMATTA, 1982, p. 27). Aqui, fala-se de dinheiro e de mulher, mas o esporte mais praticado pelos brasileiros envolve tanta paixão e seriedade, que é elevado à condição de tema a ser discutido, não falado.

DaMatta pontua a relevância que o futebol tem na cultura brasileira de tal modo que ressalta que o extracampo é capaz de decidir e alterar o destino das partidas. Em terra em que o craque se transforma em “feiticeiro” e seus dribles em “magia”, os torcedores se transformam também em “atores” com ações místicas e sobrenaturais capazes de definir a sorte ou o azar de um campeonato, destacando-se como um dos integrantes principais do prélio esportivo. Assim, o futebol, se comparado com o teatro, passa a ter um cenário maior do que os limites do campo com 22 personagens e com uma “plateia” capaz de interferir no resultado da partida, deixando de ser algo previsível. O torcedor passa a ter um papel mais ativo e decisivo na dramatização do espetáculo futebolístico.

Essa capacidade de mobilizar uma grande massa explica os investimentos e a ampla discussão sobre o tema pelos veículos de comunicação. Para Camargo (2001), dois motivos explicam a preferência dos grandes *media* pelo futebol. O primeiro é a facilidade para a compreensão desse esporte, com regras nem tão complexas e que possibilitam uma melhor repercussão junto às grandes massas. O segundo são os lucros que o futebol é capaz de gerar para os meios de comunicação. Citando Nuzmann, Camargo reitera que os esportes que não conseguem se adaptar à televisão estarão condenados ao desaparecimento. Por sua vez, os meios de comunicação que explorarem as práticas esportivas que não proporcionam bom retorno financeiro e não atraem público, também estarão fadados ao desaparecimento.

A espetacularização do esporte leva em consideração elementos do sensacionalismo para conquistar as massas. Com base na definição de Angrimani (1995), o jornalismo esportivo tem a capacidade de superdimensionar alguns fatos, gerando em seu público sensações de ódio, alegria, desespero, angústia etc. Em diversas ocasiões, a mídia sensacionalista tem a capacidade de ultrapassar os contornos da dimensão do real e acaba se aproximando da ficção por meio de uma divulgação baseada em elementos espalhafatosos. Seguindo essa linha,

Arbex Jr. (2001) afirma que a construção das notícias nesse tipo de jornalismo tem condições de proporcionar aos personagens uma supervalorização de seu cotidiano, com um contexto cheio de aventuras e grandiosidades que rompe com a vida monótona do simples trabalhador.

Essa espetacularização é vista desde os primórdios da prática futebolística e se acentua ainda mais durante as grandes competições, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. Na primeira, o futebol é superdimensionado pela mídia a ponto de transformá-lo em uma grande epopeia literária. Vista como o unificador da nação e com essa imagem propagada para todos os cantos pela mídia, a Seleção Brasileira passa a representar a população e, por ser o maior vencedor de Copas do Mundo, deve lutar pelas mais árduas batalhas para manter essa hegemonia. Caso algum atleta falhe em sua missão, ele se transformará em vilão e seu erro jamais será esquecido, como aconteceu no Mundial de 1950, competição disputada no Brasil em que a seleção local perdeu para o Uruguai por 2 a 1.

Dois jogadores do selecionado brasileiro, ambos negros e membros da defensiva do time nacional, foram situados como exemplos deste triste destino de país doente, triste e inferior (a). [...] De modo que a derrota para o Uruguai foi tomada com uma metáfora para as "derrotas" da própria sociedade brasileira, sempre submetida às forças impessoais do destino. O futebol, portanto, trouxe à superfície da ideologia nacional o dilema entre motivações vivas e atuais, que desejam vencer; e as formas da "raça" - impessoais e incontroláveis - que acabam conduzindo à derrota. A derrota no futebol, assim, acabou reativando um velho modelo cultural pessimista, expresso no drama de uma sociedade que se acredita "racialmente impura". (DAMATTA, 1982, p. 32)

Vale ressaltar que, para este trabalho, também foi levado em consideração os apelos discursivos presentes nos textos jornalísticos, inclusive nos esportivos, apresentados por Voltolini (2004). O primeiro refere-se ao apelo racional, em que o jornalismo apresenta suas matérias com informações baseadas em dados numéricos, infográficos, tabelas, entre outras informações. Neste contexto, o jornalismo atua em seu pacto de leitura com o objetivo de levar ao seu público-alvo informações com credibilidade, de modo que os elementos convençam que aquele conteúdo passou por um processo de apuração. O apelo emocional tem o objetivo de provocar emoções e sentimentos em seu público-alvo. Desse modo, espera-se o apoio ou a rejeição sobre uma determinada situação por intermédio da reação sentimental das pessoas. Por fim, e não menos importante, há o apelo moral. Nele, o foco é o julgamento de valores de uma pessoa sobre uma determinada situação, indicando o "certo" ou o "errado". Para Voltolini, o sucesso da comunicação está no equilíbrio dos apelos discursivos, uma vez que as mensagens que ressaltam apenas aspectos negativos podem provocar a má reação das pessoas.

A espetacularização das notícias também é capaz de promover um nível hierárquico em uma equipe de futebol, levando em consideração o valor-notícia notabilidade (Traquina, 2012). É comum ver os textos jornalísticos escritos ressaltando o desempenho de alguns atletas em detrimento de outros, garantindo a condição de “herói” do principal atleta da equipe. No atual contexto da Seleção Brasileira, esse papel cabe à Neymar. Já aos demais atletas do elenco, restam as condições de personagens secundários (atletas que atuam no futebol europeu, em competições mais acirradas, mas que não chegam ao nível de protagonismo do personagem principal) e os terciários (figurantes), que atuam em equipes sem grandes expressões no futebol mundial. Se a glória de ser o responsável por guiar a seleção rumo aos títulos e ao esquecimento de vexames recentes (eliminações prematuras nas Copas América de 2011 e 2015 e derrota vergonhosa para a Alemanha por 7 a 1 na Copa do Mundo de 2014) cabe à Neymar, as responsabilidades pelas derrotas, geralmente, sobram para os personagens terciários.

A Cobertura do *Globoesporte.com*

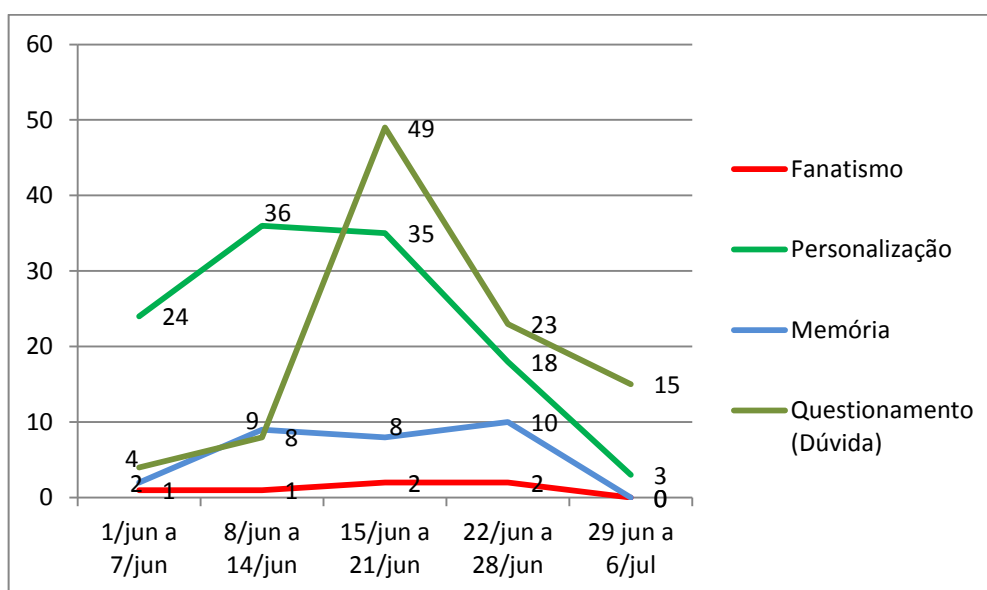
Para a elaboração deste artigo, foi levada em consideração a análise do site *Globoesporte.com*, o principal portal de notícias esportivas do País com mais de 342 milhões de visitas por mês (cerca de 13 milhões de visitantes únicos⁵), durante a Copa América de 2015, a primeira competição disputada pela Seleção Brasileira após o fracasso na Copa do Mundo de 2014, quando foi eliminada nas semifinais após vergonhosa derrota para a Alemanha por 7 a 1. A pesquisa foi desenvolvida entre os dias 1º de junho e 6 de julho de 2016, compreendendo um período de 10 dias antes do início da competição até dois dias após a final entre Argentina e Chile, reunindo 250 notícias que abordavam a Seleção Brasileira.

Todo o conteúdo selecionado no portal permitiu dividir as notícias em quatro categorias de análise bem definidas: memória, questionamento/dúvida, personalização e fanatismo. No primeiro, foram levados em consideração os textos que faziam referências aos momentos históricos da equipe brasileira, desde as épocas áureas com as conquistas das Copas América de 2004 e 2007 até as decepções com as derrotas na Copa do Mundo de 2014 e na Copa América de 2011. A categoria “questionamento/dúvida” é decorrente, principalmente, das más campanhas que a Seleção Brasileira havia desempenhado em competições anteriores e do nível técnico da maioria dos jogadores que vestiram a camisa canarinho durante a Copa América disputada no Chile. Nesse sentido, algumas matérias apontaram um clima de

⁵ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/programas-esportivos/globo-esporte/esporte-como-entretenimento-e-interatividade.htm>> Acesso em: 30 mai. 2015.

indecisão sobre como seria a atuação da equipe na competição. A categoria “fanatismo” refere-se aos torcedores da Seleção Brasileira e estrangeiros que torceram pelo Brasil durante a competição, ressaltando, principalmente, o esforço e a dedicação para acompanhar a equipe em treinos e partidas. Por fim, a “personalização” destacava a notoriedade de alguns membros da Seleção Brasileira nas notícias, desde a comissão técnica até o principal jogador da equipe.

Gráfico 1: Evolução das categorias de notícias (Personalização, Memória, Fanatismo e Questionamento) sobre a Seleção Brasileira coletadas durante a Copa América 2015



Pesquisa do autor

As análises expostas nesse gráfico foram feitas com base em uma divisão em períodos semanais. Na primeira, compreendida entre 1º e 7 de junho, foram coletadas 31 notícias (12,4%) sobre a preparação e o amistoso da Seleção Brasileiras em Porto Alegre contra Honduras. Na segunda semana, entre os dias 8 e 14 de junho, foram abordadas as notícias do período de treinamento pré-Copa América de 2015 e a estreia contra o Peru por 2 a 1, totalizando 54 matérias (21,6%). A terceira semana foi marcada pela primeira derrota da Seleção Brasileira diante da Colômbia por 1 a 0, a punição e suspensão de Neymar na Copa América e a vitória por apenas 2 a 1 sobre a Venezuela, contabilizando 94 notícias (37,6%). Entre os dias 22 e 28 de junho, 53 textos jornalísticos (21,2%) foram analisados levando em consideração o contexto da eliminação da equipe brasileira para o Paraguai. Por fim, as 18 notícias restantes (7,2%) referiram-se à volta da Seleção Brasileira ao País entre os dias 29 de junho e 6 julho e à final da competição entre Argentina e Chile.

Personalização da Seleção Brasileira

A análise das notícias do *Globoesporte.com* permitiu concluir que o único atleta da Seleção Brasileira que assumiu a condição de personagem principal foi o atacante do Barcelona, Neymar. Das 250 notícias coletadas, 117 (46,8%) destacavam a notoriedade e a proeminência do atleta como elemento central da matéria. O segundo colocado, por exemplo, foi o treinador Dunga, responsável por convocar, escalar e preparar a equipe com apenas 33 (13,2%) notícias publicadas. Já em relação aos atletas, o atacante Robinho teve apenas 18 (7,2%) textos jornalísticos que o colocavam como o personagem central, como demonstra a tabela a seguir:

Tabela 1: Número de matérias com os personagens principais de cada notícia do site *Globoesporte.com*

Atleta	Número de matérias	Atleta	Número de matérias	Atleta	Número de matérias
Neymar	117	Everton Ribeiro	4	Fabinho	1
Dunga	33	Danilo*	4	Elias	1
Robinho	18	Roberto Firmino	4	Neto	1
Daniel Alves	10	Filipe Luís	4		
Thiago Silva	9	Fred	3		
David Luiz	9	Fernandinho	3		
Philippe Coutinho	7	Diego Tardelli	3		
Miranda	7	Gefferson	2		
Willian	6	Douglas Costa	1		
Jefferson	4	Hulk**	1		
Luiz Gustavo*	4	Marquinhos	1		

*Atletas convocados para a disputa da Copa América de 2015, mas que foram dispensados em decorrência de lesões.

** Atleta teve matéria publicada na página do *Globoesporte.com*, mas não integrou o elenco que disputou a Copa América de 2015.

Fonte: pesquisa do autor

Com 46,8% das notícias se referindo à Neymar, é possível afirmar que o atleta recebeu a condição de personagem principal do contexto da Seleção Brasileiro na Copa América de 2015. Os meios de comunicação, no caso dessa pesquisa o *Globoesporte.com*, pontuavam o atleta como o responsável por guiar a equipe e livrar o Brasil de novos fracassos. Quando o portal colocava o atacante do Barcelona como o principal nome de uma notícia, ressaltando a proeminência e a notoriedade do jogador, esse papel também poderia ser dividido com outros atletas com grande renome mundial, caso do atacante argentino Lionel Messi, eleito o melhor

futebolista do mundo por quatro anos consecutivos (2009 a 2012), e o atleta português Cristiano Ronaldo, eleito três vezes o melhor do mundo em 2008, 2013 e 2014. Ambos considerados como os melhores atletas de suas respectivas seleções.

Na Seleção Brasileira, Neymar assume uma condição de protagonismo tão exacerbado que as matérias publicadas demonstram que nenhum outro atleta do elenco que disputou a Copa América de 2015 tem condições de ameaçar a hegemonia técnica do atacante na Seleção. Na notícia “‘Neymardependência’ é fruto da péssima safra, dizem ex-craques”, fica evidente que o atleta é um jogador diferenciado dos demais e a esperança de uma “geração perdida”.

No ano em questão, aos 21 anos, **o Brasil viu o maior jogador da história, que já era o Rei do futebol, sair de cena.** Pelé vivia o melhor momento da carreira naquela que tinha tudo pra ser sua melhor Copa, interrompida por uma distensão na virilha, ainda no segundo jogo da primeira fase, contra o México.

A diferença é que, no passado, e não apenas em 1962, **a Seleção Brasileira não era palco de artista solo. Mesmo sem Pelé, o bicampeonato mundial veio com brilhantismo.** Pelé remete a Garrincha, Vavá, Didi, Nilton Santos. Romário a Bebeto. Ronaldo a Rivaldo, Ronaldinho, Kaká. Zico a Sócrates, Falcão e cia. **E Neymar?** (*Globoesporte.com, 20/06/2015. Grifo nosso*)

Para sustentar o protagonismo de Neymar, a mídia constrói outros personagens que atuam como figurantes que proporcionam uma base para a notoriedade da estrela principal. Os personagens secundários são atletas que atuam em grandes equipes da Europa, mas que não possuem o mesmo nível técnico que o atacante do Barcelona. Neste caso, atletas como os meias Willian (Chelsea), o lateral Daniel Alves (Barcelona) e os zagueiros David Luiz e Thiago Silva (PSG), apesar de atuarem em times conhecidos no cenário mundial e assumirem a condição de protagonistas em algumas notícias, são sempre ofuscados por Neymar quando analisado o contexto da Copa América de 2015. Alguns atletas, como o então atacante do Santos, Robinho, foram classificados como atletas secundários pelo histórico do jogador com a Seleção Brasileira, mesmo não atuando em uma grande equipe da Europa. A notícia “Ídolo que virou fã, Robinho volta a ser protagonista com ausência de Neymar” demonstra justamente a tentativa do portal em transformar o atacante em um personagem principal com a ausência do protagonista na Copa América de 2015 por conta da exclusão após confusão com jogadores colombianos na segunda partida da competição. Fica evidente a dependência do meio de comunicação por um protagonista que simbolizasse a liderança e a esperança brasileira na competição.

Sem **Neymar**, os holofotes podem ser apontados novamente na direção de **Robinho. A alegria terá de sair do vestiário.** E virar bom futebol dentro de campo (*Globoesporte.com, 20/06/2015. Grifo nosso*).

O terceiro grupo é dos personagens terciários, composto por jogadores que atuam em equipes sem grande expressão mundial, principalmente provenientes do Oriente Médio, do Leste Europeu e da China. Geralmente, são citados em matérias em que os personagens são os protagonistas de alguns lances da partida, geralmente falhas. Os atletas desse grupo são os mais propícios a serem apontados como os vilões das partidas justamente por não ter o mesmo nível técnico que os demais jogadores. A notícia “Firmino decepciona como titular e ainda perde chance clara de gol” destaca o então atacante do alemão Wolfsburg como o principal responsável pela derrota da Seleção Brasileira contra a Colômbia, mesmo quando o personagem principal perdeu uma chance clara de gol e causou uma grande confusão com os jogadores colombianos, fato que resultou na suspensão do atleta após a partida.

Era para ser a afirmação de **Roberto Firmino** entre os titulares da seleção brasileira. O jogador ganhava a oportunidade na vaga de **Diego Tardelli** após ter feito três gols em sete jogos com a amarelinha. Mas o atacante não correspondeu. Foi pouco efetivo, desperdiçando chance clara e sendo o segundo atleta do time a errar mais passes – 10 contra 12 de **Neymar**.

Firmino errou feio. Até ajeitou o corpo para bater bonito na bola, mas isolou, jogando por cima do gol vazio da Colômbia. Restava ao atacante do **Hoffenheim** atirar-se em campo para lamentar a chance desperdiçada. O jogador também foi o segundo em bolas perdidas. Foram 20 contra 23 de **Neymar** (*Globoesporte.com, 18/06/2015, grifo nosso*).

Por fim, ainda há o grupo dos personagens que pertencem à Seleção Brasileira, mas que não estão inseridos no grupo de atletas, denominado de elementos externos, caso do presidente da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), Marco Polo del Nero, e do chefe de delegação, João Dória.

O publicitário **João Doria** se integrou à Seleção nesta sexta-feira, em Viamão (perto de Porto Alegre), como chefe da delegação que viajará nesta tarde para a disputa da Copa América no Chile.

Ao lado do secretário-geral da CBF, **Walter Feldman**, e do diretor de Marketing, **Gilberto Ratto**, **Doria** almoçou com os jogadores e integrantes da comissão técnica na concentração da Seleção, de acordo com o site da CBF, e fez um discurso de apresentação. (*Globoesporte.com, 12/06/2015, grifo nosso*)

A construção da categoria “Personalização” está diretamente ligada aos três apelos discursivos (emocional, racional e moral), que atuam de maneira conectada e possibilitam que as matérias explorem o lado emocional e moral dos leitores, sustentadas pelo aspecto racional dos textos com a exploração de dados e elementos que possam validar a atividade jornalística.

A notícia “Com "menino" suspenso, homens de Dunga tentam evitar mais um vexame” apresenta a manifestação das três categorias. Nela, o apelo discursivo emocional se apresenta com a “ferida” deixada após a Copa do Mundo de 2014, quando o Brasil sofreu a derrota por 7 a 1 para a Alemanha. Entretanto, a construção do texto baseada na “volta por cima” com os “figurantes” da Seleção Brasileira age no sentido de provocar um sentimento de esperanças no torcedor.

A eliminação seria um **vexame**. **Menos doloroso** que o da Copa, certamente, porque **nada pode se comparar àquilo**. Cabe aos **homens de Dunga** evitarem que ele aconteça. (*Globoesporte.com, 21/06/2015, grifo nosso*)

O apelo moral pode ser notado no julgamento do comportamento de Neymar na matéria frente às adversidades das partidas. É possível notar que o conjunto de matérias que mostram os problemas internos (jogador “caçado” em campo) e externos (problemas judiciais na Espanha) aponta que Neymar deve ser “homem” para superar as dificuldades. Na notícia, o discurso ainda mostra que o atacante é apenas um garoto e que ainda precisa amadurecer.

O recado de Dunga foi claro. A seleção brasileira é **lugar para homens** capazes de tomar decisões e arcar com as consequências. **Pessoas maduras, preparadas para superar desafios**. O técnico falou em “**profissionais**”. A partir deste domingo, **não há espaço para molecagens**. Neymar está suspenso. A passagem do craque pela Copa América ficará marcada mais por suas **meninices**, como tirar o spray do gramado, **resmungar** a cada marcação do árbitro ou distribuir empurrões, do que pelos **lances geniais** que protagonizou na estreia. (*Globoesporte.com, 21/06/2015, grifo nosso*)

Por fim, o jornalismo esportivo, como método para alcançar o contrato estabelecido com o seu público baseado na credibilidade do conteúdo apresentado, apresenta dados e informações com base na apuração jornalística. Assim, o cálculo da média de idades apresentado no texto, por exemplo, é uma tentativa de demonstrar que a Seleção Brasileira ganha mais experiência sem Neymar e, assim, possui mais condições de superar as adversidades.

Os desfalques de Dunga desmontaram a base construída. Danilo, Luiz Gustavo, Oscar e Neymar seriam nomes certos. Por outro lado, tornaram a Seleção muito **mais experiente**. Enquanto **Luiz Gustavo tem 27 anos** e os outros **três apenas 23**, a média de idade da equipe que deverá entrar em campo contra a Venezuela é **28,7**. **São sete jogadores** com pelo menos **30 anos**: Jefferson e Daniel Alves (**32**), Robinho (**31**), Thiago Silva, Miranda, Fernandinho e Elias (**30**). (*Globoesporte.com, 21/06/2015, grifo nosso*)

Percebe-se que a notícia apresentada acima apresenta a exploração dos três apelos discursivos com o objetivo de fazer um recorte da realidade para promover o julgamento da atitude do personagem principal frente às adversidade com a sustentação do aspecto sentimental por

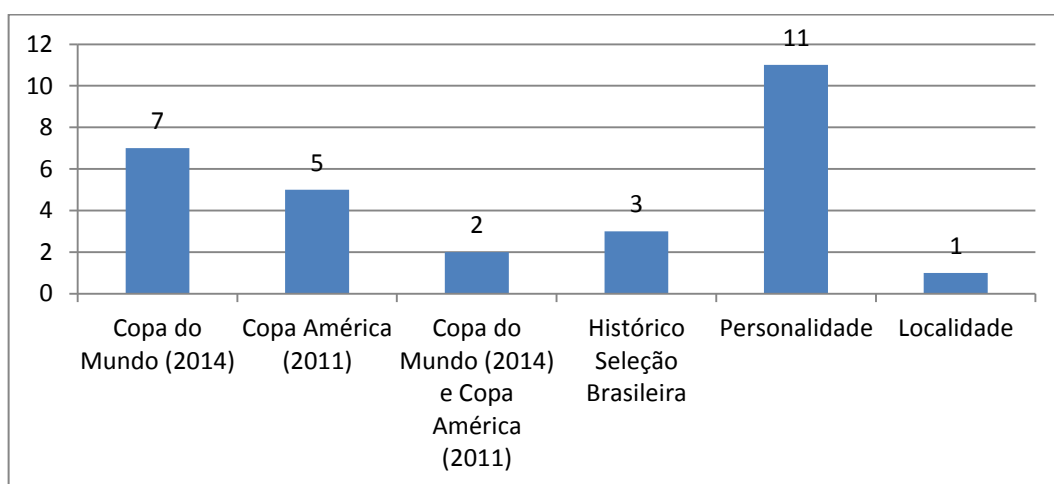
meio do resgaste histórico de uma derrota “dolorosa” para os brasileiros e do aspecto racional, exposto em dados que comprovem que a equipe é capaz de superar a perda do protagonista.

Memória e questionamento

Ao analisar o gráfico 1, encontramos outras duas categorias importantes: memória e questionamento. No primeiro, há dois grupos definidos, sendo um composto pelas derrotas consideradas vergonhosas na Copa do Mundo de 2014 e na Copa América de 2011, quando o Brasil foi eliminado para a Alemanha por 7 a 1 nas semifinais e foi desclassificado nas penalidades para o Paraguai sem converter nenhuma cobrança nas quartas-de-final, e o outro o resgaste dos momentos áureos da Seleção Brasileira através de reportagens de jogadores, partidas e locais que fizeram parte da história vencedora do Brasil.

Com base nas 30 notícias classificadas como memória, é possível destacar seis grupos de notícias que retratam um determinado momento histórico da Seleção Brasileira ou de atletas que defenderam a equipe durante a competição.

Gráfico 2: Categorização das notícias classificadas como memória coletadas do portal *Globoesporte.com*



Fonte: Pesquisa do autor

Em relação à categoria “Copa do Mundo (2014)”, foram identificadas sete notícias construídas levando em consideração a derrota da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de 2014, competição mais próxima disputada pelo Brasil antes da Copa América de 2015. Além da proximidade temporal, a competição realizada no Chile era classificada como uma oportunidade para esquecer e superar a última competição disputada pela equipe canarinho. A

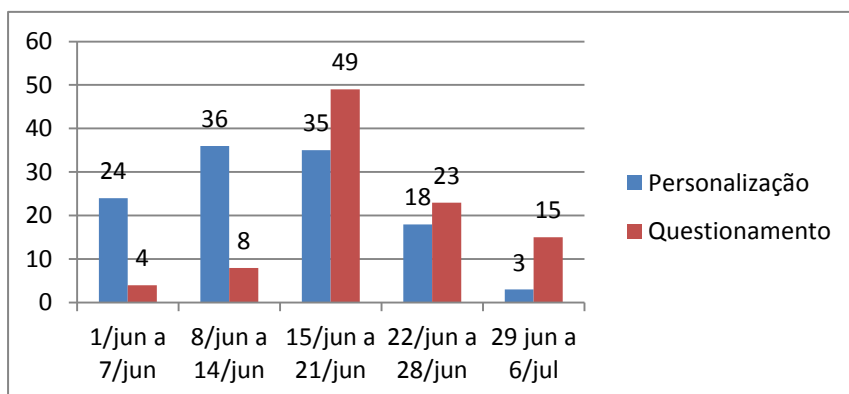
Copa América de 2011 também foi outra competição em que a Seleção Brasileira foi desclassificada de maneira vexatória e cinco notícias levam em consideração esse fato como matéria-prima principal para a construção do texto jornalístico. Já outras duas matérias mesclavam as duas grandes derrotas recentes da equipe nacional.

Ainda sobre o gráfico acima, três notícias resgatavam alguns elementos característicos da história centenária da Seleção Brasileira, tais como as cores e as camisas da equipe. Já a categoria “Personalização” faz referência aos jogadores que defenderam o Brasil, predominantemente aqueles que fizeram boas campanhas na Copa América. Por fim, a “localidade” refere-se à história de um estádio em que a Seleção Brasileira iria jogar durante a competição no Chile.

É importante salientar que esses dois pontos explicitados eram abordagens do *Globoesporte.com* no sentido de alertar que a Seleção Brasileira deveria voltar ao rumo das grandes conquistas. Com isso, foram construídos elementos de derrotas recentes, evidenciando a queda de rendimento da equipe nos últimos (em nenhuma matéria foi lembrada a conquista da Copa das Confederações de 2013 sobre a Espanha), com históricos de grandes vitórias no passado, gerando um sentimento de nostalgia em relação às equipes que foram campeãs de grandes competições, como na Copa América de 2004 e 2007.

Já a categoria “questionamento/dúvida” foi uma das mais lembradas justamente pelo atual momento da Seleção Brasileira, marcada pela queda do nível técnico dos atletas e a existência de apenas um grande jogador no elenco. Ao todo, foram coletadas 99 notícias que questionavam o desempenho e o comportamento dos atletas e da comissão técnica. É importante analisar os números que mostram a evolução da categoria “personalização” com o “questionamento”

Gráfico 3: Relação entre personalização e questionamento das notícias coletadas no *Globoesporte.com* durante a Copa América de 2015



Fonte: pesquisa do autor

Nesse processo, a evolução do “questionamento” se evidencia com a derrota da Seleção Brasileira para a Colômbia por 1 a 0 na terceira semana de análise. A partir daí, o gráfico dessa categoria sempre evoluiu em comparação à “Personalização”, questionando a capacidade técnica dos atletas convocados por Dunga e colocando em dúvida o rumo da equipe brasileira nas demais competições, principalmente nas Eliminatórias para a Copa do Mundo de 2018, na Rússia. Já a “Personalização”, no início das análises, manteve-se superior nas duas primeiras semanas devido ao cenário de esperança que o portal de notícias tentou criar, evidenciando os atletas da Seleção como personagens capazes de levar a equipe a superar as duas grandes decepções já analisadas acima. Entretanto, bastou apenas uma derrota para que o discurso fosse alterado.

Fanatismo

A última e não menos importante categoria analisada foi o “Fanatismo”. Nela, foram identificadas seis matérias jornalísticas (2,4%) que ofereceram informações que contrastavam com a cobertura do fanatismo dos torcedores brasileiros durante a Copa do Mundo de 2014, quando inúmeras matérias referiam-se ao sentimento daqueles que acompanhavam a Seleção. As notícias dessa categoria exploravam a fidelidade dos brasileiros que iam até a Granja Comary acompanhar os treinos da equipe até torcedores de outras nacionalidades que frequentavam as partidas ou o hotel da equipe canarinho no Chile.

Apesar de a Seleção Brasileira não ter contado com o apoio dos anfitriões (a goleada sofrida pela Alemanha durante a Copa do Mundo foi lembrada pelos chilenos como uma forma de provocação e contestação da hegemonia que a equipe tinha nos últimos anos), é possível identificar dois grupos de notícias nessa categoria. A primeira refere-se ao grupo de torcedores locais que acompanharam os “passos” da Seleção Brasileira em território chileno, principalmente nos primeiros dias e nos hotéis que a equipe passou. Das seis notícias coletadas, quatro faziam referência aos grupos estrangeiros que seguiram o Brasil.

Apesar do frio na noite desta sexta-feira em Temuco, os **termômetros marcavam 5º graus**, a seleção brasileira teve recepção calorosa na chegada à cidade chilena para a disputa da Copa América 2015. **Mais de dois mil torcedores**, mais do que o time canarinho costumou ter na Granja Comary primeira parte da preparação para o torneio continental, esperaram na porta do hotel que receberá o Brasil. (*Globoesporte.com, 12/06/2015. Grifo nosso*)

Já o segundo grupo refere-se a alguns brasileiros que acompanhavam a seleção nacional durante a competição. Apenas duas notícias se enquadraram nessa classificação, fato justificado pela queda técnica da equipe, ao vexame no último campeonato, a distância do

país-sede, os gastos com a viagem, o desinteresse histórico dos torcedores com a competição, entre outros. Apesar disso, os atores principais das duas notícias acreditavam em superação da equipe canarinho, mesmo em um contexto que envolvia corrupção entre os integrantes da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e da Federação Internacional de Futebol e Associados (FIFA)⁶.

O abandono total da seleção brasileira por parte dos torcedores de Teresópolis chegou ao fim na tarde desta terça-feira. Nem mesmo o mau tempo impediu o **apaixonado torcedor Douglas da Silva**, de 20 anos, de repetir o ritual que teve início no passado de comparecer à porta da Granja Comary para dar apoio aos jogadores. (*Globoesporte.com*, 02/06/2015. *Grifo Nosso*)

Na matéria, apesar do “abandono total da Seleção Brasileira”, a reportagem é escrita no sentido de deixar uma esperança no torcedor, caracterizada pelo fanatismo daqueles que acompanham a equipe em tempos difíceis. Apesar disso, o apelo emocional que retrata a paixão de Douglas pela Seleção ocultou os problemas de corrupção relacionados à CBF.

Considerações Finais

A cobertura jornalística do *Globoesporte.com* construiu durante a Copa América de 2015 uma narrativa que coloca o personagem principal da Seleção Brasileira, o atacante Neymar, como o principal responsável por guiar e o único capaz de dar esperanças ao torcedor. Para isso, os apelos discursivos emocional, racional e moral foram usados para construir uma imagem de “herói”, como na vitória contra o Peru por 2 a 1, e de “vilão”, com a derrota contra a Colômbia e a suspensão por confusão contra os adversários.

A “Neymardependência” tão utilizada pelo discurso jornalístico do portal também evidencia a dependência dos meios de comunicação em ter um personagem principal para construir seus textos. Tal fato fica explícito com a suspensão de Neymar e a busca do *Globoesporte.com* para encontrar o substituto do personagem principal, encontrado na imagem e no histórico de Robinho, personagem secundário da Seleção Brasileira elevado à condição de protagonista.

O protagonismo de Neymar coloca todos os demais personagens, secundários e terciários, como sustentadores da notoriedade do personagem principal, ou seja, são simples figurantes em um discurso onde a estrela principal é praticamente intocável. Tais construções são recorrentes na cobertura da mídia sobre a Seleção Brasileira. Se em 1962 o substituto do

⁶ Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/05/150527_entenda_fifa_lab>. Acesso em 9 abr. 2016.

protagonista Pelé foi Mané Garrincha (atleta que guiou a equipe para conquista do Mundial), em 2015 foi Robinho (jogador que não conseguiu evitar mais um fracasso do time canarinho).

Referências Bibliográficas

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. Coleção Novas Buscas em Comunicação. V. 47. Editora Summus. São Paulo, 1995.

ARBEX JR. José. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. Ed.3. Editora Casa Amarela. São Paulo, 2001.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O comunicador e o educador esportivo**: Novos paradigmas para o esporte midiático. Revista Conexões, v.6, 2001, p. 90-96. Disponível em: <<http://fefnet178.fef.unicamp.br/ojs/index.php/fef/article/view/151>>. Acesso em: 13 setembro 2014.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

CORTEZ, Gabriel e MARQUES, José Carlos. **Cultura, identidade nacional e Copa do Mundo de 2014**: a noção da brasilidade nas páginas da Revista Veja. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Vila Velha, ES. 2014.

DAMATTA, Roberto. **Esporte na sociedade**: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: Universo do Futebol. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol. I. 3 Ed. Florianópolis: Insular, 2012.

VERÓN, Eliseo. **Fragments de um tecido**. Editora Unisinos; São Leopoldo, RS. 2005.

VOLTOLINI, Ricardo. Marketing, uma ferramenta útil para o terceiro setor. IN: VOLTOLINI, Ricardo (Org). **Terceiro Setor**: planejamento e gestão. São Paulo: Senac, 2004.