

As histórias de superação dos jogadores da Seleção Brasileira no Jornal Nacional¹

BISOL, Laísa Veroneze²

STEFFEN, Lauren³

LISBÔA FILHO, Flavi Ferreira⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de analisar a construção das representações das histórias de superação dos jogadores de futebol da Seleção Brasileira no Jornal Nacional. O objeto empírico da pesquisa é constituído por dois episódios da série de reportagens especiais exibida no Jornal Nacional sobre as histórias de vida dos jogadores convocados para a Copa do Mundo de 2014. Por meio da análise cultural, concebida na perspectiva dos Estudos Culturais, buscou-se compreender a construção simbólica da identidade brasileira através da problematização do conceito de representação. Foi possível constatar que a ideia de superação, evidenciada pela ascensão econômica dos jogadores na série, é sempre acompanhada pela ênfase na origem humilde como forma de criar identificação com o público.

Palavras-chave: representação; futebol; Estudos Culturais; Seleção Brasileira; Jornal Nacional.

Introdução

O futebol é um elemento de forte identificação entre os brasileiros. Através do esporte, somos reconhecidos mundialmente e nos reconhecemos enquanto nação. Grande parte dos brasileiros se vê representada pela Seleção Brasileira, o que fortalece o sentimento de pertencimento.

A ideia de representação é central para a construção das identidades, uma vez que determina a definição que nos damos e o lugar que ocupamos dentro de certo sistema de relações. A nossa identidade é permeada pela caracterização da diferença, ou seja, pelo reconhecimento do outro, a representação que nos classifica socialmente.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 Comunicação Audiovisual - GT Televisão e Vídeo, integrante do Intercom Rio 2015, realizado de 3 a 7 de setembro de 2015.

² Mestre em Letras pela URI - Campus de Frederico Westphalen, no Programa de Pós-Graduação em Letras - Stricto Sensu - Área de Concentração: Literatura Comparada. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UFSM. Membro do GP Estudos Culturais e Audiovisualidades. (laisavb@yahoo.com.br)

³ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Linha Mídia e Identidades Contemporâneas) da UFSM – RS. Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UFRGS e em Letras – Português/Inglês pela PUCRS. Membro do GP Estudos Culturais e Audiovisualidades. (lauren.ssteffen@gmail.com)

⁴ Doutor em Ciências da Comunicação (Linha Mídias e Processos Audiovisuais) pela Unisinos - RS. Professor Adjunto do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM - RS. Pesquisador do GP Estudos Culturais e Audiovisualidades. (flavilisboa@gmail.com).

A televisão é uma das instâncias responsáveis por construir uma imagem da realidade a milhões de brasileiros, formando uma identidade de nação. O meio televisivo narra modos de existência através de sons e imagens que têm uma participação significativa na vida das pessoas, uma vez que pautam, orientam, interpelam o cotidiano dos telespectadores, participando da produção de sua identidade individual e cultural e operando sobre a constituição de sua subjetividade.

As narrativas jornalísticas atuam na construção simbólica das identidades, pois estas precisam ser representadas para serem reconhecidas. Certos elementos são constantemente reiterados nos meios de comunicação para retratar a identidade brasileira, constituindo-se em um quadro de referência comum compartilhado pelos sujeitos do grupo. Um desses elementos é a superação, ideia que repetidamente é invocada para representar as histórias de vida dos jogadores de futebol na mídia. Frequentemente, o conceito de superação vem associado às tragédias familiares, ao contexto socioeconômico, à dificuldade de adaptação longe da família e dos amigos.

Diante desse contexto, o presente artigo tem como objetivo analisar a construção das representações das histórias de superação de dois jogadores de futebol da Seleção Brasileira, Jô e Daniel Alves, na série de reportagens especiais exibida no Jornal Nacional, da Rede Globo, sobre as histórias de vida dos jogadores convocados para a Copa do Mundo de 2014. A série de reportagens foi feita pelo repórter Tino Marcos e pelo cinegrafista Álvaro Sant'Anna e foi ao ar diariamente no telejornal, do dia 07 de maio a 02 de junho de 2014.

1. Representações identitárias e televisão

As identidades, de acordo com Woodward (1999), adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas. Em perspectiva semelhante, Hall (1997), afirma que a representação atua simbolicamente para classificar o mundo e nossas relações no seu interior. A partir destas considerações, entendemos que os sistemas de classificação dão ordem à vida social, sendo afirmados nas falas e nos rituais. Desta maneira, quando determinadas histórias são representadas, as identidades passam a ser difundidas a partir daqueles meios e, a partir disso, vão sendo construídos sistemas classificatórios que dão sentido ao mundo social e constroem significados. Esses sistemas compartilhados de significação é o que entendemos por cultura.

Partindo deste princípio, e entendendo a construção da identidade simbólica e socialmente, verificamos que os sentidos construídos em torno da identidade brasileira servem de referência para os sujeitos, que se reconhecem e orientam suas práticas em torno desses

valores a fim de pertencerem a um grupo. Hall (1997) explica que a identidade emerge não tanto de um centro interior, mas do diálogo entre os conceitos representados para nós pelos discursos de uma cultura e pelo nosso desejo de responder aos apelos feitos por esses significados, de sermos interpelados por eles.

Se as identificações e os grupos formam-se a partir destas construções de significados, podemos então, discutir, de que maneira indivíduos agrupam-se por suas ideias em comum. Para Woodward (1999), a identidade é marcada pela diferença, que é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades. Por exemplo, certos sistemas representacionais, como o hino, a bandeira nacional e a camisa da Seleção, diferenciam a identidade brasileira de outras identidades nacionais. Ou seja, ao usar uma camisa que representa uma outra seleção de futebol, um grupo já caracteriza-se por pertencer a outra composição cultural. A marcação simbólica, portanto, é o meio pelo qual damos sentido a práticas e relações sociais, definindo quem é incluído e quem é excluído do grupo.

Algumas diferenças são marcadas, mas, nesse processo, algumas delas podem ser obscurecidas. Isso significa que o imaginário de nação é construído através de certos ocultamentos, omitindo diferenças de classe, de gênero, para que haja a identificação dos sujeitos de forma unificada. Esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo que podemos nos tornar.

Ainda de acordo com Woodward (1999), a afirmação das identidades nacionais é historicamente específica, está localizada em um ponto específico no tempo. Uma das formas pelas quais as identidades estabelecem suas reivindicações é por meio do apelo a antecedentes históricos. Partindo desta ideia, constatamos que a afirmação da identidade brasileira em torno do futebol perpassa a história de vitórias da Seleção Brasileira em Copas do Mundo, o que faz com que o Brasil seja reconhecido como “país do futebol”.

Ainda partindo deste pressuposto, temos que todas as práticas de significação que envolvem relações de poder, incluindo o poder de definir quem é incluído e quem é excluído. Sendo assim, a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar entre as várias identidades possíveis. Hall (1997) argumenta que, ao reivindicarmos uma identidade, não nos limitamos a ser posicionados por ela: também somos capazes de nos posicionar e de reconstruir identidades históricas, herdadas de um suposto passado comum. Esse passado é parte de uma comunidade imaginada, uma comunidade de sujeitos que se apresentam enquanto “nós”.

Ao considerarmos estas afirmativas, e compreendendo o futebol enquanto uma paixão nacional transmitida de geração em geração, podemos compreender o porquê esta

identificação se fortalece. A medida em que historicamente uma seleção representa uma nação e determinados grupos, estes sentidos são revigorados e também perpassados ao longo do tempo, ocasionando novas formas de identificação.

Sodré (1999) argumenta que a identificação é um fator dinâmico de integração do indivíduo no grupo e de mobilização de suas pulsões, afetos, escolhas. É tanto um ato social quanto privado, é uma espécie de imperativo dinâmico da socialização, de permeação do ser singular pela cultura. Nesse sentido, o mesmo autor afirma que a identidade é ilusória, porque diz respeito às representações e objetos sobre os quais se podem fazer projeções intelectuais. O autor argumenta ainda que a identidade afirma-se, primeiro, como um processo de diferenciação interna e externa e, em seguida, como um processo de integração das forças diferenciais, que distribui os valores e privilegia um tipo de acento. Desta maneira, embora os sujeitos recebam as ideias de seus antepassados a respeito de identificações com determinados contextos, a identidade formada também perpassa pelo individual, o que consolida mais ainda a questão de aproximação com relação a determinadas representações.

Entretanto, não somente os familiares e grupos de convivência, mas sobretudo, os meios de comunicação têm um papel central na construção das representações em torno das identidades, pois, através da mediação linguística, narram modos de ser e estar no mundo, interpelando os sujeitos a se reconhecerem nos discursos produzidos. Diante da presença quase absoluta nos lares, Bucci (1997, p. 11) conclui que “[...] o que é invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro”. A televisão focaliza certos assuntos dignos de adquirir existência pública, enquanto outros são totalmente rejeitados pela câmera televisiva.

O mesmo autor argumenta que a televisão tem os instrumentos para ordenar hábitos dispersos em códigos reconhecíveis e unificadores. Desta forma, o meio apresenta os mecanismos necessários para integrar expectativas e necessidades difusas através de um “tratamento universalizante das tensões”. A televisão promove a unificação imaginária de milhões de brasileiros, que se reconhecem na tela, apesar da heterogeneidade de classes, etnias e posições político-ideológicas existente no país.

Considerando esta identificação que pode ser gerada a partir dos programas televisionados, recorreremos às ideias de Wolton (2003, p. 61): “a televisão fascina, pois ela ajuda milhões de indivíduos a viver, se distrair e compreender o mundo”. O meio televisivo narra modos de existência através de sons e imagens que têm uma participação significativa na vida das pessoas, uma vez que pautam, orientam, interpelam o cotidiano de milhões de

cidadãos, participando da produção de sua identidade individual e cultural e operando sobre a constituição de sua subjetividade.

Partindo deste pressuposto, entendemos que as informações veiculadas pela televisão têm a possibilidade de auxiliar na formação dos telespectadores, participando cada vez mais da construção de um tipo particular de sentido de comunidade. Dessa forma, a TV orienta o telespectador sobre o que deve ser visto, percebido, julgado nas imagens, reforçando determinados sentidos.

Ao passo em que os espectadores fascinam-se com aquilo que lhes é exibido, torna-se mais fácil identificar-se com aquela realidade. Ao assistir uma história emocionante de superação, por exemplo, os receptores da informação podem emocionar-se, recordarem-se de histórias semelhantes, reforçarem suas próprias esperanças ou, simplesmente, admirarem as personagens, autenticando a ideia de aproximação com o exposto.

As representações televisivas são produzidas e consumidas a partir de diferentes instâncias e estão submetidas a processos de regulação social, implícitos ou explícitos. Assim, as construções da realidade percebidas pela tela da TV não são neutras, mas representativas de um determinado ponto de vista veiculado por grandes conglomerados político-econômicos. Desta maneira, a televisão está ligada à construção de valores, à cristalização de preconceitos, à formação do senso comum, à constituição de identidades sociais e à produção de subjetividades.

Estas questões perpassam pelo imaginário de nação, que segundo Mota (2010) é construído discursivamente pela televisão, mobilizando valores capazes de unificar a população. Essa construção é baseada em um discurso hegemônico sobre o país e seu destino, que atenua as diferenças e seleciona as características compreendidas como “brasileiras”. Tal discurso alimenta a sensação de pertencimento a um grupo a partir do reconhecimento de uma identidade comum. Para a autora, o meio televisivo participa da construção da consciência cultural de uma sociedade.

Afirmar a identidade significa marcar fronteiras, deixar fora os que são diferentes. Criar inclusões e exclusões. [...] A identidade nacional precisa apagar as diferenças culturais existentes no país, buscar a união, buscar a representação acima das representações. Numa palavra, constrói-se por meio de uma meta-narrativa. (MOTA, 2010, p. 164)

Nesse sentido, cabe ressaltar que o meio se constitui como um ambiente imaginário universalizante, capaz de formatar uma representação homogeneizante da sociedade. Isso significa que a televisão é capaz de absorver as transformações sociais e tecnológicas do

mundo contemporâneo, colaborando para a construção da realidade. Ao mesmo tempo, a TV também é construída pelo ambiente em que se encontra, pois faz parte da sociedade e é por ela influenciada, mantendo o equilíbrio do sistema.

2. Futebol e Histórias de Superação

O futebol faz parte da constituição da identidade brasileira. A Seleção torna-se uma entidade simbólica dos valores da nação, contribuindo significativamente para a unificação de um país tão vasto e heterogêneo como o Brasil. Para Pecenin (2007), o futebol é parte integrante da identidade nacional brasileira, de modo que qualquer coisa que se enuncie sobre o futebol já é uma forma de construir discursivamente a identidade do Brasil, principalmente durante uma Copa do Mundo.

Uma partida de futebol cumpre um papel importante na formação de uma consciência nacional. Para Gastaldo (2003), essa identidade comum, que ultrapassa os limites familiares e alcança o espaço público, fornece as bases de um padrão de sociabilidade específica: trata-se de um código de integração a um determinado sistema social. Os espetáculos esportivos têm se revelado lugares propícios à constituição de identidades coletivas, uma vez que permitem a conformação de diferentes arranjos e experiências de integração social. O futebol é uma espécie de língua franca: são poucas as possibilidades de encontrar um interlocutor que não saiba falar minimamente sobre ele ou sobre questões do dia, revelando-se também, por seu intermédio, afinidades e discordâncias (ANTUNES, 2004).

Para Da Matta (1982), o futebol é compreendido como um drama da vida social, onde se colocam em cena questões estruturais e hierárquicas da sociedade brasileira, assim como em outros momentos igualmente ritualizados, como o carnaval e as chamadas religiões afro-brasileiras. Estes três elementos têm sido objeto de apropriações ideológicas diversas, no sentido de compor uma identidade nacional, na qual o futebol desempenha um importante papel, como princípio aglutinador do povo brasileiro na sua constituição como nação.

O interesse pelo esporte é catalisado em uma dimensão nacional quando entra em campo a Seleção Brasileira. Em torno deste time, realiza-se uma espécie de identidade nacional, por meio da superação das diferenças entre os diversos clubes de futebol em prol de um bem comum: o desempenho do Brasil perante outros países. Boa parte da legitimação desta apropriação simbólica provém do jornalismo esportivo, que constrói suas narrativas selecionando e reforçando os valores que perpetuam a ideia de Brasil como país do futebol. Em uma Copa do Mundo, os participantes não são meros times de futebol, mas seleções

nacionais, que encarnam simbolicamente cada nação participante do evento (GASTALDO, 2003).

Da Matta (1982) indica que é fundamental que se visualize o futebol além do seu caráter funcional, pois só desta maneira torna-se possível compreender a função política e social deste esporte, que acaba trazendo à tona várias tensões sociais. Para além de ser um esporte, o futebol também é um negócio. Os jogadores de futebol são vendidos e comprados como se fossem mercadorias, negociados entre os clubes a preços exorbitantes. Na maioria das vezes, não são donos de seu destino: são obrigados a mudar de país para jogar em times estrangeiros, tendo que encarar uma realidade completamente diferente longe da família e dos amigos.

O mercado da bola movimenta milhões de reais no mundo todo, extrapolando os limites do estádio. Além do preço do ingresso da partida, que limita o acesso de certas camadas sociais aos jogos, há uma série de produtos que mobilizam a paixão do torcedor: camisetas, bonés, chuteiras, objetos que denotam pertencimento e identificação. Há ainda a venda dos direitos de veiculação dos jogos na televisão, bem como os patrocinadores dos times de futebol, que pagam para terem suas marcas estampadas na camisa dos jogadores.

Os jogadores de futebol são representados, nos meios de comunicação, através da característica do ídolo-herói, que transforma o universo do futebol em um terreno extremamente fértil para a produção de mitos e ritos relevantes para a comunidade. Dotados de talento e carisma, o que os singulariza e os diferencia dos demais, estes heróis são paradigmas dos anseios sociais e, através de suas trajetórias de vida, podemos perceber alguns traços que são frequentemente recorrentes e enfatizados (HELAL, 1998).

Em muitas narrativas, percebemos a ênfase na infância sofrida, de muitas privações; nas tragédias familiares; nas histórias de superação e consagração; nos exemplos de humildade e simplicidade. Tais construções, reiteradas pelos meios de comunicação, fazem com que milhões de jovens brasileiros, em sua maioria das periferias do país, sonhem em se tornar jogadores de futebol, atraídos pelos salários muito acima da média nacional, pelo reconhecimento público e pela possibilidade de ascenderem socialmente através do esporte. No entanto, nem todos têm a oportunidade de jogar em grandes clubes: moram em cidades do interior, não têm dinheiro para transporte e hospedagem, não aguentam a pressão e a saudade da família. Por trás das histórias de sucesso e consagração, existe uma vida de sofrimento e privações, que nem sempre aparece nas representações sobre esses jogadores.

Enquanto uma atividade da sociedade, o futebol é a própria sociedade, sendo expressa através de seus atores, regras, objetos, ideologias, etc. Através do futebol, pode-se realizar

uma dramatização, em que uma entidade abstrata como um país, torna-se algo visível e concreto sob a forma de uma equipe que sofre, vibra e vence os seus adversários. Representando uma massa popular que normalmente não tem voz e quando fala necessita respeitar uma ordem hierárquica, o futebol permite uma horizontalização do poder, através da reificação esportiva (DA MATTA, 1982).

3. Análise

Para analisar a construção das representações das histórias de vida dos jogadores da Seleção Brasileira, recorreremos à análise cultural, concebida na perspectiva dos Estudos Culturais, como forma de atentar para os processos socioculturais, nos quais os agentes são tomados como os pontos centrais das práticas que dão significação e movimento à vida social (LISBÔA FILHO; MACHADO, 2015). Para a perspectiva dos Estudos Culturais, a ideia de cultura permeia todo o modo de vida de sujeitos, entendidos como agentes nos processos sociais.

Desta forma, analisar a cultura deve considerar a totalidade social, isto porque “a análise da cultura é a tentativa de descobrir a natureza da organização que constitui o complexo dessas relações” (WILLIAMS, 2003, p.56) [tradução nossa]. A fim de analisar o todo social, reforça ainda que as relações devem ser estudadas na sua dinamicidade, uma vez que sua organização cambiante permite que sejam observados os diferentes sentidos produzidos entre as diferentes atividades e suas inter-relações.

Utilizando, então, a análise da cultura como método de pesquisa se observa e descreve as inter-relações que têm significado nas práticas sociais. A análise cultural, como método de investigação do campo da comunicação, não centraliza sua atenção apenas na ação dos meios, mas sim nas diferentes formas com as quais os sujeitos sociais negociam suas vivências e experiências culturais. Na relação que se estabelece entre cultura, comunicação e sociedade, a análise procura evidenciar as práticas e os mecanismos que atuam na constituição da sociedade, obviamente preocupando-se com as práticas de dominação dos sujeitos, bem como as formas de resistência encontradas por esses.

A análise cultural dedica-se a pensar as relações humanas no contexto de inter-relação onde as mídias ocupam um importante lugar na concepção e ação cultural dos sujeitos. Kellner (2001) aponta que os modelos teóricos e metodológicos dos Estudos Culturais esforçam-se para a compreensão das relações mútuas entre economia, Estado, sociedade, cultura e vida diária. Esses componentes são indissociáveis da teoria social contemporânea principalmente quando esta os problematiza frente aos ambientes e processos midiáticos que,

ao mesmo tempo, agem como mediadores da cultura, mas também são mediados por ela, articulando assim “ideologias, valores e representações [...] e o modo com que esses fenômenos se inter-relacionam” (KELLNER, 2001, p. 39).

3.1 A série de reportagens especiais no Jornal Nacional

Consolidada como a principal emissora de televisão de canal aberto no Brasil, a Rede Globo segue no topo da audiência, apesar da queda sofrida nos últimos dez anos. Segundo dados do IBOPE de março de 2015, o Jornal Nacional marcou 29 pontos na média nacional de audiência, garantindo a primeira posição. Mesmo com o crescimento dos canais por assinatura, a receita da TV aberta em 2012, segundo dados da ABTA e do Projeto Inter-Meios, foi de R\$ 19,51 bilhões de reais, enquanto que a da TV fechada foi de apenas R\$ 1,34 bilhão. Dessa forma, percebe-se que a TV aberta ocupa ainda uma posição importante no país, estando presente em 96,9% dos lares brasileiros, segundo o IBGE - PNAD 2011.

Primeiro programa em rede na televisão brasileira, o Jornal Nacional (JN), veiculado pelo principal conglomerado de mídia do país, a Rede Globo, foi ao ar no dia 1º de setembro de 1969, em plena ditadura militar. Com o slogan “A notícia unindo seis milhões de brasileiros”, o Jornal Nacional exibia, em sua abertura, imagens de acontecimentos e personalidades importantes para o país.

Segundo o editor-chefe do programa, William Bonner, o programa se propõe a mostrar o mais importante que aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia com isenção, pluralidade, clareza e correção (MEMÓRIA GLOBO, 2005). O JN traz matérias de diversas editorias, com foco especial para temas econômicos, políticos e sociais. As notícias sobre esporte aparecem, geralmente, no último bloco do programa.

Ao longo da década de 1970, o esporte ganhou maior peso no Jornal Nacional. O telejornal passou a dedicar um espaço no seu noticiário para mostrar o resultado dos jogos nos campeonatos regionais e nacional. Mesmo com a criação da Divisão de Esportes em abril de 1973, a participação do esporte no telejornal era ainda muito limitada (MEMÓRIA GLOBO, 2005).

O crescimento da cobertura esportiva em eventos internacionais, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, permitiu à emissora dar um novo enfoque ao esporte, aliando informação ao entretenimento. O evento que marcou essa mudança foi a Copa do Mundo da Argentina, em 1978. A Globo passou a apresentar para o telespectador brasileiro tudo sobre a seleção e a competição, desde os preparativos das partidas até a análise completa dos jogos.

Na década de 1980, o Jornal Nacional passou a apresentar, aos sábados, um bloco inteiro sobre esportes. Segundo Michel Laurence, que era chefe da Divisão de Esportes, o bloco de esportes foi surgindo naturalmente e se tornou uma tradição. A Divisão de Esportes passou por uma série de mudanças, passando a ter mais recursos e contratando mais profissionais. As matérias tornaram-se mais elaboradas, apresentando entrevistas e retratando a trajetória dos atletas. Havia preocupação com a linguagem e o conteúdo tinha que ganhar uma dimensão nacional, interessando ao telespectador de norte a sul do país (MEMÓRIA GLOBO, 2005).

Com a aproximação da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, o programa exibiu uma série de reportagens especiais sobre as histórias de vida dos vinte e três jogadores de futebol convocados para a competição. A série foi feita pelo repórter Tino Marcos e pelo cinegrafista Álvaro Sant’Anna. As matérias foram veiculadas diariamente no telejornal, do dia 07 de maio a 02 de junho de 2014. O processo de produção da série levou dez meses e incluiu entrevistas, pesquisas e viagens a 35 cidades do país e também ao exterior.

Cada reportagem teve, em média, cinco minutos de duração, o que é um tempo significativo dentro de um telejornal. A Rede Globo comprou os direitos de veiculação dos jogos da Copa do Mundo de 2014 no Brasil e tinha interesse em atrair a atenção da audiência para o campeonato mundial. Assim, a veiculação da série de reportagens especiais sobre as histórias de vida dos jogadores convocados para a Copa do Mundo no principal telejornal da emissora foi uma estratégia para garantir a audiência durante a competição por meio da criação de laços de identificação entre os telespectadores e os jogadores e da geração de expectativas quanto ao desempenho da equipe no campeonato.

Como critério de seleção das reportagens, escolhemos o jogador Jô, que jogou pela primeira vez em uma Copa do Mundo, e o jogador Daniel Alves, que já participou de outras edições da competição. Através da análise das histórias de superação representadas nessas reportagens, os sentidos mobilizados pelo telejornal para construir tais narrativas serão mapeados.

3.2 A história de vida de Jô

A reportagem sobre a história de vida do jogador Jô foi ao ar no dia 22 de maio de 2014 e teve duração de 5 minutos e 45 segundos. A matéria inicia com a apresentação do pai do jogador, que trabalhava como taxista nas ruas de São Paulo. O pai de Jô fala da carga excessiva de trabalho, que o deixava longe dos filhos por vários dias. Além da ausência do pai, o repórter apresenta a mãe, que trabalhava como empregada doméstica. Depois de

apresentar esse contexto, Tino Marcos parece mostrar que havia uma saída para a situação sofrida da família: “Mas o casal tinha um filho bom de bola”. Por meio do uso da conjunção “mas”, Tino enfatiza que havia esperança para a família, que o destino poderia mudar. Aqui já fica evidente a pressão em cima de Jô para mudar a situação da família, pois ele era a esperança de um futuro diferente para todos.

O talento da família nessa época, no entanto, não era Jô, mas seu irmão mais velho, Jean. Tino deixa claro que a aposta da família era no irmão de Jô, já que o filho mais novo não demonstrava muito interesse no futebol. Tino conta, então, que a família sofreu uma grande perda: “Jô perdeu o irmão mais velho em um acidente de carro aos 20 anos”. Para reforçar o tamanho da tragédia, Jô fala, emocionado: “Meu irmão era meu segundo pai, minha referência”. Nesse momento, fotos antigas dos irmãos juntos aparecem para enfatizar a relação de carinho que existia entre os dois. O irmão aparece como um mentor na vida do jogador, como uma figura que serviu de inspiração. A morte do irmão serve de eixo narrativo para a reportagem, dando a ideia de que todos os seus passos foram guiados por Jean.

Tino fala que, depois da tragédia, tudo andou muito rápido: “Sem o irmão, foi como se Jô absorvesse todo o talento do irmão”. A fala evidencia o quanto a tragédia deu forças para que Jô seguisse em frente e jogasse ainda melhor, construindo sentidos de superação da realidade vivida, que mais tarde são recuperadas para o gramado. Jô foi contratado pelo Corinthians na época e foi o jogador mais novo a vestir a camisa do clube, com apenas 16 anos. O repórter enfatiza o quanto Jô superou a perda do irmão e se transformou no herói da família. O pai fala que “tudo o que o irmão prometeu, o Jô deu”. É como se Jô tivesse batalhado para oferecer aos pais tudo aquilo que o irmão gostaria de ter dado por meio do futebol. O repórter fala que Jô deu a chave da primeira casa própria da família e o quanto isso foi motivo de orgulho para o pai.

Jô teve ainda outro momento da vida marcado pela superação. Quando retornou da Europa, foi contratado pelo Internacional, e não conseguiu se adaptar. Tino explica: “Cometeu atos de indisciplina, gerou grandes desgastes. Foi mandado embora”. O pai, então, tenta buscar uma justificativa: “Ele veio da Europa, veio deslumbrado, a vida é diferente lá”. Logo em seguida, o pai de Jô afirma que pensou que a vida tivesse acabado, que a carreira de Jô tinha terminado. Essa fala demonstra a importância da carreira de Jô para toda a família: o sucesso do jogador dá sentido para a existência da própria família, que se vê representada pela escolha do filho. Isso evidencia certa pressão em cima do jogador, pois a família deposita muitas expectativas na carreira do filho, já que é através dela que o sustento é garantido. Percebe-se, assim, uma ideia implícita de exploração do jogador, cujo salário é dividido entre

todos os membros da família, que pararam de trabalhar depois da ascensão econômica do jogador.

A partir desse momento, veio a consagração, o renascimento do herói. Jô voltou a jogar bem, fazer gols e foi convocado para a Seleção Brasileira. No final da reportagem, aparece Jô e o irmão novamente juntos em uma foto dos tempos de infância, finalizando o eixo narrativo da história do ponto onde tinha começado. Jô fala: “Ele é minha fonte de inspiração, é onde eu busco a minha força. A minha conquista é dele também”. Esse final retoma a ideia de que Jô tem no irmão a força para superar as adversidades e lutar para conquistar o que o irmão não teve tempo.

3.3 A história de vida de Daniel Alves

A segunda reportagem para análise foi sobre a história de vida do jogador Daniel Alves. A matéria foi ao ar no dia 19 de maio de 2014 e teve duração de 5 minutos e quarenta e quatro segundos. A reportagem inicia com cenas da cidade onde Daniel Alves nasceu, no interior da Bahia. O cenário é de muita aridez e pobreza, o que é reforçado pela imagem de um menino jogando futebol descalço em um campo de futebol improvisado. A cena parece remontar a infância sofrida do jogador, que provavelmente jogava bola nas mesmas condições.

A imagem é seguida pela fala de Daniel Alves: “Eu sei o quanto foi difícil, o quanto eu tive que ralar, o quanto eu tive que acordar às cinco horas da manhã. Eu sei o que é a vida”. Tino diz, então, que o jogador trabalhou na lavoura de melão com seu pai, Seu Domingos, quando era criança. O repórter apresenta o pai do jogador como o verdadeiro herói da sua vida e mostra a rotina dura de trabalho que o pai levava, acordando todos os dias às quatro horas da manhã. Aqui aparece também a figura do mentor, de uma pessoa que serve de inspiração na vida do jogador.

O repórter conta que Daniel Alves se mudou aos 13 anos com o irmão para jogar no time de futebol de Juazeiro. O irmão do jogador lembra, chorando, que o pai era taxado de “maluco” pela vizinhança por ter permitido que seus dois filhos se mudassem, podendo se envolver com drogas e até passar fome. Seu Domingos é retratado como um homem corajoso, que sabe que, para se ter sucesso na vida, é preciso correr riscos. Tino reforça tal ideia: “A partir deste momento, seria o início de um conto de fadas”. Aqui é possível perceber a ideia implícita de que o sucesso deve ser conquistado a qualquer custo, mesmo tendo que expor os filhos, ainda adolescentes, a situações de risco.

Daniel se mudou de Juazeiro para jogar no Bahia, levando apenas duas peças de roupa na mala. Daniel explica que, enquanto lavava uma, usava a outra e que, um dia, foi recolher a roupa que tinha estendido e tinham roubado. O repórter salienta que a concentração onde o jogador vivia no Bahia não era um luxo. O jogador explica que “uma família normal conta carneirinhos, eu contava baratas”. No entanto, se colocado em perspectiva com as condições da casa onde Daniel Alves nasceu, o local onde ele ficava concentrado pode representar um avanço na vida do jogador. Dessa forma, não era um luxo perto das condições de vida atuais do jogador, mas era sim um luxo se comparado com o ambiente pobre onde o jogador nasceu.

Em seguida, o repórter diz que hoje o guarda-roupa do jogador ficou mais variado, o que é exemplificado por fotos do jogador vestindo roupas de marcas famosas, mostrando o quanto o jogador superou as adversidades do início de carreira e conquistou a ascensão econômica por meio do esporte. Através das mudanças de figurino do jogador, colocadas em perspectiva com o passado e o presente, percebe-se o quanto a superação do jogador está associada à ascensão econômica, que permitiu com que ele comprasse roupas de marca, uma casa própria, carros de luxo.

O texto termina, então, afirmando a posição privilegiada ocupada hoje pelo jogador: a de lateral direito do time de futebol espanhol Barcelona. Tino fala que Daniel é um cidadão de poucas possibilidades de privacidade nas ruas espanholas, o que é evidenciado pelas cenas do jogador sendo abordado por fãs, tirando fotos e dando autógrafos. Além disso, Daniel aparece dirigindo um carro de luxo e falando o quanto leva o Brasil para onde for, passando uma ideia de humilde, de quem não abandona suas origens. É interessante notar que a ascensão econômica é sempre acompanhada pelo retorno às origens, como uma forma de reforçar que, apesar de superadas as dificuldades econômicas iniciais, o jogador sabe de onde veio e o quanto precisou lutar para chegar onde está hoje.

A ideia de consagração transparece no final quando mostra Daniel Alves com a camisa da Seleção Brasileira, beijando a taça do pentacampeonato. Assim, o ápice da carreira dos jogadores é sempre representada pela convocação para a Seleção Brasileira na série de reportagens, mostrando que esse é a maior recompensa para qualquer jogador.

Durante a imagem, Tino retoma a identidade do jogador: “O menino de Juazeiro, o filho de Seu Domingos”. A fala evidencia a origem humilde do jogador: um menino que saiu do sertão nordestino para conquistar o mundo, para jogar na Seleção Brasileira, sonho de milhões de adolescentes. A narração da história de vida do jogador culmina com o retorno às origens, para a ideia do menino humilde, batalhador, que encarou os obstáculos para conquistar uma vida melhor para si e para a família. Nota-se, assim, que, diante da vida de

luxo desses jogadores, há um esforço do repórter em representá-los como pessoas simples, que não se deslumbraram com o dinheiro, pois sabem de onde vieram.

Considerações Finais

O objetivo deste artigo foi analisar as representações das histórias de superação de dois jogadores de futebol convocados para a Copa do Mundo de 2014, Jô e Daniel Alves, através da série de reportagens especiais exibida pelo Jornal Nacional. Através da análise cultural, buscamos mapear os sentidos presentes nas narrativas sobre as histórias de vida desses jogadores, que consolidam um quadro de referências para entender os valores que envolvem a identidade brasileira.

A história de vida desses jogadores é marcada por traços em comum na série: a figura de um mentor, que serve de referência, de inspiração e que orienta o eixo narrativo dessas histórias; a presença da adversidade, representada por tragédias familiares e pelas dificuldades econômicas; a ênfase na origem humilde desses jogadores, que é utilizada para marcar que, apesar da superação das dificuldades econômicas e da vida atual de luxo, essas pessoas sabem de onde vieram; a construção da trajetória do herói, que ultrapassa os obstáculos rumo à consagração, ao renascimento. Essa consagração é sempre evidenciada pela convocação para a Seleção Brasileira, que marca o ápice da carreira desses jogadores, a superação final.

O Jornal Nacional fez um recorte da vida desses jogadores, selecionando os elementos que ganhariam visibilidade e fortaleceriam a identificação com o público. Dessa forma, as histórias de superação dos jogadores, evidenciadas pelo poder econômico que alcançaram com a consagração no futebol, são sempre associadas com a ideia de humildade na série, retornando às origens para mostrar que eles só chegaram onde estão hoje por saberem de onde vieram, estratégia que visa à identificação com o público.

Outros elementos foram silenciados na série, como o mercado da bola, que trata esses jogadores como mercadorias, que são vendidos e comprados de acordo com o interesse de times de futebol e empresários. A ideia de superação não envolve um desenvolvimento intelectual e moral desses jogadores, restringindo-se apenas à ascensão econômica e à consagração no esporte.

Referências

ANTUNES, Fátima Martin Rodrigues Ferreira. “*Com brasileiro não há quem possa*”: futebol e identidade nacional em José Lins do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues. São Paulo: Unesp, 2004.

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.

DA MATTA, Roberto. Esporte na Sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: DA MATTA (ORG.) *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro: Pinakothèque, 1982.

GASTALDO, E. L. *Futebol, mídia e sociedade no Brasil*: reflexões a partir de um jogo. Cadernos IHU Idéias, São Leopoldo, ano 1, n.10, 2003.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: Thompson, Kenneth (org.) *Media and cultural regulation*. Inglaterra, 1997. Publicado Educação & Realidade com a autorização do autor. Tradução e revisão de Ricardo Uebel, Maria Isabel Bujes e Marisa Vorraber Costa.

HELAL, Ronaldo. *Mídia, construção da derrota e o mito do herói*. Motus Corporis (UGF), Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, v.5, n.2, 1998.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LISBÔA FILHO, Flavi Ferreira; MACHADO, Alisson. *Comunicação e cultura*: reflexões sobre a análise cultural como método de pesquisa. Trabalho apresentado no Intercom Sul 2015.

MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2005.

MOTA, Célia Ladeira. Imagens do Brasil: televisão e memória social. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). *60 anos de telejornalismo no Brasil*: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

PECENIN, Marcelo Fila. *Discursos do e sobre o futebol brasileiro*: o poder midiático na regulação das identidades. São Carlos: UFSCar, 2007. Dissertação de mestrado em Linguística. Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, 2007.

SODRÉ, Muniz. *Claros e escuros*: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. (p.13-69)

WILLIAMS, Raymond. *La larga revolución*. 1. ed. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

WOLTON, Dominique. *Internet, e Depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). *Identidade e diferença*: a perspectiva dos Estudos Culturais. 1º ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. (p.7-72).