

---

## Perfil biográfico e figuras públicas na sociedade midiaticizada<sup>12</sup>

Aparecido Santos do CARMO<sup>3</sup>  
Cristóvão Domingos de ALMEIDA<sup>4</sup>  
Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

### RESUMO

O artigo utiliza os métodos e procedimentos da Análise de Discurso de linha francesa para estudar o modo como as figuras públicas são representadas nos produtos midiáticos. Para isso, nosso corpo amostral é composto de dois perfis publicados pela revista Veja. Partimos do princípio de que na sociedade contemporânea as personalidades da mídia representam pontos de entrecruzamento dos agentes sociais, consolidando valores, modelos de ser e agir.

**PALAVRAS-CHAVE:** Perfil biográfico. Figuras públicas. Midiaticização. Comunicação. Análise de Discurso.

### INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca refletir sobre o papel das figuras públicas nas sociedades contemporâneas, especialmente sob o ponto de vista da midiaticização, isto é, do processo de evolução tecnológica dos dispositivos de comunicação, de modo que se tornaram indispensáveis para a vida moderna e, em consequência, absorveram alguns papéis sociais que já existiam, mas foram transformados sob a sua influência dentre eles a política, religião, esporte, entre outros.

É o caso da chamada “esfera pública da mídia” (HJARVARD, 2014) que de certo modo é uma continuidade da longa tradição humana de se reunir para discutir as questões relevantes para o nosso tempo. É verdade que nem só os políticos e as lideranças sociais ocupam esse espaço, ao contrário ele é cada vez mais formado por questões e personalidades oriundas do mundo do entretenimento. O que se propõe nesse trabalho é analisar o papel das figuras da mídia nesse espaço de discussão, sobretudo a partir dos perfis biográficos publicados pela revista semanal Veja. Para isso, foram selecionados os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

<sup>3</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea na UFMT, e-mail: aparecido.jor@gmail.com.

<sup>4</sup> Docente no Programa de Comunicação e Poder e no PPG Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT, e-mail: cristovaoalmeida@ufmt.br

---

perfis de Tite e Neymar Jr, respectivamente o treinador e o principal jogador da seleção brasileira de futebol masculino.

A metodologia escolhida foi a Análise de Discurso de linha francesa, que parte do princípio de que os discursos existem a partir das interações entre os sujeitos e não podem ser pensados isolados dos contextos socioculturais desses agentes, bem como as narrativas ideológicas em disputa nessas situações (ORLANDI, 2005; BENETTI, 2018).

### **PERFIL BIOGRÁFICO**

Perfis são textos jornalísticos de natureza biográfica em que geralmente há predominância da função poética da linguagem. Costumam figurar entre os formatos mais apreciados pelos leitores por permitirem que descubram algo de novo ou que possam olhar sob novo ponto de vista para uma pessoa, seja ela conhecida ou anônima. O que difere este dos demais formatos biográficos no jornalismo é a ocasião para a publicação: quase sempre, a pessoa a ser perfilada é escolhida em razão de um acontecimento marcante que a colocou em destaque, ou por sua história dar a oportunidade de contextualizar ou explicar algum acontecimento observado na sociedade. Geralmente é escrito após o consentimento da personagem perfilada e conta com a sua colaboração durante os processos de pesquisa, entrevistas e apuração (MAIA, 2013; SILVA, 2009; ROCCO, 1999).

Segundo a classificação de José Marques de Melo, o perfil é um formato do chamado Jornalismo Interpretativo. Os formatos incluídos nessa categoria são marcados por um caráter educativo, esclarecedor, em que os repórteres buscam interpretar os fatos e apresentá-los aos seus leitores, aprofundando-os nos acontecimentos de destaque do noticiário (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016).

O trabalho do jornalista que escreve perfis é dividido em duas etapas. Primeiro, o processo de imersão que se inicia com a coleta e a análise de fontes documentais de toda ordem. Também nesta etapa são entrevistados o perfilado, seus familiares, amigos e outras pessoas que permitam ao repórter ter uma visão mais completa e verídica da figura em questão. Conforme Fiammetta Rocco (1999), essa é a fase mais importante, uma vez que a produção de um perfil depende primordialmente da interpretação que o jornalista dá aos fatos a que tem acesso. A segunda fase tem início quando o repórter se recolhe com as informações colhidas e começa a escrever. Sozinho, afastado da personagem, ele

---

pode dedicar tempo e esforço nos materiais que motivaram sua ida à campo, embrenhando-se na intimidade de um desconhecido.

Estes relatos biográficos, popularizados pelas revistas principalmente a partir dos anos 1960, têm um histórico que remonta pelo menos dois séculos (BOAS, 2002). Mas foi em 1925, com a fundação da revista *The New Yorker*, que o termo *profile* (perfil em inglês) passou a ser utilizado para se referir a esse formato específico. David Remnick (2000), editor da *New Yorker* afirma ser uma injustiça creditar à revista a criação do formato, uma vez que, segundo ele, Plutarco fazia isso já na Antiguidade.

As pessoas consomem perfis biográficos porque eles são capazes de apontar o que há de universal embutido na particularidade do indivíduo, dando um senso de coletividade mesmo quando descreve uma personagem normalmente invisibilizada, como crianças em situação de rua ou imigrantes em busca de sobrevivência, por exemplo. O leitor consegue se projetar na história narrada e se conforta porque se identifica como membro de uma sociedade muito mais complexa e atribulada do que sua própria realidade particular; se alerta com as transformações impostas pelo avanço do capitalismo e das tecnologias de comunicação; se entretém com uma narrativa esteticamente mais trabalhada em meio ao mundo caótico retratado nos jornais; enfim dão uma dimensão imaginária para as vidas dos leitores (BOAS, 2003), sobretudo aqueles que não tem outro perfil senão os de suas redes sociais.

### **FIGURAS PÚBLICAS E MUDIATIZAÇÃO**

Segundo José Luiz Braga (2018, p. 300), quando se fala em midiatização não está mais se referindo apenas as questões relacionadas à indústria cultural e a lógica das mídias, mas às ações que se desenvolvem “pelo acionamento crescente de tecnologias interacionais”. Conforme Martino (2019, p. 149), midiatização pode ser compreendida como “a articulação entre práticas sociais [...] e o ambiente das mídias”. Fala-se de ambiente, pois a mídia pode ser observada no cotidiano de incontáveis maneiras, não apenas como suporte ou dispositivo técnico, mas também linguagens, códigos e como instituição – abrangendo as empresas de Comunicação Social e as de tecnologia.

A ideia desenvolvida por Martino (2019) parte do pressuposto de que é possível observar articulações entre aspectos do ambiente midiático com certas práticas sociais. Por exemplo,

---

[...] A midiatização da política não é, neste ponto de vista, a presença da política na mídia (nos noticiários, por exemplo), ou as alterações no campo político eventualmente provocadas pela mídia (como na denúncia de um escândalo, digamos). O foco não é a política em si, o que estaria talvez mais próximo da Teoria Política ou das Ciências Sociais, nem às tecnologias de informação, mas ao processo de articulação entre ambas –algo marcado por conflitos e negociações (MARTINO, 2019, p. 150).

O estudo da midiatização, portanto, está voltado para a intersecção entre mídia e práticas sociais. Cada uma existe independente da outra, mas quando se entrecruzam há “um cenário diferente dos dois anteriores – a midiatização” (MARTINO, 2019, p. 150). Trata-se de um fenômeno que resulta da “evolução dos processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais” (FAUSTO NETO, 2008, p. 90) e que ocasionou uma proliferação dos meios de comunicação, bem como uma integração das mídias com outros espaços da sociedade, tornando-se quase onipresente entre os indivíduos (HJARVARD, 2014).

Conforme Stig Hjarvard (2014), as mídias são corresponsáveis pela produção das nossas representações mentais e pelo modo como agimos e nos relacionamos com os outros indivíduos, como os indivíduos se relacionam com as instituições e como as instituições se relacionam entre si. Essas instituições (inclusive a midiática), no atual contexto, exercem forte influência nas regras sociais que normatizam, por assim dizer, as interações entre indivíduos, atuando como bússolas apontando caminhos mais confiáveis.

Cada vez mais as interações que se desenrolam no tecido social são influenciadas pelas mídias de massa, as sociais e as interativas. Elas atuam oferecendo um fluxo ininterrupto de informações que orientam organizações e pessoas a fim de que as suas práticas sejam atualizadas conforme o contexto. A midiatização diz respeito às transformações de longa duração entre mídia e demais esferas socioculturais, e seus resultados podem variar a depender do contexto histórico e geográfico em questão. Além disso, demonstra que as mídias cada vez mais possuem influência sobre outras áreas sociais resultando numa consolidação delas como instituição social e, simultaneamente, participante da institucionalização de outros “domínios”, no que se caracteriza como um “desenvolvimento bilateral” (HJARVARD, 2014, p. 26).

Conforme já afirmado, a influência da mídia quase não tem restrições, diferente da época do surgimento do jornalismo na Europa do século XVII, por exemplo, quando os veículos eram instrumentos de grupos ideológicos (ASSIS, 2014). Esse poder de

influenciar, contudo, depende ainda de eventuais intersecções com outras instituições. Por exemplo, durante a pandemia do novo coronavírus, a cobertura midiática por vezes se interseccionava com a lógica própria da instituição Academia, uma vez que era de lá que vinham as respostas para a doença; além da Família, uma vez que as pessoas queriam saber como proteger a si mesmas e aos seus.

Nesse contexto de midiatização das práticas e interações sociais, surge a “esfera pública da mídia” (HJARVARD, 2014, p. 31), espaço coletivo para discussão e debate de assuntos de interesse compartilhado entre todos os indivíduos e instituições. É nesse espaço que a sociedade pode refletir sobre ela mesma, dando visibilidade e voz (na medida do possível e dos interesses envolvidos) para as demais instituições. Dessa maneira, constitui-se um palco aberto para o debate público de todo o tipo de assunto, estejam eles embasados em fatos verificáveis ou não, sejam eles relevantes ou não (HJARVARD, 2014).

É nesse espaço de diálogo comum que podem ser observadas e consumidas as celebridades e figuras públicas. De *Alexandre, o Grande* para o século XXI muita coisa mudou no que diz respeito às personalidades de renome. Dos heróis das histórias contadas em voz alta ao redor de fogueiras para a era dos *smartphones*, a face das personalidades que habitam as páginas impressas ou virtuais das mídias foi transformada a partir do contexto do consumo no sistema capitalista. Conforme afirmam Vera França e Paula Simões (2014), essas personalidades humanizam o processo de consumo, emprestando seus rostos e corpos para marcas, produtos e serviços.

Na sociedade midiatizada os meios deixam de desempenhar um papel de ferramentas auxiliares para se tornarem o “princípio organizador da sociedade” (FRANÇA E SIMÕES, 2014, p. 1067) e as personas que protagonizam os relatos e produtos midiáticos, as personalidades públicas, assumem um papel central de balizadores dos valores compartilhados por uma comunidade e aglutinadores sociais, estabelecendo canais de identificação e diálogo entre os indivíduos. Diante da imensa quantidade de conteúdo simbólico produzido e disseminado, as pessoas se perdem, mas conseguem “captar de forma mais intensa” aquilo que lhe é próximo, que tem significado, que afeta a sua interpretação do mundo, enfim, “o quadro de valores que baliza suas diferentes relações com o mundo e com os outros” (FRANÇA E SIMÕES, 2014, p. 1077). Nesse sentido, tais personagens celebrizadas se tornam balizadoras e modelos a serem seguidos que encarnam os anseios, desejos e valores de um contexto específico. Ao

---

identificar as personagens que trazem consigo essas características particulares a um determinado agrupamento social, seria, portanto, possível apontar os valores e crenças que embasam seu comportamento cotidiano.

Como tudo que lhes digam respeito, os relatos biográficos sobre celebridades publicados pela imprensa são consumidos em grandes doses e em alta velocidade. Essas narrativas especificamente, “emergem como um modo de reenraizar os sujeitos” (FRANÇA E SIMÕES, 2014, p. 1077) num contexto de caos simbólico. Na sociedade midiaticizada essas personalidades devem ser compreendidas como um ponto de entrecruzamento onde indivíduos com os mais distintos *backgrounds* conseguem estabelecer pontos de convergência e consenso, explicitando uma dinâmica em constante atualização que envolve as mídias, os agentes sociais e a própria cultura (MEDEIROS, 2017, p. 234).

A partir dos discursos surgidos nas mídias, as imagens das figuras públicas são construídas em meio à uma intertextualidade, estabelecendo um tipo específico de interação dessas personas com a audiência baseada em uma construção “nuançada, conflituosa, flutuante” e que carece das informações disponibilizadas pelos meios de comunicação para serem atualizadas no imaginário coletivo (MEDEIROS, 2017, p. 235). A partir desse ponto de vista, seriam as celebridades não apenas um simples produto midiático, mas uma forma de mediação complexa responsável pela circulação de significados e pelos insumos necessários “para delimitar e constituir a materialidade social da própria mídia” (MEDEIROS, 2017, p. 231).

## **METODOLOGIA**

O estudo foi desenvolvido a partir da Análise de Discurso (AD) de linha francesa, um procedimento metodológico que se destaca por possibilitar a compreensão da língua como um trabalho simbólico que é constitutivo do ser humano e da sua história, de modo que a maneira como essa mesma língua é utilizada também é determinada pelo contexto sociocultural e histórico em que o indivíduo que a mobiliza está inserido, somado às influências ideológicas presentes naquele meio social. Por isso mesmo, a AD considera que a língua não comporta construções ingênuas ou aleatórias, ao contrário, trata-se de um elemento dinâmico e pulsante que se constitui a partir dos valores, conceitos, imagens e histórias individuais e coletivas (ORLANDI, 2005; BENETTI, 2018).

---

Nesse sentido, o jornalismo deve ser compreendido como um lugar de produção e circulação de sentidos profundamente vinculados com o tempo e o mundo do presente. A ideia de um campo isolado, longe de qualquer influência ideológica dos agentes que o integram não tem espaço sob este viés metodológico, uma vez que, apesar de se apresentar como imparcial e isento, o jornalismo é profundamente influenciado por aqueles que são responsáveis pela coleta e produção das narrativas que fazem circular, isto é, os repórteres. Pessoas que agem segundo os próprios interesses, valores e crenças.

O discurso se constitui na relação mútua que se estabelece entre enunciador e leitor por meio do texto, daí vem a ideia de que os discursos dependem primordialmente dos sujeitos para existirem. A produção jornalística, especificamente, carrega traços socioculturais e históricos que ajudam a audiência a mobilizar ideias já conhecidas, estabelecendo conexões entre o que é enunciado e a própria experiência com base nas suas vivências (BENETTI, 2018).

Faz-se necessário entender que o texto é a parte visível de um processo complexo que tem origem na sociedade. Assim, é importante ter a compreensão de que é preciso ir além da superfície, mas buscar as origens ideológicas das ideias que se escondem na linguagem correta e polida (BENETTI, 2016; 2018). Para isso, construímos nosso corpus de análise com dois perfis publicados pela revista *Veja* às vésperas da Copa do Mundo de Futebol Masculino, realizada em 2018, na Rússia. Os textos analisados são “O método e a obsessão do comandante Tite”, escrito por Alexandre Salvador e Luiz Felipe Castro; e “Tudo é permitido para Neymar”, assinado por Tiago Leme.

Fundada em 1968 pelo jornalista e empresário Roberto Civita, a revista semanal *Veja* é uma marca da editora Abril e surgiu em substituição à revista mensal *Realidade*, ainda hoje um paradigma quando se fala em jornalismo de revista no Brasil, principalmente por conta das matérias e perfis que marcaram época e revelaram grandes nomes da reportagem como José Hamilton Ribeiro, José Carlos Marão, Percival de Sousa, Audálio Dantas, dentre outros.

Há muitas décadas, *Veja* é a principal revista do país (JORNAIS..., 2019). Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação, a publicação passou de 802,1 mil assinantes em 2018 para 538,8 mil até dezembro de 2019. Trata-se de um veículo historicamente alinhado à direita liberal na política (BENETTI, 2007) e, apesar da forte queda, ainda é a mais vendida no Brasil, seguida por *Época* e *Carta Capital*.

Em nosso levantamento foi possível identificar que entre o primeiro semestre de 2018 e o primeiro semestre de 2020, não foram publicados perfis de pessoas anônimas, apenas de celebridades e influenciadores digitais brasileiros ou estrangeiros, conforme a tabela abaixo.

**TABELA 1: Perfilados de Veja.**

DATA	PERFILADO				
07/03/2018	Mayra Cardi	17/10/2018	Sig Bergamin	06/11/2019	Filipe Martins
09/05/2018	Marcelo Germano	21/11/2018	Kaique Pacheco	27/11/2019	Rafael Grampá
13/06/2018	Tite	12/12/2018	Angela Ponce	18/12/2019	Rubens Miraglia
13/06/2018	Neymar Jr.	09/01/2019	Alejandro Pedro Bulgheroni	25/12/2019	Monique Elias
13/06/2018	Gabriel Jesus	23/01/2019	Rêgo Barros	29/01/2020	Teresa Cristina
27/06/2018	Cristiano Ronaldo	20/02/2019	Henrique Filho	29/01/2020	Anitta
11/07/2018	Kylian Mbappé	29/05/2019	Rosângela da Silva	12/02/2020	Noah Centineo
01/08/2018	Sean Goldman	29/05/2019	Marie Lafayette	11/03/2020	Adriano Sarney
22/08/2018	Tony Robbins	06/10/2019	Asa Branca	19/04/2020	Bruno Covas
12/09/2018	Ana Khouri	23/10/2019	Karina Kufa	06/05/2020	André Kalil
				20/05/2020	Meyer Nigri

FONTE: Autoria própria.

A partir deste levantamento, optou-se pelos textos a respeito de Neymar e Tite, uma vez que se referem a personalidades que figuram entre os mais conhecidos do país na atualidade.

### “O método e a obsessão do comandante Tite”

O primeiro material a ser analisado é o perfil de Adenor Leonardo Bachi, conhecido como Tite, o atual técnico da seleção brasileira de futebol masculino. De autoria de Alexandre Salvador e Luiz Felipe Castro, o material foi publicado em 8 de junho de 2018, ano de ocorrência da Copa do Mundo da Rússia, o que serviu de justificativa para que esta personalidade “merecesse” um espaço de destaque neste veículo de massiva circulação nacional.

Uma particularidade da cobertura esportiva é que, ao contrário dos ídolos da música ou do cinema, por exemplo, com muita frequência as histórias de vida dos atletas “focalizam características que os transformam em heróis” (HELAL, 2014, p. 127). Isso se deve ao fato de a dor e a luta geralmente serem associadas com o desenvolvimento de um campeão; além disso, ao passo que as celebridades vivem para si e para o seu ofício, os atletas representam a sua comunidade e o seu país. Essa “edição” da história que vai ser contada é feita pela mídia, numa relação de parceria uma vez que o desenrolar das narrativas dependem dos resultados apresentados pelo perfilado em questão.

As escolhas semânticas para a construção discursiva deste material podem ser facilmente identificadas logo de início. No título da matéria, o treinador é apresentado como uma figura de destaque e de fundamental importância: “O método e a obsessão do comandante Tite”. A escolha discursiva de “comandante” é atravessada de sentidos que estão para além daquilo que é exposto, ou, como classifica Orlandi (2005), no interdiscurso e nos apagamentos discursivos. Neste sentido, muito mais do que apresentar Tite como um mero treinador, o sujeito tem sua figura elevada, sendo detida a ele a necessidade de “guiar”, de servir como norte e de orientação de uma coletividade.

A primeira imagem, que serve como uma espécie de apresentação do sujeito perfilado, nos traz importantes características que, se contrastadas com o texto da matéria, servem de legitimidade dos discursos ali construídos. Nela, Tite é apresentado em preto e branco, mas está de cabeça baixa e lendo o que aparenta ser uma Bíblia, associando sua figura com a religiosidade cristã, o que se relaciona com um trecho do material informativo analisado. Além desta foto de apresentação, há a utilização de outras imagens que contribuem para dar veracidade aos elementos narrados no perfil: fotos da carreira como jogador, bilhetes e outras personalidades citadas no perfil aparecem como uma espécie de ilustração comprovativa para os fatos narrados e ajudam a dar força discursiva a estes na situação de emissão do discurso.

O perfil do treinador é composto por diferentes momentos. O primeiro deles, talvez como uma estratégia de apresentação, é uma espécie de resposta à pergunta “Quem é o Tite treinador?”. Apresentado como um “filho” de uma “escola gaúcha de treinadores”, sua figura de importância como treinador da seleção brasileira de futebol é amparada por um discurso que parece uma espécie de “coincidência não coincidente”. Essa assertiva anteriormente exposta pode ser justificada no discurso dos responsáveis pela produção do material, em um trecho que parece que os jornalistas “se colocam” no discurso ao afirmarem que, observando o perfil dos treinadores da seleção brasileira nas últimas décadas, “(...) é possível extrair um padrão. (...) apenas treinadores gaúchos se revezaram na missão de comandar o time”.

Na construção narrativa do material analisado, é importante destacar a constante associação entre o perfilado e o personagem Tarás Bulba, da novela que leva o mesmo nome, de autoria de Nikolai Gógol. A construção discursiva amparada na comparação engrandece a figura do treinador de futebol na medida em que enxerga nele características essencialmente positivas que elevam sua importância, perceptíveis pela utilização de

termos como “grande capacidade”, “carisma inigualável” e “astutos, estudados e inteligentes”. Neste trecho, os autores do perfil parecem se retirar do discurso ao colocarem tal comparação como de autoria do historiador da Universidade de São Paulo, Lucas Simone. Tal menção ajuda a dar credibilidade à narrativa construída e, de certa forma, traz ao leitor novos elementos muitas vezes desconhecidos, a fim de talvez incitar a curiosidade. Para França e Simões (2014, p. 1070), uma personalidade de destaque não se estabelece apenas em razão de dons especiais e exclusivos como um grande talento, ao contrário, no contexto da sociedade midiaticizada, as figuras que se sobressaem no noticiário são aquelas que conseguem afetar a experiência das pessoas comuns no seu cotidiano.

Há, sobretudo neste perfil, uma capacidade narrativa dos jornalistas em estabelecer critérios de apresentação do perfilado. Ora há a opção de aproximar a figura de Tite de outros treinadores, como uma tentativa de construir uma resposta consistente ao questionamento de “Quem é Tite?”, com menção às capacidades desenvolvidas na escola gaúcha de técnicos em “(...) montar equipes de marcação rigorosa, preparo físico extraordinário e, acrescentando a essa força a habilidade do toque de bola, capazes de chegar ao gol (...)”, ora sua figura é afastada da “normalidade” e suas habilidades individuais parecem justificar a sua posição de treinador de uma seleção de tamanha relevância no cenário mundial, tal como pode ser percebido no trecho retirado do material analisado.

[...] Quando se compara Tite com seus antecessores na liderança da seleção, há uma diferença continental. Ele tem prazer em beber da história do futebol brasileiro, é obcecado pela recuperação de lances famosos que, vistos e revistos, eventualmente repetidos à exaustão nos treinos, podem ser úteis (CASTRO; SALVADOR, 2018).

Há, acima de tudo, uma tentativa de humanização do treinador, que em diversos momentos é tratado como “mestre”. Visto por muitos como uma figura distante ou inacessível, tal como pode ser percebido em “Para o ex-zagueiro uruguaio Diego Lugano, que nunca foi treinado por Tite, ele é um ‘encantador de serpentes’”, há, no perfil, a utilização de declarações de conhecidos e amigos que o humanizam e ajuda a trazer o perfilado para o “mundo dos comuns”, o que é descrito no trecho seguinte, ao expor que “(...) Tite não concorda com a definição, mas diz aceitar críticas, desde que não sejam ‘rasas, baseadas no ganha e perde’” ou ainda em “O treinador não se furta a falar de suas frustrações, que chama de ‘fantasminhas’”.

---

Conforme Gustavo Sanfelice (2009, p. 6), a cobertura esportiva da mídia não se limita ao evento em si, neste caso a realização do principal torneio mundial da modalidade, mas reflete também aspectos socioculturais, políticos, econômicos, entre outros. Nesse contexto surge a necessidade de construir heróis, personalidades que consigam estabelecer uma “relação dialética” com os torcedores e o grupo social a que pertencem (HELAL, 2014, p. 127).

Um último elemento a ser destacado neste material é a capacidade narrativa dos jornalistas envolvidos na produção em apresentar o perfilado, seja descrevendo situações ou apresentando curiosidades que servem como “aproximação” entre os universos do perfilado e dos potenciais leitores deste material. A fé, tomada como elemento do âmbito da vida privada, é utilizada como um dos elementos que, segundo critérios dos autores do perfil, merece destaque no processo de humanização do personagem da matéria. É evidente um forte recurso narrativo de descrição, na medida em que os jornalistas apresentam que Tite.

[...] Reza todos os dias no pequeno santuário que mandou montar no escritório da CBF, com uma imagem de Nossa Senhora. Leva no punho esquerdo uma pulseira-amuleto, semelhante àquela com que presenteia os familiares que passam por problemas de saúde (CASTRO; SALVADOR, 2018).

Apresenta-se ainda, alguns aspectos curiosos a respeito do papel social de treinador detido por Tite. Anotações à mão de citações famosas ou simples pensamentos cotidianos do treinador são expostos tanto na narrativa. Segundo o perfil, “o hábito de anotar tudo que vê, lê ou pensa” rendeu a ele materiais em que “foram registradas frases de outros e dele mesmo, cultivadas como quem coleciona selos”. Este fato tanto é comprovado com a exposição destas anotações quanto, no decorrer do perfil, recorre-se a amigos e companheiros de trabalho do perfilado, que comprovem as afirmações ali expostas.

Para concluir a narrativa, os jornalistas reconstróem a história de Tite ainda enquanto jogador, revelando suas fraquezas e incertezas. Ao afirmar que “Tite não descansa, vive do futebol” e lembrar o fim precoce de sua carreira como jogador de futebol, há o que parece ser uma “compensação discursiva”. Se, por um lado, é exposto que o treinador teve uma carreira conturbada dentro de campo, parece que fora dele encontrou um caminho exitoso. O “zelo [...] pela organização” e seu foco, até mesmo esquecendo-se de seus demais papéis como marido e amigo, por exemplo, parecem servir de prova ou justificativa para que sua figura mereça destaque no veículo informativo.

### **“Tudo é permitido para Neymar”**

O segundo perfil, sobre o atacante do Paris Saint-Germain e da seleção brasileira, Neymar Jr., é de autoria de Tiago Leme. A construção discursiva do perfil de Neymar é feita quase que integralmente através do recurso de comparação com uma obra literária de referência clássica, assim como o perfil anteriormente analisado. No caso deste, escolhe-se “Os demônios”, de Fiódor Dostoiévski para auxiliar na construção do papel “controverso” e maniqueísta construído pelo atleta: ora exaltado como um Deus, ora colocado no extremo oposto.

Antes de analisar o material, apoiando-se na narrativa textual, é importante voltar o olhar para a construção da narrativa imagética que compõe a matéria. Além da ilustração da capa da obra “Os demônios”, usada como fio condutor para construção deste perfil, o que temos são as representações de um atleta essencialmente humanizado, fato que pôde ser comprovado no texto que é apresentado. Se na primeira imagem, responsável por “apresentar” o atleta ao público, temos um Neymar de cabeça alta, de semblante sério e com roupas formais, nas demais o que vemos é um conjunto de fotos que mostram cenas cotidianas do atleta, retiradas de sua rede social, o Instagram. As fotos, apresentadas em sequência, demonstram Neymar em roupas casuais, sorrindo e expõem suas intimidades: o gosto por jogos eletrônicos e o registro de um beijo em sua namorada quando estava numa cadeira de rodas, por ocasião de uma lesão, expondo um momento de fragilidade do atleta.

O jornalista responsável pela produção do perfil opta por construir seu texto na busca por similaridades e disparidades entre Neymar e a narrativa literária de Dostoiévski, que, se associado à vida cotidiana do atleta, assemelha-se “o craque que ninguém para e como o provocador que não se emenda”. O fundamento que justifica esta comparação parece ser um elemento singular notado pelo jornalista biógrafo, uma sequência de tatuagens no antebraço esquerdo nas proximidades do punho: um escudo de um guerreiro montando um leão e o versículo bíblico “Vistam-se com toda a armadura que Deus dá a vocês para ficarem firmes contra as armadilhas do diabo”, exposto em Efésios 6:11. As contradições da figura de Neymar ficam expostas nos discursos contidos no perfil. Se por um lado, o atleta é apresentado como “genial atacante” e como “[...] menino que nasceu para ser o novo Pelé”, trazendo à tona elementos de uma possível narrativa do herói, presente nas reflexões de Joseph Campbell (2007), de outro, a sua “juventude” é usada

---

para talvez justificar os percalços da carreira do atleta, tal como exposto em “Esse tom abusado, até compreensível em um jovem de 26 anos cujos ombros suportam o mundo (...)” parecendo revelar-nos as fragilidades da figura do ídolo construído midiaticamente. O estilo “menino” de Neymar também é justificado no texto em uma afirmação do próprio atleta, que descreve uma situação controversa de sua carreira como “Vão falar um monte de besteira. Faço isso com meus amigos, por que não posso fazer com meu adversário?”.

Em diversos momentos, para justificar as similaridades entre Neymar e o personagem central da obra de Dostoiévski, são usadas citações literais da obra. Estas são comparadas tanto a declarações diretas de Neymar quanto àquelas expostas por meio de seu principal canal de contato com os seus fãs, a rede social Instagram. É também pela menção à rede social que o jornalista faz a “ponte” para a humanização do atleta, retirando a figura “inacessível” detida pelo atleta. Em meio aos relatos de “infantilidade” e de certa perversidade do atleta, há uma constante oposição à figura de um Neymar arrependido e resiliente, que pode facilmente ser comprovado com a declaração dada pelo mesmo: “Errei muitas vezes, vou errar ainda, mas tento melhorar”. O processo de construção de um perfil de Neymar enquanto figura mais humanizada é ainda complementado com a exposição de pessoas que o auxiliam neste processo, seus amigos e responsáveis pela gestão de sua carreira. Para Ronaldo Helal (2014, p. 131), as narrativas midiáticas sobre esporte no Brasil costumam partir do pressuposto de que não basta apresentar bom desempenho nos jogos, há a cobrança pelo preenchimento de outros elementos como o altruísmo, isto é, a preocupação sincera com o semelhante, para que o atleta possa vir a merecer posição de herói do esporte.

A menção à Tite enquanto figura responsável por resgatar o profissionalismo do atleta e o pôr “nos eixos”, é de fundamental importância no processo de construção narrativa do perfil do atacante da seleção brasileira, uma vez que, segundo Tiago Leme, “Os abraços de Tite no fim das partidas, demorados, são um modo de trazer Neymar à terra, de volta à realidade”. É do treinador a responsabilidade de orientar e encaminhar o atleta ao bom desempenho em prol de um benefício coletivo. Considerado por Tite como “insubstituível”, Neymar é descrito pelo jornalista como “filho pródigo”, que, tal como a parábola bíblica, se arrepende e volta à casa, sendo rememorada pelo jornalista do perfil através da menção ao quadro de Rembrandt, exposto no museu Hermitage, em São Petersburgo. Parece haver uma tentativa de amenizar o “mau comportamento” do jogador em função do seu papel essencial na disputa pelo campeonato, de modo que suas falhas

são perdoadas em razão de “um bem maior”. Para Helal (2014, p. 129), é comum que a mídia brasileira coloque o talento extraordinário dos grandes jogadores no patamar das coisas que não podem ser explicadas, fazendo com que essas personalidades sejam vistas como únicas e incomparáveis. É a redenção do ídolo problemático.

Se no início do perfil, o jornalista opta por fazer menção às tatuagens de Neymar para conduzir a narrativa, este também é o recurso utilizado para finalizá-la. Ao se referir a uma outra imagem também do braço esquerdo do atleta, que diz “*Life is a joke*”, ou “A vida é uma piada”, em tradução literal, o jornalista projeta uma expectativa em relação ao desempenho do atleta na Copa do Mundo da Rússia, disputada em 2018. No trecho, Leme afirma que “Muitas vezes é mesmo, mas as Copas não perdoam. Elas projetam ou dizimam as lendas do futebol”.

Para justificar a menção à tatuagem e a relação estabelecida entre a figura de Neymar e o personagem protagonista da obra do escritor russo, o jornalista optou por utilizar da declaração de uma figura de autoridade no assunto, um doutor em Letras e pós-doutor em literatura russa, Flávio Ricardo Vassoler. O que nos parece é que o jornalista, ao colher as informações com uma figura de autoridade no assunto, tem aí seu fio condutor para composição da narrativa textual do perfil. Isto pode ser comprovado essencialmente pela escolha do título do material jornalístico produzido: “Tudo é permitido para Neymar”. Na declaração, o entrevistado afirma que “Para Stavróguin, afeito a quebrar as normas e os tabus, tudo é permitido” (...) “Neymar é assim”, declaração esta que encerra o perfil.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações empreendidas no decorrer dos séculos orientaram as percepções que os indivíduos tinham da realidade que os cercava. Se a midiaticização das sociedades colaborou para o surgimento de uma esfera pública para discussão e reverberação de temas relevantes ao coletivo, cabe ao jornalismo expor as personalidades que se destacam nesta arena aberta que se transformou a sociedade. Apesar do advento e da popularização das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs) e das novas configurações relacionais do mundo contemporâneo, o que vemos é que, assim como nos seus primórdios, há uma regularidade na resposta ao questionamento “Quem merece um perfil?”: indivíduos que, não importa a área da vida social, têm um papel de influência e relevância frente a uma coletividade.

É apoiado nesta afirmação que nos propomos a responder a pergunta que orienta este artigo: De que forma o perfil biográfico de personalidades do universo do futebol atuaram como balizadores de valores na sociedade midiaticizada? Para compreender isto, devemos ter em mente que as notícias, assim como os demais formatos jornalísticos, têm lugar e temporalidade próprias. Neste sentido, ao olhar para o corpus aqui analisado, às vésperas do mundial disputado na Rússia, procuramos desvelar os sentidos presentes explícita e implicitamente nos discursos dos profissionais responsáveis pelas produções dos perfis.

Ao olharmos comparativamente o material analisado, temos uma regularidade na construção discursiva de ambos, seja no que se refere à narrativa textual ou imagética. A primeira foto, de apresentação do sujeito retratado, é sempre posta em preto e branco e trata de introduzir ao leitor do perfil alguns elementos identificativos dos perfilados, ocupando o espaço de uma página inteira. Já no que tange à estrutura narrativa, temos, nos dois casos, comparações com obras literárias clássicas que auxiliam os jornalistas biógrafos na construção da narrativa apresentada, sempre traçando o caminho da comparação entre a figura do atleta/treinador com as personagens centrais, ora aproximando-os, ora revelando seus pontos de deflexão, revelando fragilidades e comportamentos desviantes. Esta comparação, mais do que partir de impressões subjetivas dos autores do material, decorrem de impressões de personalidades especialistas, um historiador e um doutor em linguística, tal como uma espécie de validação de um discurso construído e socializado por um sujeito em situação de emissão privilegiada e de maior conhecimento.

## REFERÊNCIAS

- ASSIS, Francisco de. *Jornalismo Diversional: função, contornos e práticas na imprensa brasileira*. 2014. 445 f. **Tese (Doutorado em Processo Comunicacionais)** - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2014.
- BENETTI, Márcia. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. **LÍBERO**, n. 20, p. 37-46, 2007.
- BENETTI, Márcia. Análise de Discurso como método de pesquisa em Comunicação. In: MOURA, Cláudia Peixoto de. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 235-256.
- BENETTI, Márcia. Análise do Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2018. p. 107-122.

- BOAS, Sergio Vilas. **Biografias e biógrafos: jornalismo sobre personagens**. São Paulo: Summus, 2002.
- BOAS, Sergio Vilas. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.
- BRAGA, José Luiz. Instituições & Mídiação – um olhar comunicacional. In: FERREIRA, J et al. **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a mídiação?** Santa Maria: FACOS - UFSM, 2018. p.291-314
- CAMPBELL, Joseph. **O Herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix /Pensamento, 2007.
- FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma «analítica» da mídiação. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.
- FRANÇA, V. R. V.; SIMÕES, P. G. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiática. Revista **FAMECOS**, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, 4 fev. 2015.
- HELAL, Ronaldo. Mídia e idolatria no futebol. In: FRANÇA, V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P. **Celebidades no Século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- HJARVARD, S. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.
- JORNAIS no Brasil perdem tiragem impressa e venda digital ainda é modesta**. Poder 360, Brasília, 26 nov. 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/jornais-no-brasil-perdem-tiragem-impressa-e-venda-digital-ainda-e-modesta/>. Acesso em nov. 2020.
- LEME, Tiago. **Tudo é permitido para Neymar**. Veja, 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/revista-veja/tudo-e-permitido-para-neymar/>. Acesso em: 30 abr. 2021.
- MAIA, Marta Regina. Perfil: a composição textual do sujeito. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 39, n. 1, p. 39-56, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2RQcTMu>>. Acesso em: 05 abr. 2021.
- MARTINO, Luiz Mauro Sá. Mídiação da política, entretenimento e cultura pop: dimensões conceituais e práticas. **InMediações**, v. 14, p. 145-164, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2918>. Acesso em: 30 mar. 2021.
- MEDEIROS, Fernanda de Faria. Self suor e exposição da vida íntima: a imagem de Gabriela Pugliesi no contexto da mídiação. In: CARVALHO, Carlos Alberto de. **Mídiação e Textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017. p. 224-243.
- ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005.
- REMNICK, David. **Life Stories: profiles from The New Yorker**. Nova Iorque: The Modern Library, 2000.
- ROCCO, Fiammetta. Síndrome de Estocolmo: Jornalista em sequestro. In: GLOVER, Stephen. **The Penguin book of Journalism: secrets of the press**. London: Penguin Books, 1999. p. 48-59.
- SALVADOR, Alexandre; CASTRO, Luiz Felipe. **O método e a obsessão do comandante Tite**. Veja, 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/revista-veja/o-metodo-e-a-obsessao-do-comandante-tite/>. Acesso em: 30 abr. 2021.
- SILVA, Amanda Tenório da. O perfil jornalístico: possibilidades e enfrentamentos no jornalismo impresso brasileiro. **Revista Eletrônica Temática**, ano V, n. 10, 2009. Disponível em: <<https://bit.ly/2kNexnm>>. Acesso em: 30 abr. 2021.
- SOUZA, Sérgio. **Análise de discurso: procedimentos metodológicos**. Manaus: Census, 2014.