

Heroísmo, mídia e o Sport Club Corinthians Paulista: um estudo de caso acerca da final da Libertadores 2012 na Folha de S. Paulo

CDD. 20.ed. 796.33

Everton de Albuquerque CAVALCANTI*
André Mendes CAPRARO*

*Setor de Ciências Bio-
lógicas, Universidade
Federal do Paraná.

Resumo

A partir do processo histórico que notabilizou o futebol como um elemento da cultura nacional, destaca-se sua projeção enquanto uma modalidade que ampliou suas relações com os setores financeiro, econômico e comercial. Nesse sentido, a mídia tornou-se um relevante mediador de tensões interligadas às práticas futebolísticas, criando representações que afetam a formação da identidade esportiva brasileira. O objetivo deste artigo consiste em analisar como o jornal Folha de S. Paulo retratou a inédita conquista da Copa Libertadores da América de 2012, pelo Sport Club Corinthians Paulista. Metodologicamente caracterizado como uma pesquisa histórica do tempo presente, analisou-se as edições dos dias 4, 5 e 6 de julho, tratando-se, portanto, de um estudo de caso. Constatou-se que o periódico é um meio propício à construção de narrativas a partir da figura do herói, elaborando o discurso de acordo com interesses comerciais que objetivam consolidar uma cultura esportiva voltada para o consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol; Mídia; Heroísmo; Consumo.

Introdução

O futebol se caracteriza como elemento da cultura popular brasileira, perpassando por um processo histórico que culminou com a espetacularização do jogo e a profissionalização dos sujeitos envolvidos com o esporte¹. A globalização foi o marco inicial para a projeção atual da modalidade, possibilitando a ampliação das relações do campo esportivo com os setores econômico, financeiro e comercial².

Nestas relações estabelecidas pelo esporte, destaca-se a mídia em interposição com o mito heroico, referencial de enfrentamento de desafios notáveis, que objetiva superar obstáculos intransponíveis, vencer batalhas épicas, retornando ao seu povo com o elixir da vitória³.

As narrativas dos meios de comunicação são relevantes veículos discursivos no que diz respeito ao herói esportivo. A transposição de dificuldades, a desconfiança na trajetória da conquista, a expectativa pela vitória e a imprevisibilidade do resultado constituem elementos que enquadram o futebol no ciclo mítico^{4,5}.

O ideal de protagonismo, que enquadra o futebolista nas relações estabelecidas pelos agentes

relacionados ao futebol, nos faz refletir acerca da interação entre mídia, heroísmo e esporte⁶. Observando o herói como sujeito representativo no cenário esportivo nacional, compreende-se que a exposição de sua imagem aproxima modelos de conduta social que podem gerar exemplos positivos e negativos⁴.

O herói busca ampliar seus conhecimentos, renovando sua realidade social e tornando-se exemplo para os sujeitos que o admiram. Os obstáculos enfrentados, as dificuldades superadas e os desafios sobrepostos, caracterizam a experiência de vida dos sujeitos que perfazem o caminho vitorioso nas mais diversas sociedades⁷.

Analisar a história de atletas, instituições e agentes relacionados ao campo esportivo, possibilita ampliar a compreensão acerca do futebol, observando interações que este estabelece com outros campos da sociedade, bem como tais interações se alteram de acordo com o contexto apresentado⁸ (p.73).

Neste sentido, o herói deverá apresentar condições que demonstrem seu potencial para assumir o

posto de protagonista. Devendo provar sua capacidade física e psíquica, superando obstáculos insuperáveis, denotando coragem, sabedoria, paciência e perseverança³ (p.140).

Acredita-se, portanto, que a mídia e as entidades esportivas estabelecem relações no campo esportivo que consistem em uma troca favorável a ambos, criando uma relação sócio-histórica quase amalgamada. Tal condição é influenciada pelo interesse público, desenvolvendo representações sociais que afetam o cotidiano de uma dada sociedade⁹.

A partir da relação entre heroísmo, mídia e futebol, definiu-se a questão problema: como o jornal Folha de S. Paulo retratou a conquista inédita da Taça Libertadores da América 2012 pelo Sport Club Corinthians Paulista?

Tendo em vista os fracassos anteriores na busca corintiana^a, pelo título continental^b, e compreendendo que a derrota reconstrói o herói, preparando-o para o desafio seguinte³, o objetivo deste artigo consiste em analisar como o jornal Folha de S. Paulo retratou a inédita conquista da Copa Libertadores da América de 2012 pelo Sport Club Corinthians Paulista.

Parte-se, então, da premissa de que a análise da notícia pode colaborar na compreensão das ideologias implícitas do jornal, atentando para as características específicas do editorial esportivo, bem como, para as influências ideológicas do jornalista e dos demais profissionais que compõem o ambiente de trabalho do periódico¹⁰.

Metodologicamente, o presente estudo é caracterizado como uma pesquisa qualitativa documental, pautada nos procedimentos da história do tempo presente, que se define como uma história inacabada, na qual o autor vive o tempo do seu próprio objeto¹¹.

O material de análise (fontes históricas) foi constituído pelo caderno de esportes (capa do editorial e reportagens e crônicas relacionadas) de um jornal de repercussão nacional, a Folha de S. Paulo, considerada um dos veículos de comunicação impresso/online de maior circulação no Brasil. Este periódico

está diariamente disponível nas bancas de jornal, também por meio de assinatura mensal e/ou na internet pelo portal UOL¹².

A final da competição ocorreu no dia 4 de julho de 2012, sendo que a delimitação temporal foi definida de acordo com a repercussão dos fatos no jornal, considerando um dia antes da partida decisiva e dois dias após a conquista, consistindo na análise das edições do dia 3, 4, 5 e 6 de julho de 2012, das quais de 31 matérias, se utilizou 12 (reportagens, capas, manchetes e crônicas) que apresentaram relação com a reflexão acerca do tema, excluindo aquelas que apenas tratavam de problemas estruturais (como ingressos falsificados e acesso ao local de torcedores sem bilhete), abordavam a temática violência entre polícia e torcida e tratavam acerca da negociação de atletas após a conquista.

Sabendo que cada periódico apresenta determinadas particularidades mesmo em se tratando de uma mesma notícia, optou-se pela seleção de um único periódico, sendo usados dois critérios básicos: 1) pertencer ao mesmo estado e cidade da equipe em questão; 2) ter significativa importância no âmbito nacional. Caracterizando a pesquisa, portanto, como um estudo de caso.

Subdividiu-se a reflexão em três momentos distintos. O primeiro, compreendendo as notícias que antecederam a partida, no qual a análise voltou-se à saída do herói à saga aventureira. O segundo momento consistiu na análise do pós-jogo, discutindo as aproximações dos fatos com o referencial do herói esportivo, concluindo o ciclo com o retorno ao limiar e o reconhecimento pela conquista. E no terceiro, discutiu-se a tentativa do periódico em indicar o atacante Emerson como o protagonista do título.

Nesse contexto, devem-se considerar como certas estratégias de agendamento esportivo não sendo elaboradas a fim de corresponder às expectativas dos torcedores, já que parece plausível a hipótese de haver um encantamento estético no discurso proferido através das matérias, capas, crônicas e imagens relacionadas a um determinado tema¹³.

Heroísmo, obsessão e preparação: a saída à saga aventureira

A obsessão pela conquista da Copa Libertadores converge na constatação da necessidade de algo que falta dentro das experiências vividas^c pela torcida corintiana, o que torna a obtenção do título um desafio a ser superado³. Este ineditismo gerou uma ansiedade pela responsabilidade da vitória e pela possibilidade

de entrar para a história como uma das equipes que se sagrou campeã da competição continental.

Refletindo sobre esta possibilidade, a Folha de S. Paulo elaborou uma notícia aproximando-se de uma narrativa mágica, demonstrando a imprevisibilidade do resultado e a expectativa pela batalha esportiva¹⁴.

No dia que antecedeu a final, os jornalistas REIS e FERNANDEZ¹⁵ detalharam: “Tite, 51, caminha sozinho pelo CT do Corinthians. Chuta bolas, olha o chão e para o céu, respira e fecha os olhos. Em pouco mais de 48 horas ele poderá ser o treinador que enfim dará ao Corinthians o troféu da Libertadores”.

Em sua jornada, o herói, como representante de um povo, pode ter sua aventura retratada não só em narrativas mitológicas, mas em contos de fadas, poemas épicos e todas as demais produções que sofram influências do pensamento humano¹⁶. Neste sentido, o esporte tem se apresentado como uma metáfora, na qual a mídia narra o espetáculo esportivo através de estórias com estrelas, celebridades, heróis e vilões, aliando a imagem dos personagens ao grupo social ao qual pertencem^{4,17}.

Percebe-se, através da narrativa, que o jornal é possivelmente um reproduzidor do mito heroico esportivo, devido o sentimentalismo implícito na formulação da notícia⁶. Neste sentido, o detalhamento da notícia é característico de um discurso espetacularizado, que aproximou o sentimento do herói futebolista ao torcedor, através da estética folhetinesca contextualizada pelo periódico.

É o que se pode observar quando os jornalistas em tela afirmaram que o técnico Tite se apegou aos rituais e à rotina para controlar a adrenalina antes da partida final, frente ao Club Atlético Boca Juniors. Ansioso e tenso, o treinador tentava disfarçar seu nervosismo na entrevista coletiva¹⁵.

A exposição jornalística demonstra a face humana do técnico Tite que, apesar de suas manias e rituais particulares, se compadece do nervosismo pela inédita conquista, como todo corintiano. A descrição aproxima um dos agentes responsáveis pela saga heroica à vida cotidiana do seu povo, é o típico modelo de representação social que pode ser entendido como uma estratégia comercial, que se utiliza do modelo comportamental do treinador para sensibilizar o torcedor a consumir o jornal¹⁸.

O herói sai à aventura, dotado de coragem, disposto a transpor os obstáculos e superar as dificuldades em busca dos benefícios que redimirão sua comunidade^{7,17}. Após cruzar o limiar, o sujeito enfrentará um caminho cheio de provas e testes, os quais colocarão em risco sua condição heroica^{16,19}. No caso do futebol, tudo o que cerca uma partida, como os treinamentos, a preleção, a concentração dos atletas, a pressão da torcida e o histórico em uma determinada competição, pode influenciar positiva ou negativamente o resultado da saga mítica.

Destaca-se, neste sentido, a manchete da capa do editorial esportivo da Folha de S. Paulo, do dia 4 de julho de 2012, data da final da Copa Libertadores:

“A última fronteira: Corinthians busca hoje, contra o Boca, a Libertadores, o grande título que lhe falta e que tenta a 35 anos”. A fronteira a que se refere o jornal é o limiar da aventura, a última batalha na busca por um objetivo comum a todos os torcedores corinthianos: a conquista do torneio continental.

Esta aproximação, entre a partida final da competição e a descrição elaborada pelo periódico, comprova que o jornal formula narrativas esportivas espetacularizadas, promovendo a imagem dos agentes por meio da mitificação de suas conquistas, tratando-os como heróis que modificam a cultura futebolística^{4,17}.

Ainda na edição de 4 de julho, REIS e FERNANDEZ²⁰ utilizam-se de estratégias melodramáticas para descrever a representação da possível conquista, correlacionando a obsessão dos torcedores corinthianos pela competição com a sua forma - historicamente construída - de torcer e sofrer pelo clube. O melodrama é um gênero teatral que se utiliza do apelo aos sentidos e à emoção para atingir o público receptor; trata de fatos impactantes, com riqueza de detalhes na descrição²¹⁻²².

A narrativa realizada pela Folha de S. Paulo, na véspera da final, visava atrair o corinthiano através da aventura, do drama e da paixão - teatralização que afeta o imaginário e a expectativa do torcedor²¹⁻²². Neste caso, a aproximação do gênero folhetim com a descrição da notícia caracteriza-se como uma estratégia mercadológica que objetiva atingir o leitor pela emoção.

Os próprios termos utilizados pelo jornal remetem a uma narrativa emotiva, que se correlaciona com o mito heroico. Expressões como: “maior título da história”; “Tite e seus jogadores buscam o inédito troféu”; “torcer e sofrer”; “ser o dono da América”; “dar a volta olímpica”; “bordar a estrela no escudo”; e “pintar a conquista no estádio”, corroboram com a ideia de que o jornalismo esportivo impresso é um meio favorável às histórias de apelo dramático, emotivo e mítico.

O drama do herói que tem coragem para superar as adversidades, os perigos e o medo, adentrando lugares desconhecidos e ganhando novos conhecimentos, fascinou singularmente os sujeitos de todas as culturas e épocas. Seja nos filmes atuais, nos antigos mitos, na história, na religião ou na literatura: o indivíduo que se arrisca no novo, no extraordinário é sempre colocado em evidência, pois geralmente representa a esperança de grandes realizações de uma nação ou grupo social⁷.

REIS e FERNANDEZ²³, como um dos elementos midiáticos que se predispõe às narrativas da superação de obstáculos, retrataram: “Para chegar à final da Libertadores na condição de titulares do Corinthians, os 11 escolhidos de Tite tiveram que vencer batalhas internas”.

Para além dos termos que remetem à disputa heroica, esta afirmação demonstra que antes de serem reconhecidos como candidatos a heróis de uma possível conquista continental, os atletas corintianos passaram por provações particulares, cuja superação possibilitou a chegada até a batalha final. Cada um, com sua trajetória esportiva e de vida, se esforçou por um espaço na equipe, bem como pelo reconhecimento do seu trabalho, sendo que este processo sofreu influências dos próprios meios de comunicação⁴.

Na mesma notícia, os jornalistas relatam que em algum momento da trajetória do clube paulista, todos foram contestados. Alguns atletas chegaram ao time sem grande projeção e conquistaram espaço na equipe e na mídia por sua dedicação. Outros foram contratados para serem protagonistas, caíram e retornaram ao posto que lhes foi atribuído inicialmente. Essa narrativa descritiva remete às histórias esportivas heroicas, nas quais o candidato a herói oscila entre vitória e derrota, capacitando-se nos fracassos para, então, voltar a vencer⁶.

Estes exemplos de superação que o jornal cria e sustenta é o que fascina e personifica o desejo do ser humano em ser semelhante a quem se toma como exemplo de vida. A identificação ocorre, porque o herói batalha por uma causa comum, expressando sentimentos na sua luta pela sobrevivência que coincidem com as dificuldades enfrentadas por outros indivíduos em sua realidade⁷.

Esta análise pode ser entendida, também, como um exemplo de estratégia comercial e discursiva que visa chamar atenção dos leitores, através da mitificação dos sujeitos envolvidos na notícia. O enaltecimento aos feitos anteriores e a preparação de cada atleta para o ato final, demonstram, segundo o jornal, que o clube está preparado para enfrentar a “batalha” que será jogar uma final de Libertadores contra o tradicional Boca Juniors. Reflexão que demonstra um discurso regionalista da Folha de S. Paulo, haja vista que seu público leitor é essencialmente brasileiro, e a disputa em questão se trata de um campeonato internacional.

Vitória, retorno e reconhecimento: aproximação dos fatos com o referencial heroico

Os motivos e significados da aventura heroica podem ser expressos pelo conceito de “luta com o dragão”. O dragão é um símbolo arquetípico repleto de mistérios. Por isso, é possível relacioná-lo com os mais variados perigos que se apresentam ao herói sob a forma de obstáculos e inibidores, tais como: o desconhecido, o mal, a morte, as amarras dos pais, o escuro, o destino e os poderes da natureza⁷.

Neste sentido, observou-se que na capa do caderno esportivo da Folha de S. Paulo, do dia seguinte à conquista, fica explícito a retratação da equipe do Boca Juniors como um rival penoso, difícil de ser superado, o que, conseqüentemente, valorizou o título corintiano. Ao descrever o clube argentino como “bicho papão” (o dragão citado por Muller) - pelo seu histórico na competição -, o jornal simboliza a saga heroica implicitamente, destacando o ineditismo do feito e supervalorizando a vitória²⁴.

Percebe-se a relação entre a espetacularização do esporte e a narrativa de eventos esportivos, segundo a qual a competição é uma descrição de batalhas das quais o herói é o protagonista. A mídia define o adversário como alvo de superação, utilizando-se das histórias esportivas como cenário de representação dos feitos heroicos de uma equipe²⁵.

A supervalorização dos resultados, por parte do jornal, sugere uma narrativa mítica que correlaciona o protagonista do evento esportivo com a figura do herói²⁶. No caso da conquista corintiana, nota-se um exagero ainda maior no que tange a teatralização da vitória, principalmente devido à obsessão dos torcedores pela conquista, além do histórico de fracassos anteriores do clube na competição.

Nas páginas seguintes, o discurso do jornal é semelhante: a recorrência ao drama, a emotividade e o enaltecimento da conquista são notórios. Evidências que corroboram com a ideia de que a narrativa visa atingir o imaginário esportivo contemporâneo, demonstrando a necessidade da mídia em preencher-se de feitos espetaculares⁴.

Em um discurso que expressa às particularidades do jornalismo esportivo, carregado de emoção e excitação, REIS²⁷ relatou:

Quarta-feira, 4 de julho de 2012, às 23:53, milhões de azares e feitiços se acabaram mais uma vez, como em uma certa noite paulistana de 1977. O Corinthians desde ontem e para todo sempre, é campeão da Libertadores. E a cidade, ou sua parcela corintiana, levantou-se e correu às ruas para extravasar a conquista do título mais sofrido

e aguardado de sua história, vencido de maneira inquestionável e invicta, botando na roda o clube mais temido de toda a América.

A narrativa relembra o Campeonato Paulista de 1977, vitória que encerrou um jejum de 23 anos sem títulos e que, para muitos, representou a conquista mais importante da história do Corinthians. Percebe-se que a comparação busca parâmetros de aproximação entre as duas vitórias, podendo-se identificar o enaltecimento e a consolidação do herói através de tal estratégia discursiva¹⁷.

Essa memória das vitórias relaciona-se a um exagero no sentimentalismo e na representação das emoções do esporte²⁸. O jornal utiliza-se de termos que remetem à espetacularização do êxito²⁹, em alguns momentos retratando sentimentos³⁰ - como o sofrimento - atribuídos historicamente ao Corinthians, identificando e vinculando o torcedor corinthiano à figura heroica da equipe campeã da Libertadores.

Por vezes, observa-se também a falta de objetividade, parcialidade e distanciamento no tratamento discursivo acerca de notícias relacionadas ao esporte. Porém, essa característica de jornalistas e cronistas esportivos em assumir publicamente suas preferências clubísticas, tem se mostrado positiva ao condicionar as análises a um caráter mais emocional do que racional, afetando o imaginário do torcedor que de certa forma, é permeado pela paixão clubística.

No caso da conquista corintiana, soma-se o fato da notícia tratar de uma competição internacional. Logo, apesar de a rivalidade clubística local ser aflorada - rivais regionais torcem a favor dos clubes estrangeiros -, a mídia brasileira trata de incorporar um sentimento nacionalista que demonstra um posicionamento tendencioso ao clube paulista. Tal favorecimento na construção da notícia pode estar relacionado a estratégias comerciais, que objetivam alavancar as vendas.

A continuidade da matéria segue retratando a representação simbólica de uma disputa, a qual, segundo um articulista do jornal, encerrou com o “mau olhar” que impedia a realização de um sonho e proporcionou uma felicidade desmedida aos corinthianos. Na descrição dos lances da partida, os detalhes da narrativa demonstram a apreensão do próprio periódico em extravasar a vitória do Corinthians³¹.

Segundo REIS²⁷, os presentes no estádio do Pacaembu estavam próximos de testemunhar o fim de uma angústia que, durante décadas, atormentou o clube paulista, que enfim poderia sentir o “doce sabor” de ser campeão da América. Ao fim da partida, notou-se uma mistura de alívio e euforia, sentimentos que, segundo o jornalista, tomaram

conta dos torcedores, finalizando o “azar” do Corinthians, no que concerne a títulos continentais.

Esta passionalidade na elaboração do discurso apresentado é característica da imprensa esportiva. A subjetividade do autor da notícia é menos regulada do que em outros editoriais jornalísticos, haja vista o fato de os acontecimentos esportivos pertencerem à esfera do entretenimento e da distração, o que os coloca em segundo plano no cenário da instituição midiática³².

Essa especificidade no tratamento do discurso esportivo reflete a imagem que a Folha de S. Paulo elabora acerca da conquista corintiana. O jornal cria um cenário mítico e direciona a sua descrição em favor do clube paulista. A narrativa segue os preceitos de uma instituição localizada no Brasil, mais especificamente em São Paulo. Por consequência, a análise elaborada privilegia a equipe local, até porque está claro que no caderno de esportes as estratégias priorizam a comercialização, através da mitificação dos agentes presentes no espetáculo esportivo.

O “corinthianismo enrustido” da Folha de S. Paulo retratou as notícias acerca da partida como se fossem crônicas, em uma abordagem folhetinesca que, além da dramaticidade - já discutida -, trata de expor a história a partir do suspense, do conflito e de uma mescla de códigos que objetivam atingir o imaginário dos leitores^{21, 28}.

Em uma notícia intitulada “Time não se intimida e domina argentinos”, FERNANDEZ³³ direciona a análise para o conflito entre brasileiros e argentinos, afirmando que o Corinthians se portou com inteligência, não se intimidando com as provocações dos atletas do Boca Juniors. A narrativa elogiava explicitamente a postura do clube paulista, declarando que a equipe tratou o hexacampeão da Libertadores como um time qualquer. O tratamento dos fatos buscava polemizar as atitudes - que deram certo em outras quatro oportunidades, contra equipes brasileiras - do clube argentino, destacando a festa dos corinthianos e a frustração dos torcedores xeneizes.

Esta passagem corrobora com a ideia de que o jornal empunha a bandeira e defende a causa do clube de forma explícita. O conflito é externado a partir das discussões estabelecidas pela rivalidade entre brasileiros e argentinos. Essa influência da paixão, na formação dos discursos esportivos, é constantemente observada nas chamadas televisivas das partidas de equipes brasileiras em competições internacionais, bem como nas propagandas veiculadas pelos próprios periódicos no período de disputas continentais, como a Libertadores^{14,29}.

Em outra menção ao feito, Juca KFOURI³⁴ em sua crônica intitulada: “O maior dos campeões”, realiza

comparações com outros clubes vencedores da Taça Libertadores, afirmando que a façanha corintiana pode não ter sido a melhor, mas foi a maior de todos os tempos. O autor (corintiano) explica que o fato de ter vencido a competição invicto com o número de jogos correspondentes, torna o feito único perto dos demais campeões invictos que a conquistaram em um número de partidas reduzido, além do que, compara outros elencos vitoriosos do Corinthians com este que conquistou o campeonato continental.

Nota-se que ao exaltar a conquista como sendo a maior, o cronista revela um caráter heroico do feito, o que o torna importante no cenário esportivo do clube. Esta relevância do título afeta a emoção dos torcedores do Corinthians, que ao lerem o texto de Kfoury relembram outras vitórias marcantes, que de acordo com cada torcedor, tem seu nível de

importância na história da equipe paulista. Essas menções e comparações com feitos do passado voltam a enfatizar que a mitificação de uma instituição após uma conquista perpassa também pela lembrança de outras vitórias que marcaram a história do futebol, ou seja, está relacionada à sua memória.

Esse clubismo exacerbado do periódico faz parte de uma narrativa que prioriza a descrição dos fatos pelo ideal da disputa. Nas notícias estudadas, observa-se essa menção à batalha física, técnica e até mesmo psicológica, tamanha a relevância de uma final de Libertadores para o cenário esportivo nacional. Somado à cultura futebolística desenvolvida historicamente no Brasil, nota-se por que o tratamento dos fatos notabiliza-se pelo sentimentalismo na criação de histórias heroicas, como roteiro do periódico.

A necessidade do protagonista: Emerson no caderno de esportes da Folha de S. Paulo

Ao tratar o jornal como um meio de comunicação criador de histórias heroicas no esporte, permeadas por personagens e situações que afetam o imaginário social, supõe-se que o periódico utiliza-se não só da espetacularização do evento, como forma de elaboração do seu discurso, mas também na retratação da imagem dos atletas como agentes participantes deste cenário teatralizado⁴.

Neste sentido, a trajetória de alguns atletas serve de roteiro para a Folha de S. Paulo construir o discurso acerca do título corintiano. Antes mesmo de marcar os gols que decidiram a partida final em favor do Corinthians, Emerson já era retratado como destaque de uma possível conquista. REIS e FERNANDEZ³⁵ relembraram os fatos que marcaram a carreira do atleta - positivos e negativos -, enfatizando seu protagonismo na partida de ida da semifinal contra o Santos e na final contra o Boca Juniors, polemizando suas declarações ao final do jogo contra os argentinos.

A necessidade de protagonistas é compreendida pela função social atrelada à imagem de um esportista. A criação de uma cultura esportiva espetacularizada tornou o atleta um responsável pela execução dos desejos de sua comunidade¹⁷. A partir disto, percebe-se que o jornal se utiliza da imagem de Emerson como representante de todos os corintianos. Isso é notório, quando algumas afirmações sobre o atleta são relatadas ao final da primeira partida frente o Boca Juniors, quando o atacante se

autodenomina favelado - alcunha constantemente atrelada aos torcedores do Corinthians.

O carisma e a identificação do esportista com o clube e a torcida - por sua personalidade e pela maneira de jogar - podem ser algumas das causas desta repercussão, haja vista o fato de estar frequentemente em evidência no cenário midiático esportivo³⁶. Nota-se que as características do atleta se enquadram no que o jornal necessita para criação de um cenário heroico, na disputa do troféu mais cobiçado pelo Corinthians em sua história.

No dia seguinte à partida final, LOURENÇO³⁷ publicou a notícia intitulada “Emerson dá o título ao Corinthians”, na qual definiu o atleta como “predestinado”, comparando-o a Basílio, autor do gol corintiano na final do Paulistão de 1977. Em seguida, destacou o “espírito de luta” do atacante, característica historicamente atribuída ao Corinthians pelo senso comum e que foi particularizada, pelo periódico, na figura do esportista.

Como observado anteriormente, a aproximação entre conquistas e personagens do passado caracteriza uma tentativa de mitificação dos acontecimentos do presente, criando a história dos fatos de acordo com os próprios interesses do jornal¹⁷. Mais do que protagonismo, a narrativa atribui a Emerson a responsabilidade pela conquista, desconsiderando os demais agentes que participaram da campanha na Libertadores.

Esta visão simplista é característica da imprensa esportiva, que elabora seus discursos pautados em

um ideal que define um herói como o responsável por um feito histórico. Em uma entrevista coletiva na casa do atacante, ficou claro o tratamento elaborado pela Folha de S. Paulo acerca deste heroísmo individualizado, em que o jornal se utiliza de expressões como: “herói do título”, “protagonista do primeiro título da Libertadores” e “o homem que encerrou a longa espera alvinegra”³⁸.

Essa busca por heróis faz parte do universo midiático esportivo, já que necessita de estratégias para a comercialização do seu produto. No entanto, esse protagonismo atrelado ao sujeito responsável por um feito isolado não se enquadra nas especificidades do mito heróico esportivo^{3,19}. A elaboração e utilização do termo herói, como um acontecimento descontextualizado, faz parte da cultura do efêmero, do breve e do descontínuo refletidos na imprensa esportiva³⁹.

Segundo GIGLIO⁴⁰ o herói é o sujeito que realiza um feito isolado, como o gol decisivo em um clássico ou em um título, ou seja, necessita de um acontecimento mítico que o evidencie diante dos espectadores. Está relacionado à casualidade, a sorte e vinculado a um curto espaço de tempo. Características heroicas muito difundidas pela mídia jornalística, que, no entanto, não se enquadram na ideia que CAMPBELL^{3,19} propôs acerca do ciclo mítico, no qual o sujeito sai para a aventura e passa por uma série de desafios que o mitificam como o herói que redime seu povo.

Essa superficialidade é observada na Folha de S. Paulo que, ao mesmo tempo em que retrata o atacante como protagonista da vitória corintiana, revela a presença de um oficial de justiça na casa do atleta - no momento da entrevista coletiva -, especulando acerca do que se tratava a intimação e lembrando outros episódios em que Emerson teve problemas com a justiça. Nota-se, então, a velocidade da oscilação entre a mitificação do feito esportivo e a polemização da vida pessoal - estratégias discursivas diferentes que objetivam a comercialização do periódico.

O contexto atual pelo qual passa o futebol permitiu o desenvolvimento das relações do esporte com o campo econômico, político e social. A profissionalização dos agentes envolvidos na modalidade, a expansão dos meios de comunicação e a paixão torcedora demonstram o potencial sociocultural que a mídia tem na elaboração e divulgação de notícias esportivas.

Esta ampliação das possibilidades de retorno financeiro afetou os diversos segmentos relacionados ao esporte. Os meios de comunicação, em interposição com o universo futebolístico, mostram-se um campo permeado por interesses que notabilizam

trocas favoráveis a todos os agentes envolvidos com o espetáculo esportivo. Apesar de caracterizar-se como entretenimento e distração, o editorial de esportes da Folha de S. Paulo retratou estratégias comerciais que corroboram com a cumplicidade de interesses financeiros das instituições ligadas ao futebol.

Notou-se que o jornalismo esportivo é um meio possível para elaboração de discursos relacionados ao heroísmo, onde se cria uma metanarrativa com personagens, heróis, vilões e celebridades. A narrativa da Folha de S. Paulo, através de uma descrição mítica do esporte, mostra a identificação do leitor com o herói e a necessidade de tomá-lo como exemplo de vida, a partir da semelhança do sentimento de luta pela sobrevivência.

Retratando um discurso dramático e sentimentalista, o jornal utilizou-se do roteiro folhetinesco para criar um cenário teatral acerca da inédita final da Copa Libertadores da América de 2012, disputada entre Corinthians e Boca Juniors. O detalhamento nas descrições das notícias demonstrou a preocupação do periódico em retratar com dramaticidade e suspense os fatos acerca da partida, características que visavam afetar o imaginário do torcedor através da emoção.

A Folha de S. Paulo elaborou um discurso regionalista, que representou o sentimento da conquista corintiana em narrativas espetacularizadas, utilizando a final da Copa Libertadores como metáfora de uma batalha, na qual o protagonista era o herói. As notícias retratavam a “batalha” física, técnica e psicológica, afluindo o clima de disputa e incutindo um nacionalismo exarcebado no cenário da partida. Enquanto instituição brasileira, o jornal baseou o cenário da narrativa através da exposição de conflitos entre brasileiros e argentinos, com uma fala tendenciosa, que supervalorizou a vitória do Corinthians.

A partir da elaboração do cenário mítico, notou-se que, além de retratar o espetáculo esportivo a partir de seus fatos, o periódico utilizou-se da imagem do atacante Emerson como protagonista da conquista corintiana. A trajetória de alguns esportistas colabora com a criação do roteiro, por parte da imprensa. Antes mesmo da decisão, a Folha de S. Paulo já destacava a figura do atleta corintiano como candidato a este protagonismo. A identificação do esportista com a torcida e com o clube, a personalidade, o estilo de jogo e os gols decisivos na final mostraram-se características importantes na escolha do atleta como um dos principais personagens da narrativa do jornal.

Para além de protagonista, a Folha de S. Paulo aparentemente responsabilizou Emerson pelo título da Libertadores, contextualizando suas análises a

partir da sobreposição da individualidade do atleta na partida. A busca por heróis no cenário esportivo mostra-se uma estratégia que objetiva atingir o imaginário do torcedor, potencializando a comercialização do jornal.

No entanto, este heroísmo pela realização de um feito isolado não se enquadra na teoria do herói mítico. Esta representação heroica descontextualizada é característica da cultura efêmera, breve e descontínua - superficialidade que contribui para a oscilação entre sucesso e fracasso, nas narrativas esportivas da mídia impressa.

A utilização de acontecimentos isolados como heroísmo é característica dos jornais que visam à comercialização do que está em evidência. O tratamento de um fato específico (um gol decisivo, a defesa de um pênalti) como feito heroico acontece de acordo com o nível de importância da realização, que pode ser baseado pela sorte e pela casualidade, não estando assim, diretamente relacionado ao sofrimento que é perpassado por aqueles que atravessam o limiar da aventura e enfrentam os desafios necessários para a conquista do objetivo, proposta discutida na teoria do ciclo do herói mítico, elaborada por Joseph Campbell.

Notas

- a. Refere-se aqui ao Sport Club Corinthians Paulista, fundado em 1º de Setembro de 1910, Penta-campeão Brasileiro, Tri-campeão da Copa do Brasil e atualmente considerado um dos clubes mais populares do país.
- b. A Copa Libertadores da América é uma competição organizada pela Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL). Disputada desde 1960 é uma dos campeonatos entre clubes mais prestigiados no mundo, valendo ao campeão uma vaga no Campeonato Mundial de Clubes da Federation Internationale de Football Association (FIFA).
- c. Neste caso, as experiências vividas estão relacionadas à experimentação de conquistas futebolísticas dos mais variados gêneros, tais como: títulos regionais, nacionais e internacionais.

Abstract

Heroism, media and Sport Club Corinthians Paulista: a case study on the final of 2012 Libertadores Cup through the point of view of Folha de S. Paulo newspaper

From the historical process that distinguished soccer as an element of national culture, its outstanding projection as a modality that has expanded its relationship with the financial, economic and commercial sectors. In this sense, the media became an important mediator of tensions linked to football practices, creating representations that affect the formation of the Brazilian sports identity. The purpose of this article is to analyze how the newspaper Folha de S. Paulo portrayed the unprecedented winning of the 2012 Libertadores Cup, by the Sport Club Corinthians Paulista. Methodologically characterized as a historical survey of the present time, we analyzed the editions of 4, 5 and 6 July, treating it, therefore, as a case study. It was found that the journal is a conducive way for the construction of narratives from the figure of the hero, preparing the speech according to commercial interests that aim to consolidate a sports culture aimed toward consumption.

KEY WORDS: Soccer; Media; Heroism; Consumption.

Referências

1. Proni MW. Esporte-espetáculo e futebol-empresa [tese]. Campinas (SP): Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física; 1998.
2. Gastaldo EL. “Os campeões do século”: notas sobre a definição da realidade no futebol-espetáculo. Rev Bras Ciênc Esporte. 2000;22:105-24.

3. Campbell J. O poder do mito. São Paulo: Palas Athena; 1990.
4. Rúbio K. O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo. São Paulo: Casa do Psicólogo; 2001.
5. Helal R. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. *Rev Alceu*. 2003;4:19-36.
6. Helal R, Soares AJ. A invenção do país futebol: mídia, raça e idolatria. Rio de Janeiro: Mauad; 2001.
7. Muller L. O herói: todos nascemos para ser heróis. São Paulo: Cultrix; 1987.
8. Rúbio K. A identidade do atleta e sua relação com o mito do herói. III Congreso de La Sociedad Iberoamericana de Psicología del Deporte; 2010; Bogotá, CO. Bogotá: La Sociedad Iberoamericana de Psicología del Deporte; 2010. p.63-75.
9. Cintra Sobrinho DC. O importante é... Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação; 2004; Porto Alegre, BR. São Paulo: Intercom; 2004. [citado 20 jan. 2011]. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/75440349957597230095317192130503520236.pdf>.
10. Jorge TM. A notícia e os valores-notícia: o papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. *Unirevista*. 2006;1.
11. Ferreira MM, Amado J. Uso e abusos da história oral. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas; 1998.
12. Moreira TS, Marchi Junior W. Mídia impressa: construção de uma preferência nacional esportiva em questão. I Seminário Nacional Sociologia e Política; 2009; Curitiba, PR. Curitiba: UFPR; 2009.
13. Mezzaroba C, Pires GL. O agendamento midiático-esportivo: considerações a partir dos jogos Pan-americanos Rio/2007. *Logos* 33: Com Esporte. 2010;17:124-36.
14. Jáuregui C. O patinho feio espanhol: a construção do herói esportivo e o páthos da admiração. *ContraPonto*. 2011;1:42-57.
15. Reis L, Fernandez M. Fervendo. *Folha de S.Paulo*. 3 jul. 2012; p.D2-D3.
16. Maciel C. Mitodrama: o universo mítico e seu poder de cura. São Paulo: Ágora; 2000.
17. Capraro AM, Scheliga G, Cavicchioli, F, Mezzadri F. A imagem do atleta: publicidade em ano de Copa do Mundo de Futebol (Alemanha - 2006). *Rev Bras Educ Fís Esporte*. 2011;25:163-71.
18. Cavalcanti EA, Capraro AM, Souza DL. “Cai o pano”: uma análise do encerramento da carreira de Ronaldo “fenômeno” a partir de duas mídias digitais esportivas. *Movimento*. 2011;17:175-92.
19. Campbell J. O herói de mil faces. São Paulo: Cultrix/Pensamento; 1997.
20. Reis L, Fernandez M. Tá quente. *Folha de S.Paulo*. 4 jul. 2012;p.D2-D3.
21. Costa LM. Futebol folhetinizado: a imprensa esportiva e os recursos narrativos usados na construção da notícia. *Logos* 33: Comun Esporte. 2010;17:65-77.
22. Costa LM. Um teatro de sensações. *Imprensa esportiva, melodrama e folhetim*. Ciberlegenda. 2010;22:99-110.
23. Reis L, Fernandez M. Tite forja 11 titulares em briga interna. *Folha de S.Paulo*. 4 de jul. 2012;p.D4.
24. Campeão. *Folha de S.Paulo*. 5 jul. 2012;p.D1.
25. Rúbio K. O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo. *Scripta Nova: Rev Eletr Geogr Ciênc Soc*. 2002;6:119.
26. Santos DS, Medeiros AGA. O discurso midiático e as representações sociais do esporte: o atleta como modelo de comportamento. *Pensar Prát*. 2009;12:1-11.
27. Reis L. Da América. *Folha de S.Paulo*. 5 jul. 2012;p.D2.
28. Lanza SM. As narrativas jornalísticas: memória e melodrama no folhetim contemporâneo [tese]. São Paulo(SP): Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; 2008.
29. Mello VS. Jogos olímpicos de 2004: as narrativas televisivas e a valorização da identidade brasileira. *Unirevista*. 2006;1.
30. Costa LM. Notícias esportivas: entre o jornalismo e a literatura. *Anais do SILEL*. 2011;2. Disponível em: <http://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/pt/arquivos/silel2011/1516.pdf>.
31. Fernandez, M. Timão não se intimida e domina argentinos. *Folha de S.Paulo*. 5 jul. 2012;p.D5.
32. Gastaldo EL. A pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidades brasileiras. [citado 11 out. 2012]. Disponível em: http://www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/294040_Gastaldo%20-%20A%20patria%20na%20imprensa%20de%20chuteiras.pdf.
33. Fernandez M. Time não se intimida e domina argentinos. *Folha de S.Paulo*. 5 jul. 2012;p.D4.
34. Kfourri J. O maior dos campeões. *Folha de S.Paulo*. 5 jul. 2012;p.D6
35. Reis L, Fernandez M. Gols e problemas deixam Emerson sob os holofotes. *Folha de S.Paulo*. 4 jul. 2012;p.D6.
36. Martins PA, Santos ACO. Jornalismo esportivo e visibilidade midiática: o caso Messi. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação; 2010; Caxias do Sul, BR. São Paulo: Intercom; 2010.
37. Lourenço L. Emerson dá título ao Corinthians. *Folha de S.Paulo*. 5 jul. 2012;p.D4.
38. Lourenço L. Sob marcação de um oficial de justiça, Emerson, herói do título, reparte os louros , revela proposta chinesa, mas diz que fica. *Folha de S.Paulo*. 6 jul. 2012; p.D5

39. Betti M. Esporte na mídia ou esporte da mídia? Motrivivência. 2002;7. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/5929/5441>.
40. Giglio S. Futebol: mitos, ídolos e heróis [dissertação]. Campinas(SP): Universidade Estadual de Campinas; 2007.

Agradecimentos

Apoio e financiamento - Bolsa de Mestrado CAPES.

ENDEREÇO

Everton de Albuquerque Cavalcanti
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Biológicas
Departamento de Educação Física
Núcleo de Estudos Futebol e Sociedade
R. Mário Chaubald Biscaia, 225 - apto. 13
81050-240 - Curitiba - PR - BRASIL
e-mail: profevertoncavalcanti@gmail.com

Recebido para publicação: 08/11/2012

1a. Revisão: 02/06/2013

2a. Revisão: 07/06/2013

Aceito: 21/07/2013