
Rede Globo e Ayrton Senna: o papel da Rede Globo na mitificação do piloto¹

Tatiana Alencar BATISTA²

Carlos VELÁZQUEZ³

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

O trabalho apresentado objetiva analisar como a mídia pode influenciar na mitificação e na criação de heróis e vilões, focando especificamente no papel da Rede Globo na mitificação de Ayrton Senna. Este trabalho não tem o intuito de provar que a Rede Globo criou o mito Ayrton Senna, mas sim, de mostrar como a emissora não só contribuiu como teve um peso grande nesse processo, inclusive após a morte do piloto, em que o mito se consolidou de fato. Serão explorados os motivos pelos quais uma sociedade precisa de ídolos e pelos quais a própria Rede Globo também precisa. Para isso, foi feita uma análise de reportagens da Rede Globo e das entrevistas com pessoas ligadas à Senna, além da apropriação de conteúdos dos principais especialistas sobre a vida e carreira do piloto: Ernesto Rodrigues e Rodrigo França. Foi abordado ainda o contexto histórico da Era Senna e qual era a situação do futebol na época, que foram outros fatores que, além do próprio talento e carisma de Senna, ajudaram a perpetuar um mito que é cultuado até os dias de hoje. A base teórica carrega conceitos sobre a cultura de massa do século XX, de Edgar Morin, além dos conceitos de Sigmund Freud, Carl Jung e Pierre Bourdieu, entre outros autores, que ajudam a entender como se dá esse processo de mitificação de uma coisa ou um indivíduo. Através desta pesquisa, concluiu-se que a mídia exerce um poder sobre as massas, que a sociedade carece de referências e a Rede Globo teve sua parcela de contribuição na mitificação de Ayrton Senna.

PALAVRAS-CHAVE: Mito; Ídolo; Poder simbólico; Líder carismático; Mídia.

Introdução

Esta pesquisa discute o papel da Rede Globo na mitificação de Ayrton Senna, buscando apontar os principais elementos que contribuíram para a construção do mito. Para isso, foi feita uma análise de algumas reportagens da Rede Globo na cobertura da morte de Senna em 1994, a cobertura do cortejo do caixão de Ayrton até o local do velório, além de analisar também as narrações de Galvão Bueno das principais corridas do piloto.

1 Trabalho apresentado na IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

2 Estudante de Jornalismo da Universidade de Fortaleza - Unifor, e-mail: tatialencarb@gmail.com

3 Orientador do trabalho. Professor que atua nas áreas de Estética, História da Arte e Mitologia da Universidade de Fortaleza, Unifor, e-mail: caveru@unifor.br

Além disso, foi preciso entender também o contexto histórico do Brasil na época de Senna, tanto esportivo quanto político, além de traçar o perfil de seus antagonistas na época, necessários para entender porque a Rede Globo escolheu Ayrton Senna em vez do compatriota Nelson Piquet, por exemplo, também tricampeão mundial. Essa análise é fundamental para entender o motivo que levou Ayrton Senna a virar um herói nacional e, após a morte, uma espécie de santo.

O papel da mídia na criação de um ídolo é fundamental. No Brasil, a Rede Globo é a emissora de maior audiência e alcance, detentora dos direitos de transmissão da Fórmula 1. A maneira que encontrou de fazer o brasileiro se apaixonar pela modalidade e, conseqüentemente se tornar um telespectador assíduo, foi ajudando a consolidar um mito. O talento e carisma de Senna somado aos interesses da Rede Globo, além do contexto histórico da época, foram pilares fundamentais na construção de um típico herói nacional.

Podemos dizer que a Globo não ajudou especificamente a criar um ídolo, isso Ayrton Senna talvez seria por si só, mas é necessário lembrar que sem as transmissões da principal emissora do país, sem as narrações icônicas de Galvão Bueno e o trabalho de marketing feito pela emissora em cima do piloto, durante a vida e, sobretudo, após a morte, seria mais difícil esse ídolo ser considerado um herói nacional, um mito e até um santo. Uma imagem que é, até hoje, atribuída ao piloto. Claro, tudo isso, somado ao fato do Brasil carecer de ídolos da época e, da sociedade como um todo, precisar de referências.

Se vale da posse de certas formas de saber inacessíveis aos demais, de doutrinas, de conhecimentos, até mesmo apenas de informações, ou então de códigos de conduta, para exercer uma influência sobre o comportamento de outrem e induzir os componentes do grupo a agir de um determinado modo e não de outro. (BOBBIO, 2000 p. 221)

Bourdieu (2007) já observava essa questão de interesses próprios se mascararem de interesses coletivos, ressaltando que as ideologias, produto coletivo e coletivamente apropriado, servem de interesses particulares apresentados como interesses de todos.

A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os seus membros e distinguindo-os das outras classes); para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções

(hierarquias) e para legitimação dessas distinções. (BOURDIEU, 2007, p. 10)

Não é de hoje que a mídia tem um papel importante na criação de heróis, ídolos e mitos, mas esse processo de mitificação só é eficaz porque a sociedade parece carecer de referenciais e, por isso, inconscientemente projeta seus anseios em outros indivíduos.

Ayrton Senna representa bem o que Morin (2002) vai chamar de novo Olimpo, que ele explica ser o produto mais original do novo curso da cultura de massa. Um herói mais humanizado, que fala a mesma língua do público – Senna era evangélico e conservador, falava sobre Deus em quase todas as suas entrevistas – e que se relaciona com mortais. No caso de Senna, ele chegou a se relacionar com a apresentadora Xuxa, a estrela da Rede Globo à época, mas sua última namorada foi Adriane Galisteu, uma jovem de 21 anos, humilde, que ganhava a vida fazendo bicos de modelo e como *grid girl*, em Interlagos.

Morin (2002) explica que os novos olímpianos são modelos imitáveis – Senna não estava dentro do padrão de beleza, era evangélico e seu discurso era simples – na vida privada que levam, mas são sobre-humanos no personagem que interpretam e encarnam. “A imprensa de massa, ao mesmo tempo em que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação.” (MORIN, 2002, p. 104)

1. Por que a sociedade precisa de ídolos?

Ayrton Senna da Silva morreu no auge da vida e da carreira. Até hoje, quem viveu aquela época lembra exatamente o que estava fazendo na hora da morte do piloto, no domingo do dia 1º de maio de 1994, mais um dia em que o Brasil parou para torcer por Senna. Logo depois, o país paralisou diante da imagem da Williams de Senna colidindo com a curva Tamburello, em Ímola na Itália. Naquele momento, a torcida era pela vida de Senna.

Rodrigues (2004) relata que, às 18h40, horário italiano, Senna não apresentava mais nenhuma atividade cardíaca. Estava morto. O Jornalista da Rede Globo Roberto Cabrini entrava no ar para anunciar: "Uma notícia que a gente nunca gostaria de dar: morreu Ayrton Senna da Silva". (RODRIGUES, 2004, p. 501) Para

muitas pessoas, inclusive aqueles que estavam no hospital esperando notícias do piloto, era difícil crer que um herói nacional havia partido. Para muitos, mesmo que inconscientemente, Senna era visto praticamente como um ser imortal, imune a qualquer tipo a fatalidade.

Livio Oricchio, em sua reportagem para O Estado de São Paulo, escreveu que as pessoas em volta reagiram como se ninguém esperasse. Algumas choraram. Outras saíram correndo da sala em busca de um telefone. Giovanni Gordini, que anos depois se tornou chefe daquela UTI do hospital Maggiore, disse, dez anos depois, que ficou impressionado com o número de pessoas que duvidaram dos médicos. O próprio Leonardo Senna quis saber dele se Ayrton ainda estava mesmo vivo. (RODRIGUES, 2004, p. 501)

Até esse dia, Senna já era visto como um herói nacional. Era tricampeão mundial, dono de recordes impressionantes, de feitos marcantes. Responsável por levar o nome do Brasil para o mundo todo. Além dos feitos na pista, tinha o carisma de um líder, a competitividade e a raça de um herói e o discurso religioso que o aproximava do povo brasileiro. Depois da morte, o mito se consolidou. O cortejo do corpo de Senna pelas ruas de São Paulo até o local do velório foi exibido pela Rede Globo, no dia 04 de maio de 1994. As ruas tomadas de gente seguindo o carro de bombeiros que levava o corpo do piloto. Uma música triste, ao fundo, sem qualquer narração, embalava a transmissão da emissora. As imagens bastavam. Milhares de pessoas na rua. Um correndo, outras sentadas, chorando inconsoláveis. Muitos transitavam com camisas da seleção brasileira, outros erguiam imensas bandeiras com as cores do Brasil. Vez ou outra, a câmera dava *close* nas reações das pessoas. Mão na boca, rosto perplexo, ainda sem conseguir acreditar. Algumas crianças, ainda muito novas, acenavam para o piloto. Os bombeiros também não conseguiam aguentar a emoção.

Segundo Rodrigues (2004), o que mais impressionou o jornalista Mair Pena Neto, no velório de Senna, em maio de 1994, foi a santificação imediata do piloto. Mair abriu os bilhetes que foram jogados no caixão pelas pessoas que passavam em fila no saguão para se despedir do ídolo morto. “Não eram mensagens de adeus ou declarações de amor ou admiração. Eram pedidos de graças e de curas. Para muitos daqueles anônimos, Senna já tinha se tornado um santo.” (RODRIGUES, 2004, p. 538)

Maria do Carmo da Silva, na sua vez de passar à frente do caixão, jogou um papel com a oração de Santo Expedito. Depois, explicou: - Pedi ao Senna que ajude meu filho. Ele bebe muito. Para a jovem Zuleika da Costa Rosa, de 16 anos, que acompanhava a cobertura do velório na tevê de sua casa, na periferia de Curitiba, a morte de Senna foi o impulso para um gesto trágico, em meio a uma crise de depressão que durava semanas. Zuleika se matou com um tiro na cabeça. A mãe, a faxineira Cleusa Aparecida Costa Rosa, encontrou um bilhete ao lado do corpo da filha: "vou ao encontro de Senna." (RODRIGUES, 2004, p. 539)

Freud (2012) observa que pessoas ou coisas estão sujeitas a se transformarem em um objeto de tabu. A pessoa, no caso Ayrton Senna, adquire uma espécie de força mana (influência mágica) e se torna, portanto, um ser inalcançável, que não pode ser questionado ou violado. "Pessoas e coisas vistas como tabu, podem ser comparados a objetos carregados de eletricidade; são a sede de um poder tremendo [...] Um tabu geral pode ser instituído por uma região inteira, como uma interdição eclesiástica, e durar anos e anos." (FREUD, 2012, p.20)

Até hoje, é difícil sustentar uma opinião de que, por exemplo, Senna não foi o melhor de todos os tempos. Ano após ano, a Rede Globo torna a lembrar seus feitos. Schumacher foi heptacampeão do mundo; Piquet, assim como Senna, foi tri; Prost foi tetra; mas, para a Rede Globo, não resta a menor dúvida que Senna foi o melhor piloto do mundo, isolado. E isso permanece no inconsciente coletivo dos brasileiros e no imaginário popular como uma espécie de tabu. Segundo Jung (1988), esse endeusamento de um ser humano, esse comportamento quase irracional é como uma histeria. Ele afirma que todos os histéricos são seres atormentados que não querem lidar com a sua própria inferioridade.

Muller (1992) observa que os heróis exercem um fascínio sobre as pessoas porque nos identificamos com ele. De alguma forma, ele está ali para defender nossa causa e lutar por nós. "O herói nos fascina tanto porque pura e simplesmente ele personifica o desejo e a figura ideal do ser humano [...] Reencontramo-nos em seus medos e sofrimentos, nos seus combates, vitória e derrotas, na sua luta pela sobrevivência." (MULLER, 1992, p. 5)

A Rede Globo teve sua grande parcela de contribuição na perpetuação no mito Senna, tanto em vida, quanto após a morte. Em maio de 1994, a programação da emissora era quase toda direcionada à morte do piloto. O Jornal Nacional, não só fez

uma cobertura completa, diretamente de Ímola, na Itália, local da tragédia, como também repercutiu o luto das pessoas na rua, da namorada de Senna, entre outros pilotos e amigos devastados com o ocorrido. Uma matéria em especial, na edição do dia 02 de maio de 1994, do Jornal Nacional, chamou a atenção: dentro de uma sala de aula, crianças prestavam suas homenagens ao piloto. Na cabeça chamando a matéria, o âncora Sérgio Chapelin enunciava: “No Rio, um grupo de crianças escreveu uma carta para a família de Ayrton Senna. São crianças que estão apenas começando a ler, mas já aprenderam a dor de perder um herói.”

O texto da reportagem de Sandra Moreyra começava dessa forma: “A escola no subúrbio do Rio teve um dia diferente. As crianças chegaram tristes, abatidas, nervosas. Na conversa, um só assunto: Ayrton Senna morreu. Um ídolo se foi.” Na matéria, crianças relatando que suas famílias choraram a morte do ídolo; outra criança não conseguia falar, apenas soluçava. Uma lamentava: “ele não podia morrer.” Em um dos *offs* da matéria, o seguinte texto: “Danilo não quis falar com ninguém; Paulo Vitor ficou engasgado; Cadu só pensava na mãe do piloto.” A reportagem termina com as crianças lendo uma carta que fizeram para a família de Senna, enquanto em sequência, imagens delas e até da professora chorando iam passando para encerrar a matéria. A cobertura feita pela Rede Globo da morte de Senna foi assim. Repleta de sentimentalismo, envolvendo o sofrimento e a inocência de crianças, ajudando a não só consolidar o mito Ayrton Senna, mas criar um herói ou até mesmo um santo.

É muito provável que nenhuma dessas crianças assistisse de fato uma corrida de Fórmula 1. Trata-se de uma modalidade não tão atrativa quanto o futebol para os olhos de uma criança, mas todas elas cresceram admirando e idolatrando o piloto. Esse não é um fenômeno isolado, Senna já estava introduzido no inconsciente coletivo do povo brasileiro. “Uma [camada] mais ou menos superficial do inconsciente é indubitavelmente pessoal. Nós a denominamos de inconsciente pessoal. Este, porém, repousa sobre uma camada mais profunda, que já não tem sua origem em experiências ou aquisições pessoais, sendo inata.” (JUNG, 2000, p. 15) Ainda segundo Jung (2000), o inconsciente profundo não tem natureza individual, mas universal. Possui conteúdos e modos de comportamento que são os mesmos em todas as pessoas

Um bom exemplo do poder da mídia e da propaganda é o caso do governo da Coreia do Norte. Segundo Andrade e Silva (2017), nos regimes que adotam uma

postura mais autoritária, é muito comum o culto ao líder. Kim II-sung não é visto apenas como um líder e fundador teórico do socialismo norte-coreano, mas como uma espécie de mito e salvador de uma nação. Para a construção de um mito, o papel da mídia é fundamental. No caso, de Kim II-sung, ele tinha o monopólio de todos os veículos de comunicação do país. Se numa democracia é possível manipular facilmente as massas através da propaganda, numa ditadura, então, a manipulação ganha proporções inimagináveis.

Demick (2013) afirma que Kim II-sung usou suas ideias dos tempos de guerrilheiro antinipônico para manipular e converter a população norte-coreana. A ideia é que a vontade individual deve se submeter à vontade coletiva. Essa afirmação não seria tão problemática se ele não tivesse afirmado também que para isso acontecer é preciso seguir sem questionar um líder absoluto. E o líder a ser idolatrado, claro, era ele mesmo.

Bourdieu (2007) atentava para o fato de que esse poder quase mágico, exercido pelo líder em seu povo, através da força física ou econômica, só se concretiza de fato, se for reconhecido e ignorado como arbitrário. Por isso, Kim II-sung queria também ser amado. Queria que as pessoas acreditassem de fato que ele era o salvador da nação. Através da mídia, é fácil criar essa imagem. Uma boa propaganda mostra que não é preciso ser, e sim, parecer.

Locutores falavam de Kim II-sung ou de Kim Jong-il sem tomar fôlego, à maneira dos pregadores pentecostais. Jornais norte-coreanos traziam relatos de fenômenos sobrenaturais. Dizia-se que o mar revolto tinha se acalmado quando marinheiros agarrados a um barco que naufragara cantaram hinos em louvor a Kim II-sung. [...] Kim II-sung era Deus, então Kim Jong-il era o filho de Deus. Como o de Jesus Cristo, o nascimento de Kim Jong-il teria sido anunciado por uma estrela radiante no céu e pela aparição de um lindo arco-íris duplo. Uma andorinha desceu dos céus para cantar o nascimento de um “general que governará o mundo”. (DEMICK, 2013, p. 56)

Demick (2013) conta que, na Coreia do Norte, era comum haver murais mostrando Kim II-sung rodeado de crianças olhando para ele com um ar de adoração. Na imagem, cores vívidas. Ao fundo, brinquedos. Ele não queria ser Ióssif Stálin, mas sim, o Papai Noel. Kim II-sung queria ser amado, visto como um pai que inspira respeito e amor. E nada disso teria funcionado sem o apoio da mídia.

2. A importância do contexto histórico da época

Jung (2000) já observava que existe um inconsciente coletivo e que os mitos refletem os desejos e pulsões coletivos de uma sociedade. Para isso, ele usa o exemplo dos acontecimentos da natureza como as estações e fases da lua que são, segundo Jung, “expressões simbólicas do drama interno e inconsciente da alma, que a consciência humana consegue apreender através da projeção – isto é, espalhadas nos fenômenos da natureza.” (JUNG, 2000, p 18)

Há muito tempo o Brasil é considerado o “país do futebol” para os olhos do mundo e também para si mesmo. O esporte, entretanto, não nasceu aqui. Foi na Inglaterra, por volta do século XVII, que o futebol ganhou regras bem definidas e foi ganhando, também, popularidade no restante do mundo.

No Brasil, o futebol começou, segundo Franco Júnior (2013), após a instituição da república. Quatro décadas mais tarde, a modalidade já se misturaria com a identidade brasileira, já que o país apresentou ao mundo uma nova maneira de jogar futebol. Uma maneira mais plástica, que encantava os espectadores e que comumente chamamos de “futebol-arte”.

[...] o nosso estilo de jogar futebol me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de brilho e de espontaneidade individual [que] parece exprimir de modo interessantíssimo para os psicólogos e os sociólogos o *mulatismo flamboyant* e, ao mesmo tempo, malandro que está hoje em tudo que é afirmação verdadeira do Brasil (FREYRE, 1945, p. 421)

Eduardo Gonçalves de Andrade, o Tostão, ex-jogador brasileiro, costumava afirmar que “nós, brasileiros, somos pobres e humilhados. O futebol é a nossa vingança”. Depois de conquistar a taça da Copa do mundo de 1958, a seleção brasileira ajudou a fazer despontar um sentimento patriótico na nação.

Vejam como tudo mudou. A vitória passará a influir em todas as nossas relações com o mundo. Eu pergunto: que éramos nós? Uns humildes. O brasileiro fazia-me lembrar aquele personagem de Dickens que vivia batendo no peito: ‘Eu sou humilde! Eu sou o sujeito mais humilde do mundo!’. Vivia desfraldando essa humildade e a esfregando na cara de todo mundo. E, se alguém punha em dúvida a sua humildade, eis o Fulano esbravejante e querendo partir caras. Assim era o brasileiro. Servil com a namorada, com a mulher, com os credores. Mal comparando, um São Francisco de Assis, de camisola e alpercatas. Mas vem a deslumbrante vitória do escrete e o brasileiro já trata a namorada, a mulher, os credores de outra maneira; reage diante

do mundo com um potente, um irresistível *élan vital*. E vou mais além. Diziam de nós que éramos a flor de três raças tristes. A partir do título mundial, começamos a achar que a nossa tristeza é uma piada fracassada. Afirmava-se também que éramos feios. Mentira! Ou, pelo menos, o triunfo embelezou-nos. Na pior das hipóteses, somos uns ex-buchos. (Nelson Rodrigues, Manchete Esportiva, 12 de julho de 1958 apud FRANZINI 2003)

O problema é que depois de vencer as Copas do Mundo de 1958, 1962 e 1970, de mostrar ao mundo certa superioridade que um país de terceiro mundo, enfim, conseguia ter, a seleção brasileira passou por um período de 24 anos sem conseguir conquistar mais nenhum campeonato mundial.

Em 1984, ano que Ayrton Senna entrou para Fórmula 1, a seleção brasileira estava há 14 anos sem ganhar uma Copa. O Brasil estava há 20 anos sob contexto de uma ditadura militar. Só 1985 aconteceriam as primeiras eleições presidenciais diretas depois de duas décadas. Tancredo Neves foi eleito democraticamente naquele ano, mas não chegou a ser empossado, morreu em 15 de março de 1985. O Brasil, mais do que nunca, estava carecendo de ídolos e referenciais. O futebol não triunfava, a política brasileira também não.

O povo brasileiro sentiu a morte de Tancredo Neves e a crise de representatividade se instalou no país. Ayrton Senna da Silva, recém chegado na Fórmula 1, chegaria para preencher uma lacuna e suprir uma espécie de carência do povo brasileiro.

Assim, a cultura nacional, desde a escola, nos imerge nas experiências mítico-vividas do passado, ligando-nos por relações de identificação e projeção aos heróis da pátria [...] A cultura religiosa se baseia na identificação do deus que salva, e com grande comunidade maternal-paternal que constitui a Igreja [...] A cultura humanista procura um saber e uma sensibilidade, um sistema de atitudes afetivas e intelectuais, por meio do comércio das obras literárias, em que os heróis do teatro e do romance, as efusões subjetivas dos poetas, e das reflexões dos moralistas desempenham, de modo atenuado, o papel de heróis das antigas mitologias e de sábios das antigas sociedades. (MORIN, 2002, p. 15)

Morin (2002) chamava a atenção para a importância de referências em uma cultura. Ele afirma que em uma cultura, os mitos, imagens penetram no indivíduo em sua intimidade, inclusive orientando até as suas emoções. “[Uma cultura fornece] pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida

imaginária. Ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve sua personalidade.” (MORIN, 2002, p. 7)

3. Por que Ayrton Senna, senhora Globo?

No Brasil, antes de Senna ingressar na categoria, a Fórmula 1 já era popular por conta dos feitos dos brasileiros Emerson Fittipaldi, bicampeão mundial, e Nelson Piquet, primeiro piloto brasileiro a ganhar título e do tricampeão mundial. Eles foram os pilotos brasileiros mais expressivos antes da Era Senna, mas não foram os primeiros brasileiros a correr na Fórmula 1. Chico Landi disputou seis etapas da categoria entre 1951 e 1953 e mais uma corrida em 1956. Não ganhou nenhuma. Seu melhor resultado foi um quarto lugar no GP da Argentina em 1956. Depois dele, viria Fritz d'Orey, que correu apenas a temporada 1959 e encerrou sua carreira precocemente após um grave acidente.

As transmissões de Fórmula 1 para a TV só começaram a ser feitas exatamente na estreia de Emerson Fittipaldi na Fórmula 1, no Grande Prêmio da Grã-Bretanha em Grendis Hatch, no dia 18 de julho de 1970, pela Rede Record. Já a Rede Globo, passou a exibir a Fórmula 1 no Grande Prêmio da Argentina de 1972. A categoria, então, começou a ganhar mais visibilidade tanto pela grande audiência que a emissora carioca já tinha, como também pelos feitos de Emerson Fittipaldi na pista, vindo a ganhar dois campeonatos mundiais. Por ser um esporte elitista e nada acessível para as classes mais baixas, sobretudo num país de terceiro mundo e com intensa desigualdade social, as transmissões de Fórmula 1 só sustentavam sua audiência no país caso houvesse um brasileiro não só competindo, mas também mostrando bons resultados.

Cerca de uma década mais tarde, Nelson Piquet começaria a chamar a atenção pelo talento nas pistas. Não à toa, foi tricampeão mundial de Fórmula 1 nos anos de 1981, 1983 e 1987. Até então, Nelson era o brasileiro mais vitorioso da categoria e até hoje é reconhecido como um dos melhores pilotos da história da Fórmula 1. O indiscutível talento logo chamou a atenção da imprensa nacional e internacional. Piquet não se destacava apenas pelos feitos na pista, mas também pelo autodidatismo nos assuntos de mecânica, já que era um exímio acertador de carros desde a época do Kart.

Sendo Piquet um piloto brasileiro, de talento incontestável, com três títulos mundiais na conta, a grande questão a ser respondida é: Por que Nelson Piquet, assim como o Senna, não virou um herói nacional? A resposta nada tem a ver com a fama de Nelson nas pistas, mas sim, fora delas. A relação do piloto com a imprensa brasileira era conturbada. Piquet parecia não ter nenhum interesse em ser considerado ídolo no país de origem.

(...) Nelson Piquet também desembarcou no Brasil na mesma época, com o título de campeão mundial, conquistado em Las Vegas. Nelson retardara a volta ao país para fugir do assédio dos torcedores. Justificativa: não era muito seu estilo fazer desfile em carro aberto e outras comemorações. Mais um exemplo da conturbada relação de Piquet com a imprensa e a torcida brasileira. Senna faria questão de não seguir o exemplo. Muito pelo contrário. (RODRIGUES, 2004, p. 41)

Conforme a matéria “Séries grandes duelos Nelson Piquet x Nigel Mansell”, do site Auto Racing, publicada no dia 22 de novembro de 2010, ter ressalvas com Nelson Piquet não era exclusividade da imprensa brasileira. Na Inglaterra, a situação também não era das melhores. Na temporada de 1986, correndo pela Williams, Piquet foi companheiro de equipe de Nigel Mansell, um piloto inglês. Quando o brasileiro recebeu a proposta de Frank Williams, dirigente da escuderia inglesa, para fazer parte da equipe, Piquet olhou com bons olhos porque, de certa forma, subestimou Nigel Mansell, achou que seria fácil ser companheiro de equipe do inglês. Ainda segundo a publicação do portal, Mansell iniciou a temporada de 2016 disposto a calar a crítica, porém Piquet tinha sido contratado para levar a equipe ao título e queria ter as atenções principais da equipe.

Mas o que chamava a atenção da imprensa não era só a rivalidade dos dois pilotos na pista, eram as declarações de Piquet fora dela. Ele era mestre quando se tratava de tirar seus adversários do sério com declarações muitas vezes referentes à vida pessoal dos pilotos. A matéria do site Auto Racing relata que Piquet não se dava bem com a torcida inglesa, chegando a criticar Murray Walker, o maior jornalista inglês de automobilismo. Isso numa entrevista ao vivo.

Não parecia ser a intenção de Piquet de parecer bom moço, de inspirar pessoas ou de representar o seu país. O compromisso de Piquet era exclusivamente em obter bons resultados dentro da pista. Fora dela, não fazia a menor cerimônia para dizer o que pensava. Nigel Mansell, por exemplo, foi alvo de várias piadas infames do

piloto. Piquet dizia que a esposa de Mansell era ”a mais feia do paddock”, uma mulher que ajudou Mansell a crescer na carreira e chegou até a hipotecar sua casa para financiar a carreira do marido. Também taxou Ningel de “chorão”, “reclamão” e “criança”. A conduta não se limitava apenas a Mansell. Sua relação desgastada com a imprensa e sua inimizade com Ayrton Senna ainda seriam cruciais para que grande parte imprensa e a torcida brasileira tomassem o partido de Senna, nascendo assim uma trama bem definida com o “mocinho” e o “vilão”.

Após a morte de Senna, para continuar sustentando a audiência da Fórmula 1, a Globo seria beneficiada com o surgimento de outro piloto brasileiro vencedor. Não foram poucas as tentativas de tornar Rubens Barrichello e Felipe Massa heróis. Nenhuma obteve sucesso. O comentarista esportivo Claudio Carsughi afirmou em entrevista para o portal da UOL, no dia 24 de outubro de 2014, que a Globo prejudicava os novos pilotos. “Ela fez uma aposta, não sei se certa ou não, comercialmente falando, no piloto brasileiro vencedor e não na Fórmula 1.”

O fato é que Senna era genial. Não foi tricampeão mundial à toa e, inevitavelmente, seria ídolo no Brasil em qualquer época. Mas virou herói, mito e até mesmo quase um santo. Isso por uma junção de fatores, como os interesses da principal emissora do país e o contexto histórico da época.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada conclui que o mais intrigante em todo esse processo não é que Senna tenha virado um ídolo brasileiro. Isso era inevitável. Ele carregava com ele atributos importantíssimos em um ídolo nacional: um talento extraordinário e bastante carisma. Ayrton Senna era um apaixonado pelo ofício. Mais do que por amor, corria por obsessão. Merecidamente, é reconhecido por vários especialistas como o melhor piloto de todos os tempos. Nada disso é posto em prova. O que intriga de fato é o patamar de um quase semideus que ele alcançou, principalmente após a morte.

Também é digno de nota como o fato de a emissora que mais contribuiu para a construção de sua imagem ter tentado alçar outros pilotos a uma posição semelhante à de Senna, mas sem sucesso.

Quando Ayrton Senna começou a se destacar na Fórmula 1, o futebol no Brasil já havia deixado de ser um esporte para ser uma religião. Seria mais natural que um herói brasileiro fosse um atleta dessa modalidade. Mas o esporte brasileiro não vinha bem. Senna estava na hora certa, no momento certo. Diante de um país tão desigual, num período confuso pós-ditadura, sem pão e sem circo, Senna teve um solo fértil para plantar a semente de um mito.

A Rede Globo, que tinha os direitos de transmissão da Fórmula 1 e precisava de audiência que sustentasse não só aquele investimento, mas também sua grade esportiva, viu em Senna a oportunidade perfeita para ajudar a consolidar o mito. Durante os dez anos de Fórmula 1, Senna era o protagonista da emissora. As narrações de Galvão Bueno ajudaram a introjetar o ídolo no inconsciente coletivo. Ayrton Senna da Silva virou Ayrton Senna do Brasil.

O homem que carregava a bandeira de um país que já se sentia tão rebaixado e via em Senna, a oportunidade de subir ao pódio, de ser o primeiro, de vencer de alguma maneira. Após a morte trágica, o mito se consolidou através de reportagens emocionantes da emissora carioca e uma programação inteira dedicada ao piloto, envolvendo todos os profissionais da área. O resultado disso tudo: pessoas colocando bilhetes no caixão de Senna pedindo cura para parentes doentes. Casos de gente que cometeu suicídio após a morte do piloto. Até hoje, dizer que Senna não é o melhor piloto que já existiu, fere profundamente muitas pessoas.

A Fórmula 1 continua existindo. Continua sendo emocionante para quem realmente gosta da categoria. Mas, para a maioria dos brasileiros, a Fórmula 1 não tem mais sentido depois da morte de Senna. Algumas verdades prontas, já cravadas no inconsciente até de quem nunca acompanhou Fórmula 1, é que além do melhor piloto da história, Senna também é um ser humano acima do bem e do mal. Para muitos brasileiros, tudo o que foi feito contra o piloto dentro da pista são atos injustificáveis, mas vários comportamentos antidesportivos de Senna nas pistas, são vistos como uma espécie de herói fazendo justiça com as próprias mãos.

É curioso como, quando se trata de Ayrton Senna, questionar alguns fatos sobre o piloto e criticar outros, ainda são vistos como um tabu. Ayrton correu por

dez anos na Fórmula 1 e morreu há vinte e quatro. Já são mais de trinta anos que a Rede Globo exalta os feitos do piloto e ser humano Ayrton Senna.

Enquanto ele for visto como um mito, um ser divino que foi incapaz de ser menos do que bom, ele vai continuar sendo lucrativo para a Rede Globo. As curiosidades e histórias de um mito sempre vão ser audiência garantida para a emissora, não importa quanto tempo passe.

REFERÊNCIAS

- BOBBIO, Norberto. **Teoria geral da política – a filosofia política e as lições dos clássicos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000, p. 221.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. p.10.
- DEMICK, Barbara. **Nada a invejar: vidas comuns na Coreia do Norte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- FREUD, Sigmund. (1913). Totem e Tabu. In: FREUD, S. **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. v. 13. Rio de Janeiro: Imago, 1990, p. 20-164.
- FREYRE, Gilberto. **Sociologia**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1945, p. 421-422.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos do inconsciente coletivo**. v. 1. Rio de Janeiro: Vozes Ltda, 2000, p. 15-469.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos do inconsciente coletivo**. v.1 Rio de Janeiro: Vozes Ltda, 2000. p. 18-469.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002, p. 15.
- MULLER, Lutz. (1992). **O Herói: Todos nascemos para ser heróis**. São Paulo: Cultrix.
- RODRIGUES, Ernesto. **Ayrton, o herói revelado**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.
- RODRIGUES, Nelson. **Manchete Esportiva**, 12 de julho de 1958 apud FRANZINI, 2003.
- Cortejo do corpo de Ayrton Senna - Globo ao vivo - O Brasil chora**. Disponível em: <<https://youtu.be/hIuMhvbwOIA>>. Acesso em: 05 de maio de 2018.
- Jornal Nacional - Morte de Ayrton Senna - 02/05/1994 Parte 01 de 02. 2010**. Disponível em: <<https://youtu.be/c7vsbBJFQ5A>>. Acesso em: 10 de maio de 2018.

Disponível em:



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Juazeiro – BA – 5 a 7/7/2018

<http://www.autoracing.com.br/serie-grandes-duelos-nelson-piquet-x-nigel-mansell-18032004/> .

Acesso em: 08 de abril de 2018.